

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

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ
И ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ**

**МАТЕРИАЛЫ III МЕЖДУНАРОДНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,**

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

Минск, 20 апреля 2012 г.

Минск
БГУФК
2012

УДК 379.85
ББК 75.81
Т33

Редакционная коллегия:

д-р пед. наук, проф. *Т. Д. Полякова* (главный редактор);
доц. РМАТ *Л. В. Сакун*;
д-р филос. наук, доц. *В. Н. Новиков*;
д-р пед. наук, проф. *А. Г. Фурманов*;
канд. пед. наук, доц. *И. В. Филипович*;
В. М. Разуванов;
канд. биол. наук *В. Е. Подлиских*;
канд. геогр. наук, доц. *Д. А. Бессараб*;
канд. геол.-минер. наук, доц. *Л. В. Штефан*;
канд. филос. наук, доц. *И. А. Черкасов*;
канд. пед. наук, доц. *А. Н. Котко*;
канд. культурологии, доц. *И. В. Воробьева*;
канд. ист. наук, доц. *В. В. Дворниченко*;
О. Г. Дранкевич; *Т. А. Курбыко*; *Е. Ф. Зайцева*;
Е. Н. Погодина; *А. Н. Строганов*; *О. В. Романова*

Теоретические и организационно-практические аспекты в туризме и гостеприимстве : материалы III Междунар. студ. науч.-практ. конф., Минск, 20 апреля 2012 г. / редкол.: Т. Д. Полякова (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУФК, 2012. – 309 с.

ISBN 978-985-7023-58-5.

В сборнике статей III Международной студенческой научно-практической конференции рассматриваются экономические, экологические, организационные, философские, педагогические, социологические аспекты туризма, гостеприимства, экскурсоведения, рекреации. Статьи основываются на данных литературы и опыта практики.

Представленные материалы могут быть использованы студентами, магистрантами в учебном процессе и научной деятельности в области туризма и гостеприимства.

УДК 379.85
ББК 75.81

ISBN 978-985-7023-58-5

© УО «Белорусский государственный университет физической культуры», 2012

ДВОРЦОВО-ПАРКОВЫЕ АНСАМБЛИ КАК ОСНОВА КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Абраменко А.А., 5-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Дворцово-парковый ансамбль – произведение садово-паркового искусства и архитектуры; масштабный, со значительной переработкой естественного ландшафта архитектурный ансамбль монархической или аристократической загородной резиденции, подчиненный единому замыслу; исторически сложившийся комплекс дворцовых зданий и сооружений, садов и парков, включающий в себя искусственные или естественные водоемы. Дворцово-парковые ансамбли немногочисленны и являются комплексными природными, культурно-историческими и архитектурными памятниками.

Многие дворцово-парковые ансамбли формировались на протяжении десятилетий или даже столетий несколькими поколениями архитекторов, поэтому в них нередко отражены различные культурные эпохи, архитектурные стили и школы. Ансамбль состоит из жилых и коммунальных помещений и парка со всей необходимой инженерной и наземной инфраструктурой. Существует традиция французского парка – основанного на параллельности и симметрии (как правило, такие парки строились при дворцах и замках), и более позднего английского парка, стремящегося к природности и естественности композиции [1].

Регулярный парк – парк, имеющий геометрически правильную планировку, обычно с выраженной симметричностью и регулярностью композиции. Характеризуется прямыми аллеями, являющимися осями симметрии, цветниками, партерами и бассейнами правильной формы, стрижкой деревьев и кустарников с приданием посадкам разнообразных геометрических форм. Регулярные сады и парки очень распространены при дворцах и замках. Они являются важной составной частью дворцово-парковых ансамблей [2].

Парк регулярного типа своими прямолинейными дорожками и фигурными формами тщательно обрезанных кустарников подчеркивал абсолютный контроль человека над природой. Английский сад шел дальше, утверждая наивысшую ценность того искусства, которое неотлично от природы. В построении пейзажного сада приветствуется неровный рельеф – возвышенности, склоны, овраги, природные водоемы и даже болотца. Все природные недостатки местности сглаживаются, а достоинства обыгрываются. Плоский ландшафт требуется изменить искусственно, создать водоем, насыпи или впадины, затушевывая их рукотворность. Архитектурные сооружения в пейзажном парке второстепенны, они должны быть вписаны в пейзаж. Эффект пейзажного сада – впечатление, будто растения здесь уже росли, а человек нашел среди них

свободное место, чтобы построить дом, или вырубил в растительном массиве площадку для жилья. Несмотря на то, что пейзажный сад вроде бы просто воссоздает природный пейзаж, в нем существует свой порядок, иерархия, строгий подбор растений, следуя которым, создается сад, одинаково великолепный во все времена года [3].

Непревзойденным дворцово-парковым ансамблем, получившим всемирную известность, является Версаль. Новый подход к организации пространства, проявившийся в главной резиденции французского короля Людовика XIV, вызвал подражания при устройстве загородных дворцов многих европейских монархов и стал поворотным пунктом в истории садово-паркового искусства. Версаль стал вершиной в создании дворцово-парковых ансамблей и уникальным явлением в истории архитектуры. Версальский парк раскинулся до линии горизонта; он и сейчас является одним из самых больших парков в мире. В процессе его строительства был проделан огромный объем работ: например, все мелколесье на месте парка вырубали для посадки деревьев благородных пород. Мастерски использован рельеф местности для создания торжественной картины, а также впервые применены широкие радиальные аллеи, которые связали большие пространства в единое целое. Центральная перспектива воспринимается бесконечной за счет постепенного понижения глубоких и невысоких террас, которые завершаются бассейнами с фонтанами. На удалении от дворца устроен газонный партер, не имеющий себе равных в садовом искусстве; еще дальше – в самой низкой точке парка – вырыт Большой канал протяженностью около 2 км. Зеркало канала является кульминационной точкой перспективы от дворца [4].

На территории России подобным шедевром дворцово-паркового искусства является Петергоф.

Петергоф – дворцово-парковый ансамбль на южном берегу Финского залива в 29 км от Санкт-Петербурга. Находится на территории города Петергоф. Часть его находится в ведении Государственного музея-заповедника «Петергоф». Петергоф включает в себя несколько дворцово-парковых ансамблей, сформировавшихся на протяжении двух веков. Нижний парк, Верхний сад и Английский парк – ансамбли, получившие развитие в XVIII веке; Александрия, Колонистский парк, Луговой парк, Александровский парк, Сергиевка, Собственная дача Александра II – ансамбли XIX века. В годы Великой Отечественной войны, находясь на территории, оккупированной фашистами, все парки Петергофа получили очень серьезные повреждения. Особенно пострадали Верхний сад и Нижний парк, система фонтанного водовода. Реставрационные работы, начатые в 1944 году, продолжаются до сих пор.

Центральное место в композиции занимает Нижний парк с фонтанами. Вместе с Верхним садом он образует старейшую часть ансамбля. С востока Нижний парк граничит с Александрией, которая, в свою очередь, на юге продолжается Александровским парком. К Верхнему саду с юга примыкает Оль-

гин пруд, являющийся частью Колонистского парка. К югу от него простирается обширный Луговой парк. К юго-западу от Нижнего парка в XVIII веке сформировался пейзажный Английский парк. Вниз по Петергофской дороге, к западу от Нижнего парка с севера на юг протянулся парк Сергиевка, с востока граничащий с Собственной дачей. Характерной особенностью дворцово-паркового ансамбля Петергофа является его близость к морю. Из девяти парков ансамбля четыре северной границей имеют Финский залив. В этих четырех парках дворцы, играющие ключевую роль в ансамблях, расположены на краю естественной возвышенности, протянувшейся вдоль побережья моря. Ежегодно Петергоф посещают более 4 миллионов человек [5].

На территории нашей страны также присутствуют памятники дворцово-паркового искусства. Самым известным и хорошо сохранившимся из них является гомельский дворцово-парковый ансамбль – памятник природы республиканского значения, памятник архитектуры Гомеля 2-й половины XVIII – середины XIX веков, уникальный в Беларуси комплекс памятников природы, археологии, истории и архитектуры. Протянулся на 800 м вдоль правого (высокого) берега реки Сож. Центральный звеном комплекса является парк площадью 34 гектара. На территории парка насчитывается около 5 тысяч деревьев. В основном произрастает липа, акация, береза, каштан, ясень, клен остролистный и др. Имеется более 30 видов экзотов. Современный вид парк приобрел при И.Ф. Паскевиче. Руководил работами по разбивке парка польский архитектор Адам Идзковский. Парк разделен Лебяжьим прудом на две части – южную (где находится дворец Румянцевых-Паскевичей, Собор св. Петра и Павла, часовня-усыпальница Паскевичей, памятник Н.П. Румянцеву) и северную (располагается парк аттракционов, Зимний сад, смотровая башня, являющаяся бывшей трубой сахарного завода). Композиционным центром ансамбля является построенный в стиле классицизма дворец, который воплотил в художественной форме дух екатерининской эпохи. Часовня-усыпальница семьи Паскевичей была создана в псевдорусском стиле в 1889 году по проекту архитектора Е.И. Червинского при участии художника С. Садикова. По проекту английского архитектора Джорджа Кларка в 1809–1824 году недалеко от дворца возведен Петропавловский собор, ныне являющийся кафедральным собором Гомельско-Жлобинской епархии Русской православной церкви [6].

Таким образом, мы видим, что дворцово-парковые ансамбли являются уникальными памятниками не только архитектуры и ландшафтного дизайна, но также несут историческую и культурную ценность. Многие дворцово-парковые ансамбли являются уникальными не только для региона, в котором расположены (Гомельский дворцово-парковый ансамбль), но и памятниками, имеющими общемировое значение (Версаль, Петергоф), и ввиду своей уникальности имеют неоспоримую аттрактивную ценность и могут являться центрами туризма.

1. Курбатов, В.Я. Всеобщая история ландшафтного искусства. Сады и парки мира / В.Я. Курбатов – М.: Эксмо, 2008. – 736 с.
2. Прево, Ф. История садов / Филип Прево. – Бордо: Editions Sud Ouest, 2006. – 377 с.
3. Тёрнер, Т. История сада: философия и дизайн / Том Тёрнер – Нью-Йорк.: Spon Press, 2005. – 302 с.
4. Верле, П. Версаль / Пьер Верле – Париж.: L A F, 1985 – 514 с.
5. Ардикуца, В.Е. Петродворец: путеводитель / В.Е. Ардикуца. – Л.: Лениздат, 1974. – 192 с.
6. Гомельский дворцово-парковый ансамбль. [Электронный ресурс] / Гомель. – Режим доступа: <http://www.palacegomel.by/index.php?do=static&page=history> – Дата доступа: 01.03.2012.

ОЦЕНКА АТТРАКТИВНОСТИ ЗЕЛЕННЫХ НАСАЖДЕНИЙ

Абраменко А.А., 5-й курс

Научный руководитель – М.А. Нагорный, канд. геол.-минерал. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Ни один город, или любой другой населенный пункт, немислим без зеленых насаждений. Они не только очищают воздух и выполняют функцию «легких города», но также обеспечивают эстетическое удовлетворение от смены среды и связь человека с природой.

Зеленые насаждения в городской черте подразделяются на: насаждения специального назначения (питомники, санитарно-гигиенические щиты и др.); ограниченного (на территории школ, больниц и т. д.) и общего пользования. К последним относятся сады, парки, скверы и бульвары, и именно о них пойдет речь, так как из самого их названия следует, что доступны они должны быть всем желающим [1]. Также к группе зеленых насаждений общего пользования относятся ботанические сады и их разновидности, зоопарки и лесопарки.

Но зеленые насаждения исполняют не только эстетическую и ознакомительную функции. Они также являются историко-культурным достопримечательностями, способными привлекать миллионные потоки туристов. Яркими примерами могут служить парки Версаля и Петергофа, которые ежегодно принимают шесть и более четырех миллионов туристов соответственно. Оба данных объекта внесены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО [2].

Но как определить, какой парк или сквер являются привлекательными для туристов и могут служить объектом туризма, а какие зеленые насаждения являются рядовыми и никакой ценности, кроме факта своего существования, да и то только для местного населения, не несут?

Поэтому была разработана методика оценки аттрактивности зеленых насаждений, при использовании которой получается более объективная оценка их привлекательности с точки зрения туристического потенциала.

Сначала были изучены основные факторы, которые помогают определить уникальность того или иного объекта и позволяют наиболее точно его охарактеризовать.

Зеленые насаждения сочетают в себе два сакраментальных для человека понятия: природу и искусство. Изначально зеленые насаждения разбивались по французскому, так называемому регулярному типу, который характеризовался прямой линией, искусственностью композиций и сильным изменением ландшафта. Такой сад или парк должен был послужить примером господства человека над природой. Жилое здание возвышалось над парком и доминировало в общем ансамбле. Позже на смену ему пришел пейзажный тип, или английский, характеризовавшийся естественностью композиций. Такой сад подчеркивал единение человека с природой, жилое здание вписывалось в общий ансамбль парка [3].

Таким образом, мы видим, что изначально зеленые насаждения объединялись с окружающими их архитектурными ансамблями, или же задумывались непосредственно вместе с ними в одном проекте и, как любой объект искусства, они имеют эстетическую составляющую, то есть воздействуют на чувства и разум людей путем их приобщения к искусству и природе одновременно.

Большинство зеленых насаждений имеют не только эстетическую познавательную ценность. Они также могут быть объектами истории и культуры, как шедевры искусства (Версаль), или быть связаны со знаменательными событиями (Булонский лес, где подписывался акт о капитуляции Германии) или жизнью и деятельностью знаменитых людей (сквер имени Янки Купалы, на территории которого некогда располагался дом, где жил поэт, а ныне расположен музей его имени).

Немаловажным является такой фактор, как необычность, либо экзотичность зеленых насаждений. Экзотика – понятие относительное. Для жителей юга экзотичными будут казаться наши высокие сосны и пышные березы, нам же в новинку кажутся пальмы и кипарисы. Объекты, сочетающие наибольшее количество необычных, либо не характерных для других территорий, растений, будут привлекать большое внимание, как приезжих туристов, так и местного населения. К ним, прежде всего, относятся ботанические сады и парки, которые располагались, либо и ныне располагаются, на территориях дворцово-парковых ансамблей.

Также значительное влияние на общее впечатление от посещения парка или сада оказывает также уровень его ухоженности, благоустройства и наличия инфраструктуры. Гораздо приятнее прогуливаться по вымощенным красивой плиткой, аккуратно убраным тропинкам, нежели идти, спотыкаясь по вздувшемуся асфальту, обозревая горы мусора, скопившиеся кругом [4].

Таким образом, оценка аттрактивности зеленых насаждений основана на последовательном анализе таких критериев, как:

- эстетическая ценность;
- историко-культурная ценность;
- экзотичность;
- степень ухоженности и сохранности;
- наличие и развитость инфраструктуры.

При анализе критерия «эстетическая ценность» оценивались такие показатели, как:

- панорамность – общий вид парка и его единство с окружающими его объектами;
- вертикальная и горизонтальная контрастность среды – наличие различных видов цветочных композиций, многолетних и однолетних трав, кустарников и деревьев;
- единство стиля, формы и композиции;
- степень и целесообразность антропогенного вмешательства – наличие созданных руками человека объектов (скамеек, статуй, фонтанов);
- комфортность.

При анализе критерия «историко-культурная ценность» оценивались: время возникновения зеленого насаждения; степень его измененности с момента возникновения; причина, по которой был создан; связь с историческими событиями, жизнью и деятельностью знаменитых людей; упоминание в культуре и искусстве; ценность как части архитектурного ансамбля либо самостоятельной единицы.

При анализе критерия «экзотичность» оценивались: отсутствие аналогов; наличие «жемчужин коллекции» – объектов, не свойственных другим зеленым насаждениям; связанные с местом легенды; общая экспозиция коллекции.

При анализе критерия «степень ухоженности и сохранности» оценивались: степень сохранности дорожного покрытия; наличие мусора на территории; частота проведения стрижки кустов, газонов и деревьев; наличие или отсутствие посадок молодых саженцев; разрешен ли выгул домашних животных.

При анализе критерия «наличие и развитость инфраструктуры» во внимание принималась площадь зеленого насаждения. Оценивались: наличие мест отдыха, их обустройство; наличие указателей и плана местности; наличие точек питания; развлечения предоставляемые на территории; наличие урн; наличие туалетов; место нахождения объекта относительно основных транспортных путей города.

Была разработана балльная оценка, которая позволила оценить аттрактивность зеленого насаждения, как по каждому критерию в отдельности, так и в общем смысле.

Зеленые насаждения являются неотъемлемой частью и определяют внешний вид любого города. Поэтому так важен внешний вид их самих, вследствие

чего нужно проводить мониторинг и осуществлять реконструкцию тех объектов, которые не соответствуют потребностям как туристов, так и жителей самого города.

1. Курбатов, В.Я. Всеобщая история ландшафтного искусства. Сады и парки мира. / В.Я. Курбатов. – М.: Эксмо, 2008. – 736 с.

2. Тёрнер, Том История сада: философия и дизайн / Том Тёрнер. – Нью-Йорк.: Spon Press, 2005. – 302 с.

3. Лобанов, Ю.Н. Отдых и архитектура. Будущее и настоящее / Ю.Н. Лобанов. – Л.: Стройиздат, 1982. – 200 с.

4. Стаускас, В.П. Градостроительная организация районов и центров отдыха / В.П. Стаускас. – Л.: Стройиздат, 1977. – 164 с.

УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИТАНИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМТСТВА

Абрамчук А.В., 4-й курс

Научный руководитель – И.А. Черкасов, канд. филос. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Актуальность темы исследования продиктована жизнью, утверждением туризма как перспективного направления в стратегии модернизации Республики Беларусь. Успех решения задачи утверждения страны в качестве туристической Мекки в значительной степени обусловлен способностью обеспечить уровень качества услуг, соответствующий мировым требованиям в направлениях деятельности, обслуживающих туризм.

Как любая специфическая отрасль, индустрия туризма и гостеприимства обладает рядом совершенно уникальных особенностей, выделяющих ее среди других отраслей. В то же время, есть типичные проблемы, являющиеся следствием нерешенности тех или иных конфликтов, присущие всем другим хозяйственным объектам, независимо от вида деятельности, в том числе и предприятиям питания. Общественная жизнь немыслима без столкновения идей, жизненных позиций, целей, как отдельных людей, так и малых и больших коллективов, других сообществ. Постоянно возникают расхождения и противоречия различных сторон, нередко перерастающие в конфликты.

Важным является соответствующее управление этим процессом, задачей которого должно быть предупреждение возникновения нежелательных, негативного плана конфликтов, придание неизбежным конфликтным ситуациям конструктивного характера.

Зачастую менеджерам приходится работать с организациями, сталкивающимися с серьезными трудностями при налаживании эффективного общения, договариваться с людьми и группами, имеющими несколько оснований для конфликта. И здесь роль и задача менеджера заключается в том, чтобы грамотно управлять конфликтами: разрешать, ликвидировать контрпродуктивные конфликты и стимулировать, направлять в нужное русло продуктивные конфликтные ситуации. Однако тот или иной исход вмешательства в конфликт зависит от личного опыта и интуиции руководителя.

Если конфликт не под контролем, то он может причинить вред организации. Острый конфликт способен вызвать стресс, беспокойство, неудовлетворенность, высокую текучесть кадров, невыходы на работу и низкую результативность работы сотрудников.

Чтобы предотвратить конфликты либо направить их в созидательное русло, нужно уметь их урегулировать.

Управление конфликтом представляет собой сознательную деятельность по отношению к нему, осуществляемую на всех этапах его возникновения, развития и завершения участниками конфликта или третьей стороной. Важно не блокировать развитие противоречия, а стремиться разрешить его неконфликтными способами. Управление конфликтами включает их предупреждение и конструктивное завершение. Некомпетентное управление конфликтами социально опасно.

Правильное применение методов профилактики и урегулирования конфликтов будет способствовать установлению благоприятного социально-психологического климата в коллективе, что в свою очередь скажется на устойчивой заинтересованности работников в высоком уровне результативности их труда, и в итоге на эффективности работы всей организации.

Наиболее характерными для индустрии питания разнообразными конфликтами являются структурные конфликты, инновационные конфликты, конфликты справедливости и динамические конфликты. Управление этими конфликтами предполагает ломку сложившихся в эпоху командно-административной системы общественной жизни стереотипов и традиций решения управленческих задач и активное внедрение рыночных механизмов, основанных на состязательности, конкуренции, учете конкретного вклада каждого сотрудника в общее дело. Инновационные конфликты возникают каждый раз, когда в организации что-то меняется. Любое нововведение в той или иной степени затрагивает интересы многих сотрудников. Кто-то перемещается на другую должность, кто-то должен взять на себя дополнительную нагрузку, в каких-то звеньях меняются взаимоотношения, кто-то должен переучиваться и т. п. Управление такого рода конфликтами напрямую связано с эффективным социально-психологическим, кадровым и организационным обеспечением, проведением разъяснительной работы в коллективах управления.

Эффективно работающее предприятие предполагает единовременное функционирование всех стадий и направлений менеджмента, т. е. взаимосвязь их во времени и пространстве.

Обеспечение прибыльности, а значит, эффективности работы всех подразделений предприятия питания – главная задача менеджмента. Она включает эффективное использование живого труда (кадров), обеспечение творческой активности работников.

Какой бы характер хозяйственная деятельность ни носила, но если она направлена на получение прибыли или предпринимательского дохода, то можно сказать, что она осуществляется при помощи менеджмента.

Следовательно, эффективная система управления на предприятиях питания возможна при научном управлении. То есть это управление с правильно выбранными целями, средствами их достижения, при наилучшем использовании ресурсов, с получением наивысших результатов. Эффективная система управления организацией по определению обязана овладеть технологиями управления конфликтами.

КОМПЛЕКСНОЕ РАЗВИТИЕ БОЛЬШОГО СОЧИ

Акулова Е.Ю., 4-й курс

Научный руководитель – З.А. Атаев, д-р геогр. наук, доцент

Современный технический институт (Российская Федерация, г. Рязань)

Россия имеет колоссальный туристический потенциал: богатейшие природно-климатические ресурсы, историко-культурное наследие делают страну одной из самых перспективных с точки зрения туристического освоения.

Сегодня в стране традиционно наибольшим спросом пользуются ресурсы Большого Сочи – самого крупного курортного города Черноморского побережья России, протяженностью 145 км (4 района: Адлерский, Хостинский, Центральный и Лазаревский). К тому же город обладает высоким инвестиционным потенциалом, где стимулирующими причинами выступают: богатые природные и рекреационные ресурсы; политическая стабильность; выгодное экономико-географическое положение; 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 капиталовложений в развитие санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края. И как следствие, наблюдается повышение привлекательность и популярность курортов Большого Сочи (летняя «столица» России).

В настоящее время инфраструктурное и социально-экономическое развитие Сочи идет в контексте проведения зимних Олимпийских игр (2014 г.). С этим событием связаны прогнозные перспективы и тенденции развития курорта в целом. Запланировано строительство не только спортивных объектов, но и новых средств размещения, в том числе двух Олимпийских деревень в Нижнеимеретинской долине и в районе Красной Поляны, культурно-досуговых объектов, медицинских учреждений, обновление инфраструктуры города и т. д. Сочи – это крупнейший инвестиционный проект государства, а его реализация сможет повысить статус курорта и вывести его на мировой уровень.

Чтобы стать конкурентоспособным курортом мирового уровня, Сочи уже сегодня должен развиваться комплексно по всем направлениям. Олимпийские игры в России в Сочи – это тот редкий случай, когда город получает все шансы по-новому раскрыть туристический и спортивный потенциал, решить многие застарелые проблемы. Но при этом нужно объективно понимать, что Олимпийская программа не решит всех проблем города-курорта, и необходимо самостоятельно прорабатывать определенные направления развития, которые в будущем дадут положительную динамику. В основе всех преобразований должен стать детализированный генеральный план развития Сочи на 20–25 лет вперед.

Не менее важным направлением развития города должно стать реформирование и развитие санаторно-курортного комплекса. Во всех существующих сегодня целевых программах Сочи фигурирует как горно-климатический курорт, однако не стоит забывать, что, в силу природных особенностей и лечебных факторов, город может и должен носить статус бальнеологического курорта. Для успешного развития этого направления необходимо привлекать инвестиции в строительство санаториев в непосредственной близости с источниками минеральных вод. Наиболее перспективно развитие источников Чвижепсе, так как они находятся рядом с федеральной автодорогой и на пути в пос. Красная Поляна, который уже в 2014 году будет полноценным горнолыжным курортом мирового уровня.

Для широкого привлечения инвестиций Сочи нужны «налоговые каникулы», которые смогут снизить нагрузку на бизнес в первые годы вложений, что придаст новый импульс развитию курорта с последующей компенсацией налоговых потерь в бюджеты всех уровней. Если система заработает, срок окупаемости объектов курортной инфраструктуры резко сокращается, что будет интересно бизнесу. Следующий шаг в развитии санаторно-курортного потенциала Сочи связан с расширением существующей пляжной полосы, а в долгосрочной перспективе и перенос железнодорожных путей от побережья вглубь города. Практически на всем протяжении Сочи ширина существующей пляжной полосы колеблется в интервале от 10 до 30 метров, что накладывает определенные ограничения на их использование.

Другой важный фактор развития Сочи – это наличие профессионально подготовленных управленческих кадров в области гостиничного бизнеса. К сожалению, знаменитые гостиничные сети и зарубежные управляющие компа-

нии не спешат развивать свой бизнес в Сочи, и несмотря на то, что город будет столицей Олимпийских игр 2014 г., многие из этих компаний занимают выжидательную позицию. Прежде всего это связано с тем обстоятельством, что специалисты и профессионалы заранее просчитывают перспективы и возможные риски от участия в том или ином проекте. И самый сложный момент связан с тем, что никто не может гарантировать стабильный и, главное, регулярный приток гостей в город Сочи в период после проведения Олимпийских игр.

Для таких прогнозов есть серьезные основания. Так, в силу климатических особенностей летний сезон в Сочи длится только 4 месяца (с июня по сентябрь), что заметно меньше, чем на курортах Средиземного моря и даже в Турции. Также пока не развита сеть пассажирского авиасообщения Сочи с крупными городами России и зарубежья. Более того, в стоимость авиабилетов на внутренние рейсы, в отличие от международных, включается НДС, а сама стоимость авиабилетов порой сравнима по стоимости с недельным отдыхом в Турции или Египте.

Еще один лимитирующий развитие фактор связан с отсутствием в Сочи развитой индустрии развлечений (в том числе из-за ограничений федерального законодательства на регулирование деятельности организаций игорного бизнеса). С учетом будущей перестройки прибрежного кластера, после проведения Олимпиады, ряд спортивных сооружений будет перевезен в другие города России. Тогда логичным видится появление закрытой игорной зоны со своими казино и развлекательными центрами в Нижнеимеретинской низменности. Такие меры позволили бы значительно увеличить загрузку гостиничного комплекса в постолимпийский период, особенно в осенне-зимний сезон. Тогда за счет использования развитой транспортной инфраструктуры жители и гости курорта могли бы совмещать горнолыжный и пляжный отдых с посещением казино и торгово-развлекательных центров. Однако единственное, на что пока могут рассчитывать крупные зарубежные управляющие компании при планировании своей деятельности в Сочи, – это летний сезон, экскурсионные возможности Сочи и тематический парк развлечений «Сочи-Парк» (строится в Имеретинской низменности, вблизи от Олимпийских объектов).

Следующий «болевым моментом» – пространственно-дифференциального характера. После проведения Олимпийских игр в Имеретинской низменности и на Красной Поляне будут функционировать многочисленные гостиницы, которые будут соответствовать всем мировым требованиям, а вот санаторно-курортные объекты побережья в большинстве своем будут значительно отставать от них по уровню сервиса и комфорта. Особенно этот диссонанс будет заметен к периферии от центра Олимпийской деревни в сторону Лазаревского района Сочи. Сейчас в Лазаревском районе существуют десятки километров побережья, которое никак не освоено и где нет никаких санаторно-курортных объектов. И для решения этой задачи также нужно привлекать соответствующие экономические и налоговые инструменты регулирования.

Сочи с позиции местных жителей, кроме как климатическими богатствами, пока похвастать нечем. Сегодня в городе не существует эффективной системы теплоснабжения, современного транспорта, сети внутренних микрорайонов. Вопросы озеленения и благоустройства города не соответствуют мировым стандартам. Следует подумать о сохранении природных богатств и защите экологии города. В этом направлении большая заинтересованность в приходе инвестора, который бы сумел реализовать в Сочи комплексную программу озеленения и благоустройства территорий с учетом особенностей ландшафта и климатических условий Сочи, смог бы внедрить современные системы ухода и полива цветов и уличных растений.

Сегодня Черноморское побережье Краснодарского края – это единственная альтернатива отечественного санаторно-курортного комплекса зарубежным курортам. И если не развивать это направление сегодня, то уже завтра мы сможем оказаться совершенно невостребованными на рынке. Только в поступательном развитии можно перестроить всю экономику города: сделать ее привлекательной для инвестиций и конкурентоспособной по сравнению с другими курортами мира; сможем сохранить и приумножить природные богатства; развить утраченный потенциал реабилитационно-восстановительного лечения; обеспечить достойный уровень развития индустрии развлечений и гостеприимства. Задача эта действительно сложная, но, тем не менее, ее решение представляется реальным. Иначе завтра Большое Сочи сможет оказаться совершенно невостребованным на высококонкурентном рынке курортов мирового значения.

1. Луцык, А. Сочи – город с перспективой развития / А. Луцык // Огни Сочи. – № 8 (27). – Август. – 2011.

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

ТУРЫСТЫЧНЫ ПАТЭНЦЫЯЛ СВЯЦКА ВАЛОВІЧАЎ

Алейнікава А.Р., 3-й курс

Навуковы кіраўнік – В.Р. Карнялюк, дацент

Гродзенскі дзяржаўны ўніверсітэт імя Янкі Купалы, Рэспубліка Беларусь

Беларусь напоўненая дзіўнымі і ўнікальнымі мясцінамі. І кожны куточак нашай зямлі мае вялікае значэнне для краіны і для кожнага чалавека, які любіць сваю Бацькаўшчыну. Кожны куточак годны ўвагі.

Адным з такіх мест з'яўляецца Свяцк, маленькая весачка з магнацкім палацам.

Свяцк, знаходзіцца недалёка ад горада Гродна (12 км), калі ехальце у бок Аўгустоўскага канала. Мясцовыя жыхары называюць яе Святак. На жаль, сёння мала хто ведае, што гэта за месца і што цікавага там можна убачыць. Але Свяцк – дзіўнае месца, пра якое існуе вялікая колькасць таямнічых гісторый і лягенд. Існуе, напрыклад, легенда, што дзесьці ў гэтых месцах размяшчалася адна з паганскіх капалянь. Прырода Свяцка вабіць сваёй мілай прыгажосцю і мяккасцю. Тутэйшыя рэшткі паркавых прысадаў і сажалак ўжо колькі часу недобраўпарадкаваныя чалавекам.

Упершыню Свяцк узгадваецца ў 1567 годзе. Першым уладаром гэтай зямлі стаў пан Велямоўскі. А праз стагоддзе Свяцк патрапіў да гарадзенскага маршалка Юзэфа Валовіча. Гэтыя цудоўныя мясціны настолькі спадабаліся Валовічу, што ён вырашыў заснаваць тут сваю рэзідэнцыю. Але не паспеў, памер. Свяцк перайшоў да ягонага сына Антонія. Антоній вырашыў здзейсніць задуму бацькі, ён дакупіў яшчэ некалькі фальваркаў, вырашыў заснаваць тут рэзідэнцыю Валовічаў.

На той час у нас на Беларусі працаваў італьянскі архітэктар Джузеппе Сакка. Антонію так спадабаўся праект Сакка, што ён выкупіў яго ў караля РП Панятоўскага. Такім чынам, у Свяцку італьянскі архітэктар, спецыяльна для Валовічаў, пачаў будаўніцтва палаца ў стыле ранняга класіцызму. Палац атрымаўся на дзіва прыгожым. Унутры палаца размяшчаліся залі, якія часткова захаваліся да нашых дзён. Кожная зала была створана ў сваім непараўнальным стылі [3].

Кажуць, што у палацы з’яўляецца прывід, і па сёняшні дзень расказваюць, быццам чуваць у пакоях нейкія крокі, падае мэбля, грукат, а калі знаходзішся у палацы, адчуваеш, што быццам за табой нехта сочыць.

Вакол самага палаца быў разбіты цудоўны парк. Дарэчы, гэты старажытны парк захавалася ў немалай ступені і па сёняшні дзень. Раней у парку знаходзілася багатая калекцыя іншаземных раслін. Па сёняшні дзень ў парку знаходзіцца больш за 30 відаў розных раслін. У парку можна убачыць рэшткі пладовага саду, шматлікія віды хвой, і экзатычныя расліны. Раней у парку знаходзіліся чатыры сажалкі. Адна з сажалак лічылася самай чыстай, дно ў яе было ўслана дубовымі дошкамі. Доўгі час за паркам і сажалкамі ніхто не глядзеў і ад ранейшай чысціні сажалак нічога не засталася. Будзе вельмі добра, калі мы зможам вярнуць саду мінулы выгляд, і па вадзе ізноў паплывуць чонькі і гандолы, як у сапраўднай Венецыі [2].

Побач са сваім палацам Валовічы пабудавалі маленькую сямейную каплічку. І нават па сёняшні дзень існуе падземны ход, які вядзе ад палаца і да каплічкі. Цяпер каплічку аддалі католікам, і зараз там вядзецца рэстаўрацыя, раз на тыдзень сюды прыязджае ксендз і ідуць набажэнствы.

Палац Валовічаў – гэта самы ўнікальны помнік архітэктуры ў Гродзенскім раёне. Яго дакладная копія знаходзіцца ў Версале.

Пасля Валовічаў Свяцкам пачалі ўладарыць шляхцічы Гурскія. Юзэфа Гурскага мала цікавілі краявіды, ён пабудаваў у Свяцку завод, і на ім выраблялі цукар, глюкозу, адным словам, усё тое, з чаго вырабляюцца дзіцячыя слодычы. Зараз завод разбураны. Гэта яшчэ адзін аб'ект, які можна было бы прывесці ў належны выгляд і зрабіць з яго экскурсійны аб'ект [3].

Свяцк выдатнае месца для актыўнага адыху, агратурызма і культурна-пазнавальнага турызма. Усё, што патрэбна для развіцця гэтых відаў турызму, у Свяцку ёсць: гэта цудоўная прырода, чысты воздух, свая гісторыя, помнікі архітэктуры, прыхаваная сіла і мілая прыгажосць. Свяцку не хапае толькі ўмелых рук і новых ідэй.

Недалёк ад Свяцка знаходзіцца Аўгустоўскі канал, помнік гідратэхнічнага дойлідства, размешчаны ў ахоўнай зоне UNESCO. У вакольных лясах раскіданыя знакі Першай і Другой сусветных войнаў: фарты Гродзенскай крэпасці і доты, дзоты 68-га Гродзенскага умацаванага раёну [1].

У свой час адзін з галоўных ўрачоў прафілакторыя, што месціўся ў палацавых пабудовах, быў аматарам геалогіі і сабраў некаторую калекцыю валуноў, якія размяшчаюцца непадалёк ад палаца. Свяцкія валуны чароўныя, яны выконваюць жаданні, трэба толькі прашаптаць яго валуну.

Свяцк – гэта ідэальнае месца. Цікавыя экскурсіі, рыбалка на беразе маляўнічага возера, захапляючыя гісторыі, чыстае паветра і спеў птушак – тое, што трэба для адпачынку турыстаў.

Пакуль толькі адна сядзіба «Ля Свяцка» ёсць побач са Свяцкам, яна знаходзіцца на адлегласці 18 кіламетраў ад Гародні, і ў 100 метрах ад сядзібы Валовічаў. Гаспадары сядзібы знаёмяць сваіх гасцей з гісторыяй краю, народным фальклорам, рамёствамі, нацыянальнай кухняй.

Згаданыя адметнасці гісторыі, архітэктуры і прыроднага багацця Свяцка даюць падставу лічыць, што ёсць вялікі патэнцыял для ператварэння гэтай мясцовасці ў актыўную рэкрэацыйную зону, у месца транзітных экскурсійных маршрутаў, тураў, вандровак актыўнага турызму. Але зрушыць з мёртвай кропкі справу могуць толькі супольныя намаганні дзяржаўных і прыватных суб'ектаў турыстычнай індустрыі.

Калісці свяцкая зямля была напоўнена вяселлем. А па дарозе да палаца пад'язджалі карэты і брычкі. У палацы балявалі, вокны гарэлі яркім святлом. Вельмі б хацелася, каб гэтыя мясціны, як і раней, напоўніліся жыццём.

1. Лютик, Д., Сто лет одиночества. Неизвестная крепость Российской империи. Путеводитель по фортам крепости Гродно / А. Семенчук, Д. Лютик. – М.: ООО «Юст-маж», 2011. – 48 с.

2. Чантурыя, У. Свяцкі палац / А. Чантурыя // Вялікае княства Літоўскае: Энцыкл.: у 2 т. – Т. 2. – 2-е выд. – Мінск: БелЭн, 2007. – С. 560–561.

3. Свяцк. Сядзіба Валовічаў [Электронны рэсурс] – Режим доступа : <http://dzivactva.blog.tut.by/2008/08/06/svyatsk-syadziba-valovicha%D1%9E/> – Дата доступа : 21.03.2012.

МЕСТО И РОЛЬ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Андросов В.Ю., 4-й курс

Научный руководитель – И.А. Черкасов, канд. филос. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Туризм – одно из наиболее динамичных явлений современного мира. В последнее время он приобрел колоссальные темпы роста и масштабы влияния на уровень развития мирового сообщества в целом, а во многих странах является базовой отраслью экономики. В Республике Беларусь туризм – молодая отрасль, развитие которой должно быть направлено на формирование современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса рыночного типа, обеспечивающего удовлетворение потребностей отечественных и зарубежных граждан в туристических услугах и пополнение доходов государства [1].

Событийный туризм – это когда туристы (клиенты туристских фирм) становятся живыми свидетелями величайших событий в мире спорта, культуры и искусства. Такие поездки остаются в памяти как одни из самых ярких моментов в жизни. Клиенты становятся в разряд тех редких избранных во всем мире, кто видел то, что больше никогда не произойдет.

Актуальность исследования событийного туризма заключается в том, что ключом к раскрутке туристического рынка Республики Беларусь может стать именно это направление туризма. Событийный туризм – это очень серьезный бизнес. Его развитие должно способствовать решению вопроса формирования имиджа Республики Беларусь, без которого привлечение инвестиций в экономику будет невозможным. Ничто лучше, чем событийные мероприятия, на имидж не работает.

Несмотря на относительную молодость событийного туризма как предмета научных исследований, в современной системе экономических и географических наук оформилось самостоятельное направление, связанное с анализом различных аспектов его развития, которое определяется как туристика. Событийный туризм – это одно из новых направлений туризма, в котором основная цель поездки приурочена к какому-либо событию или редкому природному явлению. Это могут быть мероприятия культурного, спортивного, этнографического, выставочного (делового) характера [2].

Событийный туризм делится на 4 основных вида:

- культурный,
- спортивный,
- этнографический,
- деловой (в том числе: классические деловые поездки, участие в выставках, семинарах и конференциях) [3].

К событийному туризму относятся только те события, которые приносят какой-либо доход, и считаются ресурсной составляющей места их проведения.

Событийный туризм совмещает в себе традиционный отдых и участие в зрелищных мероприятиях. Событийный туризм различается по масштабу события и по тематике события. Далее мы перечислим основные тематические виды событийного туризма.

1. Национальные фестивали и праздники.

2. Карнавалы и народные праздники особенно любимы туристами. Тысячи туристов притягивают карнавалы и народные праздники, проводимые в Бразилии, Венеции и Кельне, бега быков в Памплоне, помидорная битва «Томатина» в Буньоле, театрализованные шоу.

3. Фестивали кино и театра. Ежегодно в Беларуси и мире проводится множество фестивалей кино и театра.

4. Гастрономические фестивали, на которых веселятся и дегустируют молодое вино, хорошее пиво, морепродукты и шоколад, сыр. Одним из всемирно известных фестивалей является Октоберфест, который ежегодно проводится в Мюнхене, Германия, и собирает миллионы поклонников баварского пива из многих стран. Октоберфест знаменателен еще и тем, что это не только фестиваль, но и большой карнавал. В России есть свои гастрономические праздники. В Суздале ежегодно проводится день Огурца.

5. Фестивали и выставки цветов.

6. Модные показы. Особенно значимым событием в мире моды считается Салон Высокой моды в Париже.

7. Фестивали музыки и музыкальные конкурсы.

8. Спортивные события: олимпиады, чемпионаты, кубки мира и другие международные состязания, авторалли, гонки «Формула-1», теннисные и хоккейные турниры. Международные технические салоны. К ним можно отнести авиасалоны, где демонстрируют новейшие разработки в области авиации, и автосалоны.

Событийный туризм является актуальным в Республике Беларусь, которая благодаря географическим, природным, культурно-историческим, социально-экономическим, демографическим, научно-техническим факторам, а также благодаря хорошей ресурсной базе может использовать все возможности и выгоды от его развития. Однако большинство имеющихся объектов инфраструктуры требует реконструкции и модернизации в соответствии с современными требованиями, а для дальнейшего развития событийного туризма требуется строительство новых, поскольку уже сейчас наблюдается нехватка ресурсов в отношении, например, выставочных и ярмарочных мероприятий, а также средств размещения.

1. Основные положения программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011 – 2015 годы [Электронный ресурс] – 2010. Режим доступа: <http://sb.by/2011/01/29/fresh/news/> – Дата доступа: 24.03.2012.

2. Шаповал, Г.Ф. История туризма / Г.Ф. Шаповал. – Минск: ИП Экоперспектива, 1999.

3. Азбука туриста [Электронный ресурс] – 2012. <http://азбука-туриста.рф/vidy-aktivnogo-turizma/7-faktov-o-sobytijnom-turizme.html> – Дата доступа: 02.02.2012.

БЕЛАРУСКАЯ ТРАДЫЦЫЙНАЯ КУХНЯ Ў РАЗВІЦЦІ ТУРЫЗМУ НА БЕЛАРУСІ

Антановіч А.С., 5-й курс

Навуковы кіраўнік – Т.А. Наваградскі, канд. гіст. навук, дацэнт
Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, Рэспубліка Беларусь

Шматвекавую вельмі багатую і цікавую гісторыю мае беларуская кухня. Яна складалася стагоддзямі пад уплывам розных фактараў. На яе стан паўплывалі геаграфічныя, палітычныя, сацыяльна-эканамічныя ўмовы. Гэта адбілася на асаблівасцях беларускай народнай кухні. Так, выраб розных страў у розныя поры года залежыў ад даступнасці таго ці іншага неабходнага кампанента [1, с. 3].

Беларуская кухня – гэта спадчына, якую пакінулі нашы продкі. Яна складалася на працягу вякоў і мае сваю гісторыю, традыцыі, асаблівасці, прыкметы, нормы, правілы і ўнікальнасць. Гэта неабходна захаваць, зберагчы і данесці да будучага пакалення. З дапамогай беларускай традыцыйнай кухні можна прыцягнуць і зацікавіць турыстаў. Пазнаёміць іх з беларускай культурай і з багатымі беларускімі звычаямі і традыцыямі. З дапамогай кухні можна развіць такі від турызма, як кулінарны або гастронамічны. У шматлікіх краінах ён ужо даўно існуе і актыўна дзейнічае. Турызм і кухня павінны актыўна ўзаемадзейнічаць і прыносіць адзін аднаму карысць у развіцці і захаванні народнага багацця.

Галоўнай састаўной часткай нацыянальнай культуры з’яўляюцца традыцыі харчавання, спосабы прыгатавання ежы і стравы. Нацыянальная кухня – візітная картка кожнай краіны [2, с. 7].

З развіццём у краіне аграэкатурызму беларуская традыцыйная кухня пачала больш развівацца і складаць адну з галоўных частак у фарміраванні нацыянальнага багацця. З павелічэннем колькасці сельскіх сядзіб наведвальнікі пачалі знаёміцца з паўсядзённым жыццём сялян і пачалі актыўна ўдзельнічаць і ўжывацца ў такі лад жыцця. З дапамогай гэтага яны знаёмяцца з беларускай культурай, адчуваюць сябе сапраўднымі жыхарамі вёскі, адпачываюць ад паўсядзённага жыцця.

Шчырае захапленне атрымліваюць турысты ад беларускай традыцыйнай кухні. У апошні час усе больш папулярнымі і запатрабаванымі становяцца кулінарныя вырабы, зробленыя з натуральных вясковых прадуктаў, стравы і напіткі хатняга прыгатавання, створаныя на аснове традыцыйных рэцэптаў. Калі гаспадыня гатуе ежу ў сапраўднай печы па старажытных рэцэптах, якія

пакінулі ёй продкі. Калі хлеб набываюць не ў краме, а пякуць самі. Калі рыбу, грыбы ці ягады не набываюць, а ловяць і збіраюць самі. Больш усяго цікава тое, што наведвальнікам самім можна паўдзельнічаць у гэтым працэсе. Гэта на самой справе выклікае вялікую зацікаўленасць. Прыхільнікі здаровага і якаснага харчавання з задавальненнем наведваюць нашу краіну. Беларусь прываблівае турыстаў з дапамогай экалагічна чыстых прадуктаў харчавання, біразнастайнасцю, спосабамі апрацоўкі і прыгатавання якаснай і смачнай ежы. Яны знаёмяцца з аўтэнтычнай культурай, старадаўнімі і ўнікальнымі рэцэптамі.

З дапамогай развіцця турызму можна зберагчы беларускую традыцыйную кухню, падняць яе на больш высокі ўзровень, далей развіваць і з яе ўдзелам дапамагчы развівацца турызму ў краіне. З гэтага можна зрабіць вынік, што турызм і нацыянальная кухня залежаць адзін ад аднаго і знаходзяцца ў сталай узаемасувязі.

Натуральнае малако, мяса, гародніна і садавіна для беларусаў з'яўляюцца звычайнымі і паўсядзенымі, а для людзей, чые краіны запаланіў Фаст Фуд (хуткае харчаванне – «Fast food»), натуральныя прадукты харчавання з'яўляюцца рэдкасцю. Так, у 1989 годзе ўзнік рух Слоу Фуд (павольнае харчванне – «Slow food») для барацьбы з рухам Фаст Фуд як рэакцыя на знікненне мясцовых традыцый харчавання і знікненне інтарэса ў людзей да ежы, якую яны ўжываюць. На сёняшні час Беларусь таксама з'яўляецца ўдзельнікам руху Слоу Фуд. Натуральная, якасная, смачная ежа можа стаць брэндам нашай краіны. Менавіта гэта прываблівае аматараў натуральнай ежы з ўсяго свету. Шмат турыстаў, якія падарожнічаюць па свеце, выбіраюць гастронамічныя туры. Некаторая колькасць іх прыязджае ў Беларусь, каб паспрабаваць экалагічна чыстыя прадукты, пачынаючы з гуркоў, толькі што прынесены з агарода, завяршаючы салам або кумпяком. У Беларусі яшчэ не існуюць спецыяльна распрацаваныя гастронамічныя туры, але першыя крокі былі ўжо зроблены, і нават вельмі поспяхова. Каб далей папулярызаваць унікальныя стравы беларускай кухні, у 2008 годзе быў праведзены першы ў Беларусі міжнародны кулінарны фестываль «Мотальскія прысмакі» у вёсцы Моталь Іванаўскага раёна Брэсцкай вобласці. У першую чаргу поспех фестываля залежыць ад ініцыятывы мясцовага насельніцтва. У яго арганізацыі ўдзел прымаюць усе жыхары вёскі. Яны дэманструюць свае кулінарныя вырабы, розныя промыслы. Кулінарная спадчына маталян вельмі цесна звязана з іх культурай. Менавіта тут кулінарныя кампаненты вельмі добра злучаюцца з мясцовым фальклорам, танцамі, гульнямі.

Маталяне захавалі не толькі традыцыйную беларускую кухню, але і свае рэгіянальныя асаблівасці. Вёска здаўна славіцца сваімі мяснымі вырабамі: рознымі каўбасамі, паляндвіцамі, салам. Кожны год на фэсце ўсё больш захапляюць гасцей сваімі прадуктамі работнікі мясной прамысловасці. Яны гатуюць натуральныя каўбасы толькі па беларускім рэцэптам. Для гасцей яны ствараюць «вазы» з каўбас, «торты» з розных мясных вырабаў, «кнігі» з сала.

Яшчэ адным дзівам фестывалю з'яўляюцца мучныя вырабы. Вялікая колькасць сапраўдных пірагоў ў выглядзе розных фігурак, печыва, торты радуюць сладкаежак. Самае прыемнае для наведвальнікаў тое, што гэта ўсё можна паспрабаваць і набыць. Самае галоўнае на фестывалі – гэта дэманстрацыя гаспадынямі розных натуральных і экалагічна чыстых прадуктаў і страў беларускай кухні. У гэтым годзе фестывалю «Мотальскія прысмакі» ужо будзе пяць год, першы юбілей. Гэта свята за такі кароткі перыяд стала часткай жыцця мясцовага насельніцтва. Да яго рыхтуюцца ўвесь год і з нецярпеннем чакаюць усё больш і больш гасцей. Фестываль «Мотальскія прысмакі» сапраўды можа стаць турыстычным прадуктам на аснове кулінарнай спадчыны [3, с.6].

З пашырэннем колькасці сельскіх сядзіб з'явіўся большы інтарэс да беларускай культуры, гісторыі, звычаяў, святаў і нацыянальнай кухні. Менавіта тут можна добра развіваць і дэманстраваць беларускія традыцыйныя прысмакі. Адным з такіх прыкладаў з'яўляецца сядзіба «На Зарэчнай вуліцы». Яе гаспадыня Алла Палікарпук – вельмі добрая кухарка. Сваіх гасцей яна частуе толькі беларускімі прысмакамі. Ад прабабулі ёй засталіся ўнікальныя рэцэпты беларускай кухні, якімі яна ахвотна дзеліцца з турыстамі і другімі гаспадынямі. Пачынаючы з 2008 года, яна праводзіць на сваёй сядзібе кулінарны фестываль «Палесскія прысмакі» [4, с. 6].

Важным элементам у развіцці кулінарных традыцый на сядзібах з'яўляецца правядзенне майстар-класаў па дадзенай тэме. Некаторыя з іх гэта ўжо актыўна выкарыстоўваюць. Напрыклад, аўтар двух выданняў па беларускай кухні «Наша страва», гісторык кулінарыі Алесь Белы на сваёй сядзібе «Марцінова Гусь» прадстаўляе для наведвальнікаў сапраўдную беларускую ежу, знаёміць іх з рознымі тэхналогіямі прыгатавання ежы на Беларусі, распавядае пра традыцыйныя рэцэпты, гатуе некалькі страў, а потым частуе імі турыстаў. На сядзібе заўсёды праводзяцца тэматычныя вечары і свята, характэрныя для беларускай культуры. На кожнае такое свята гатуецца стол з адпаведнымі стравамі.

Беларусь мае вялікі пласт культурнай спадчыны, з дапамогай якога можна прыцягнуць турыстаў з розных краін свету. Адным з такіх аспектаў матэрыяльнай культуры з'яўляецца беларуская традыцыйная кухня. Менавіта ежа складае самую галоўную аснову для турыстаў. Наведваючы краіну, турысты імкнуцца пазнаёміцца з традыцыйнымі стравамі, таму што з дапамогай ежы можна пазнаёміцца з культурай, краінай і людзмі. Гэта падцвяржае знакамітая прымаўка «Человек есть то, что он ест».

1. Корзун, І.П. Беларуская кухня / І.П. Корзун. – Мінск: Ураджай, 1984. – 96 с.;
2. Навагродскі, Т.А. Традыцыі народнага харчавання беларусаў / Т.А. Навагродскі. – Мінск: НіА, 2000. – 112 с.;
3. Суслова, Н.В. «Мотальскія прысмакі» – людскасць і прымус / Н.В. Суслова // Туризм и отдых. – 2008. – 14 августа. – С. 6.
4. Суслова, Н.В. Праздник «На Заречной улице» / Н.В. Суслова // Туризм и отдых. – 2008. – 22 мая. – С. 6.

ПАМЯТНИКИ ПРИРОДЫ МОГИЛЕВСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ОБЪЕКТЫ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Бабич А.А., 4-й курс

Научный руководитель – И.А. Черкасов, канд. филос. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Актуальность исследования обусловлена давней и устойчивой репутацией Могилевской области как перспективного туристического района. Многие годы она является одним из самых популярных мест в Республике Беларусь, как для любителей путешествий, так и для инвесторов в сферу туризма.

Могилевская область обладает значительными ресурсами для привлечения туристов и инвесторов, в том числе: наличием целого ряда исторических памятников и интересных природных образований, которые принято называть памятниками природы. Необходимо отметить, что значительная их часть в силу пограничного положения Могилевской области по разным причинам была частично или полностью утрачена. Следует отметить относительную скудность природно-рекреационных ресурсов региона. Это обусловлено в первую очередь последствиями радиоактивного загрязнения в 1986 году в результате аварии на Чернобыльской АЭС. Это обстоятельство самым негативным образом сказывается на развитии туристской отрасли в регионе.

На протяжении последнего десятилетия отрасли туризма в нашей стране уделяется огромное внимание, поскольку, не имея богатых полезных ископаемых, Республика Беларусь вынуждена прибегать к альтернативным источникам пополнения государственной казны. Однако, как свидетельствует опыт прошлых лет, ни в одном из регионов Республики Беларусь, в том числе и в Могилевской области, не оказалось достаточно привлекательных туристских продуктов для привлечения сюда дополнительного потока иностранных туристов. Причем основная проблема здесь заключается не в самих исторических памятниках, либо памятниках природы, дело в отсутствии специалистов, способных разрабатывать программы для привлечения инвесторов, дело в сложной визовой политике Республики Беларусь, в отсутствии необходимой инфраструктуры (гостиницы, кафе, дороги).

Государственное регулирование рынка туризма, устаревшая законодательная база, несовершенная система налогообложения – все это замедляет развитие сферы туризма в Республике Беларусь. Только в последнее время (в период с 2008 по 2011 годы) государство стало предпринимать действительно эффективные меры по стимулированию предпринимательской инициативы, созданию привлекательного инвестиционного климата для развития въездного туризма в страну. Целью данной политики является привлечение дополнительных пото-

ков иностранной валюты в страну. С этой целью была максимально упрощена система налогообложения, стали предоставляться государственные кредиты для развития бизнеса, было упорядочено законодательство в данной сфере, что заметным образом повлияло на развитие туризма в Республике Беларусь. Определяющим нормативно-правовым актом, регулирующим направление развития туризма в стране, остается Программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы. В ней определены важнейшие направления в развитии отрасли. А именно: формирование конкурентоспособного рынка туристических услуг, формирование кадрового потенциала туристической индустрии, реализация комплекса маркетинговых мероприятий для повышения доходности сферы туризма в Республике Беларусь [1].

На основе этой Программы регионы государства, в том числе и Могилевская область, разработали свои местные программы. Так, на территории Могилевской области действует Программа развития туризма в Могилевской области на 2011–2015 годы, которая предусматривает в качестве основной цели развитие познавательного туризма и развитие объектов экскурсионного показа [2].

Такая ситуация вынуждает и вместе с тем обязывает туристические компании и государство к активизации действий по разработке новых перспективных направлений, ранее не получавших развития. Именно поэтому стратегия развития туризма и рекреационного хозяйства Могилевской области направлена на создание высокорентабельной отрасли, призванной обеспечить потребности внутреннего и международного туризма, усилить взаимосвязи туризма с другими сферами хозяйственного комплекса региона, сохранить памятники истории и культуры, повысить духовный потенциал общества.

Таким образом, актуальность создания нового туристического продукта в Могилевской области Республики Беларусь обусловлена отсутствием современных, привлекательных и специально разработанных экскурсионно-познавательных туров по памятникам природы Могилевской области, направленных на привлечение в регион иностранных, главным образом российских и украинских, туристов.

Разработка и создание туров по памятникам природы Могилевской области позволит стимулировать развитие индустрии туризма, решить проблему нехватки инвестиционных средств для дальнейшего развития отрасли.

1. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011 – 2015 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: mst.gov.by/ru/programma-razvitiya-turizma. – Дата доступа: 28.03.2012.

2. О Программе социально-экономического развития Могилевской области на 2006 – 2010 годы: решение Могилевского областного Совета депутатов, 26 октября 2006 г., №19-1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.levonevski.net/pravo/razdelb/text434/index.html>. – Дата доступа: 20.01.2012.

ЗДОРОВЫЙ ВЗГЛЯД НА ОТДЫХ

Баран В.В., Юцкевич О.Г., 3-й курс

Научный руководитель – Х.Х. Лавинский, д-р мед. наук, профессор
Белорусский государственный технологический университет,
Республика Беларусь

В настоящее время актуальным является отдых зарубежных граждан или жителей отдельных стран в санаториях, пансионатах, домах отдыха. Оздоровительный туризм тесно связан с такими видами туризма, как экологический (направлен на оздоровление организма с помощью экологических факторов: чистый воздух, наличие растительности, животных, наличие источников лечения, минеральных вод и т. д.) и социальный (направлен на расширение кругозора туриста, ознакомление его с жизнью, культурой, традициями народа, а также историей города или района).

Оздоровительный туризм имеет ряд отличительных черт:

1. Пребывание на курорте должно быть не менее 21 дня, иначе лечение окажется неэффективным.
2. Лечение на курортах довольно дорого, следовательно, оно рассчитано в основном на богатых клиентов или на больных, которым лечение оплачивает государство или предприятия.
3. На курорт едут в основном люди старшего возраста, которые делают свой выбор между курортами, специализированными на лечении конкретных заболеваний, и курортами смешанного типа, которые способствуют общему восстановлению сил.

Постройка специальных учреждений, предлагающих услуги лечебного характера, является оптимальным вариантом для решения проблем, связанных со здоровьем, и их лечением. Постройка туристическо-оздоровительных комплексов может приходиться на места сооружения АЭС как показатель безопасности и незагрязненности окружающей среды. В мире такой опыт практикуется и достаточно хорошо распространен.

В связи со сложившейся ситуацией в сфере атомного строительства в Республике Беларусь представляется возможным организация лечебно-оздоровительного учреждения, наряду с развитием инфраструктуры в целом, в районе будущего строительства АЭС.

Этим районом является Островецкий район Гродненской области. Климат данной территории относится к относительно благоприятному: средняя температура января – 5,9 °С, июля – 17,9 °С. За год выпадает 600 мм осадков. Зима мягкая и короткая, лето долгое и умеренно теплое. Водотоки и водоемы характеризуются высоким видовым разнообразием, значительным потенциалом биологического самоочищения и хорошим качеством воды. Из полезных ископаемых есть торф, песчано-галечный материал, глины, которые можно в

дальнейшем использовать в туристическо-оздоровительной деятельности. По совокупности природных факторов в регионе преобладают ландшафты устойчивые к химическому загрязнению. Сосновые, еловые, березовые леса, которые произрастают на данной территории, способствуют оздоровлению и поднятию иммунитета. Комплекс оборудуется в таком месте, где потребуется минимальное количество усилий для реализации проекта, чтобы сохранить нетронутость природы и не нарушить баланс естественных процессов, протекающих в окружающей среде. Отдых предоставляется для реабилитации и профилактики заболеваний, снятия стресса. Как молодые, так и люди пожилого возраста, как здоровые, так и требующие оздоровления смогут найти себе соответствующие их интересам занятия. Люди разных профессий и национальностей обретут здесь комфорт и почувствуют белорусское гостеприимство. Учреждение «собирает» вокруг себя различные категории отдыхающих: от простых рабочих до бизнесменов и представителей власти, от мусульман до католиков. Это говорит о хорошей организации учреждения и правильном выборе специалистов, которые смогут позаботиться не только о вашей безопасности, но и незабываемом отдыхе в этой местности.

В рамках теоретического планирования комплекса по проводимым мероприятиям оздоровления можно выделить следующие процедуры:

- диетическое питание;
- физиопроцедуры;
- лечение шунгитом;
- климатотерапия;
- бассейн, сауна;
- массаж (лечебный классический);
- бальнеотерапия (ванны).

При проектировании лечебно-оздоровительного комплекса необходимо учитывать и необходимость и целесообразность сооружения спортивных площадок. Спортивная площадка, расположенная на территории туристического объекта, дает возможность для занятия такими видами спорта, как баскетбол, волейбол, теннис. Использование инвентаря включено в стоимость путевки. Также посетителям предлагается бильярдная. Она находится в главном здании, что не требует перехода из основного здания в вспомогательное. В дополнение к вышесказанному представляется возможным проведение спортивных мероприятий в спортивно-оздоровительном комплексе, который находится в собственности райисполкома, при заключении соответствующего договора.

По территории района проходят следующие туристические маршруты, в которых могут участвовать все отдыхающие:

- «Призраки минувших столетий» (Островец – Ворняны – Гервяты – Солы – Жупраны);
- «Костелы Вилейского края» (Ошмяны – Гудогай – Островец – Ворняны – Михалишки – Гервяты – Солы – Сморгонь);

– Водный маршрут: оз. Баторино – оз. Мястро – оз. Нарочь – р. Нарочь – р. Виляя – д. Михалишки – р. Быстрица;

– Велосипедный: д. Михалишки – д. Ольховка – д. Малая Страча – д. Страчанка – д. Ключаны – оз. Тумское – д. Михалишки.

Таким образом, уникальные ландшафты Беларуси характеризуются благоприятным экологическим состоянием и наличием большого разнообразия важнейших природных ресурсов. Для них характерны высокая степень естественной растительности и диких животных, наличие редких форм рельефа, живописных озер и мест обитания исчезающих видов флоры и фауны. Островецкий край – не исключение.

Побывав хоть однажды в Островецком районе, влюбляешься в этот дивный синеокий край всем сердцем. Островецкая земля славится своими памятниками зодчества, в которых отразились разнообразные архитектурные стили. Многообразие ландшафтов и удачное сочетание лесов, болот, рек и озер.

*Маленькі астравок маеі зямлі,
Зялены Астравец над срэбнай Лошай,
Такі прытульны і такі харошы,
Як сонца, бор і родныя палі...*

Взгляните на жизнь здоровым взглядом, почувствуйте заботу природы, и вы станете благодарны за предоставление вам возможности эффективного оздоровления.

САКРАЛЬНОЕ ДЕРЕВЯННОЕ ЗОДЧЕСТВО БРЕСТЧИНЫ – ОСНОВА СОЗДАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

Бартош А.Г., 2-й курс

Научный руководитель – И.Л. Федорова

Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина,

Республика Беларусь

Территория Брестской области обладает значительным культурно-историческим потенциалом. В Государственный список культурного наследия Республики Беларусь внесено 693 недвижимых объектов Брестской области. Это такие объекты, как: Дуга Струве, Каменецкая башня, Брестская крепость, Ишкольдский костел Пресвятой троицы, Коссовский дворец, Пинский дворец Бу-тримовича, Пинский коллегиум иезуитов, Пружанский усадебно-парковый ансамбль, церковь Святой Параскевы Пятницы в д. Чернавчицы Брестского района и др. Особый интерес представляют памятники архитектуры, которые являются важными туристскими объектами региона (в области их насчитывается 288) [1]. Значительная часть представлена памятниками сакральной архитектуры.

Анализ основных характеристик объектов сакральной архитектуры (время создания, размещение, историческая ценность) показал, что на территории Брестчины преобладают православные церкви постройки XIX в. Они имеют разный архитектурный стиль: деревянное зодчество, классицизм, барокко, ретроспективный, неоготика, неорусский, русско-византийский. Основным материалом строительства православных церквей являлись кирпич и дерево. При этом большое распространение получили деревянные храмы, относящиеся к стилю деревянного зодчества.

Деревянное зодчество на протяжении многих столетий было основным видом архитектурного творчества белорусского народа. Изучение его национальной культуры, в том числе и архитектурного наследия, выявление прогрессивных традиций – проблема очень важная и актуальная. Бытовавшее одно время представление о красоте в архитектуре в основном как следствии грамотного решения лишь функциональных и технических вопросов оказалось бесперспективным. Важно не только выразить во внешнем облике здания его конструктивную суть или особенности использованных материалов. Не менее важны и заключенные в архитектуре богатства духовной культуры народа.

Дерево у белорусов, как и у других народов, живших в лесных местностях, имело большое значение для развития материальной культуры и искусства. Народный строитель соединял в себе зодчего и потребителя. Он не только возводил постройки, сажал сады, формировал интерьер хаты, сооружал ограды, но и пользовался всем этим, проверяя насколько удобно или, наоборот, неудобно созданное им окружение, красиво ли оно, выгодно ли с точки зрения экономики.

В Европе практически не осталось аналогов объектам деревянного зодчества, сохранившимся на территории Белорусского Полесья, поэтому сберечь это наследие для потомков – важнейшая задача. Решение ее связано с выявлением, сохранением и использованием строительных традиций, эстетических идей и архитектурных форм народного зодчества.

В настоящее время в Брестской области находится более 100 объектов деревянного зодчества, внесенных в Государственный список культурных ценностей. Как показали проведенные исследования, подавляющее большинство из них – деревянные церкви постройки XVI–XIX вв.

Наиболее ценными памятниками деревянного зодчества в области считаются: Никитская церковь в д. Здитово Жабинковского района, построенная в 1502 г. и перестроенная в 1787 г., которая является самой старой на территории области, Спасо-Преображенская церковь в д. Хмелево Жабинковского района, построенная в 1771 г., церковь Святого Николая в д. Дубой Столинского района, построенная в 1906 г., Георгиевская церковь (1724 г.) в Давид-Городке на реке Горыни – одном из старейших поселений на белорусской земле, представляет собой наиболее простой деревянный трехсрубный храм и является известным прообразом многих культовых зданий XVIII в., Михайловская церковь (1796 г.) в д. Рубель Столинского района и др.

Изменение быта и хозяйственного уклада населенных пунктов неизбежно вызывали изменения в объектах народного зодчества, а порой и приводили к исчезновению некоторых их типов. Одним из вариантов решения проблемы сохранения памятников деревянного зодчества считают включение этих объектов в Список всемирного наследия ЮНЕСКО. Памятник, заносимый в список ЮНЕСКО, должен не только быть в хорошей сохранности, но и обладать бесспорной уникальностью. Уникальность доказать сложнее всего, так как аналоги встречаются в других странах. Поэтому эксперты предлагают объединить старинные деревянные храмы и строения Полесья в один трансграничный объект, с охватом территории не только Брестской и Гомельской областей, но и Польши, и, возможно, Словакии [2].

Как показал анализ, на территории Брестской области имеется значительное количество памятников деревянного зодчества. Наибольшее распространение деревянные храмы получили на территории Кобринского, Столинского, Пинского и Ивановского районов. Однако они в полной мере не вовлечены в туристскую деятельность, недостаточно используются как объекты показа.

Включение этих объектов в экскурсионную деятельность позволит реализовать новые возможности для создания регионального туристского продукта. Важной задачей при этом является детальное исследование и включение таких объектов в туристские маршруты в первую очередь архитектурной направленности.

1. Туристские регионы Беларуси / редкол.: Г.П. Пашков [и др.]. – Минск: Беларус. энцыкл. імя П. Броўкі, 2008. – 608 с.

2. Деревянное ожерелье [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http:// www.br21.org.by/](http://www.br21.org.by/) – Дата доступа : 20.03.2012.

БРЭСТ ЗА МЕЖАМІ АГЛЯДНАЙ ЭКСКУРСІІ

Бегер К.В., 2-й курс

Навуковы кіраўнік – В.Р. Карнялюк, канд. гіст. навук, дацэнт

Гродненскі дзяржаўны ўніверсітэт імя Янкі Купалы, Рэспубліка Беларусь

Брэст зпакон вякоў быў фарпостам на заходніх рубяжах краіны. Багатая падзеямі гісторыя знайшла адлюстраванне ў помніках доўлідства і абарончых умацаванняў. Яго не раз за тысячагадовую гісторыю знішчалі, праз яго праносіліся войны, тут гаварылі на розных мовах і пакланяліся розным багам. Брэст называюць «горадам над Бугам», на тэрыторыі якога не раз вырашаліся лёсы вялікай дзяржавы Рэчы Паспалітай, магутнай Расійскай Імперыі, дый усяго кантынента. Думаючы пра Брэст, мы ўспамінаем не толькі пра Брэсцкую крэпасць і яе абаронцаў, але і пра Брэст-Літоўскую чыгунку, Брэсцкую унію, Брэсцкі мір, брэсцкую мытню, пра тых занакамітых людзей, лёсам звязаных з

Брэстам: Лышчынскага, Пілсудскага, Бегіна – прэм’ер-міністра Ізраіля, і г. д. Гэта прыгожы і вялізны горад. Ён непаўтары сваёй архітэктурай, культурай, сваім духам – знаходзячыся там, адчуваеш нават, як дзьме іншы вецер, прыносячы з сабой успаміны старога горада. Такім чынам, ўбачыць Брэст з боку агляднай экскурсіі – гэта практычна нічога не ўбачыць.

У турагенствах горада Брэста складаюцца экскурсійныя туры па Брэсту і Брэсцкай вобласці, ў прыватнасці, толькі ў такіх відах, як аглядная і тэматычныя экскурсіі. У турфірмах горада можна сустрэць такія тэматычныя экскурсіі, як «Брэст сучасны», «Брэст спартыўны», «Брэст ваенны». У працэсе агляднай экскурсіі Брэст уяўляецца толькі ў некалькіх гістарычных цэнтрах і жылых раёнах, а таксама аглядам мемарыяльнага комплексу «Брэсцкая крэпасць-герой» і музеем «Выратаваныя мастацкія каштоўнасці». Мала хто ведае, але Брэст – гэта не толькі Брэсцкая крэпасць і лядовы палац. Да Вялікай Айчыннай вайны ў горадзе над Бугам пражывала да 20 тысяч габрэяў, што складала ў розны час ад 40 да 70 % насельніцтва горада. Тут было заснавана больш за 30 сінагог, у тым ліку хасідскія, працавалі хедары, «Талмуд Тора», у якой навучалася каля 1 тысячы габрэйскіх дзяцей. З гэтага пункту гледжання можна ў спіс тэматычных экскурсій дадаваць экскурсію «Брэст – Ерусалім Усходняй Еўропы» або «Габрэйскі Брэст». На дадзены момант у горадзе працуе музей «Габрэі Брэста», грамадская арганізацыя «Брыск», некалькі рэлігійных абшчын і Брэсцкі абласны цэнтр «Халакост». Таксама да спісу тэматычных экскурсій можна дадаць экскурсіі: «Мытны Брэст», «Брэст-Літоўск», «Храмы Брэста», «Вуліцы Брэста», «Па музеях Брэста», для аматараў актыўнага адпачынку «Брэст актыўны», так як з горадам злучана шмат вядомых людзей, якія нарадзіліся або пабывалі ў горадзе над Бугам, то можна скласці экскурсійны маршрут «Лёсам звязаныя з Брэстам».

Вышэй згаданы музей «Выратаваных мастацкіх каштоўнасцяў» пачаў сваю дзейнасць дзякуючы брэсцкай мытні. Усе экспанаты музея – гэта канфіскаваныя мытняй Брэста каштоўнасці, пры спробе вывазу іх з краіны. Брэсцкая мытня – адна з самых старых мытняў Беларусі. Першыя ўспаміны пра яе з’яўляюцца ў 1798 годзе, і 18 чэрвеня 1816 г. Аляксандр I робіць ўласнаручна надпіс: «Быць па гэтаму» – на «Меркаванні Дзяржаўнага савета аб з’яўленні Ковенскай і Брэст-Літоўскай Мытнай акругі». З вышэй згаданага можна сцвярджаць, што вельмі пасуе для Брэста экскурсія «Брэст – мытны горад». Гісторыя Брэсцкай мытні сягае ў даўніну і захавала ўспаміны пра сябе ў розных будынках і кутках горада. У рамках гэтай экскурсіі можна ўявіць турыстам Брэсцкі вакзал, знакамітую чыгунку, дзякуючы якой пашырыліся эканамічныя і гандлёвыя сувязі горада.

UXVIII стагоддзі ў старым горадзе дзейнічала больш за два дзясятка храмаў – праваслаўных і каталіцкіх. На жаль, Свята-Мікалаеўская царква, дзе ў 1596 годзе падпісалі Брэсцкую царкоўную унію, разбурана, і яе месца знаходжанне толькі прыблізна вызначана гісторыкамі. Але ў экскурсію «Храмы Брэста» можна ўнесці агляд Свята-Семіонаўскага кафедральнага сабора, Свята-Васкрасенскага сабора, наведванне Свята-Мікалаеўскага гарнізоннага храма,

размешчанага на тэрыторыі мемарыяльнага комплексу «Брэсцкая крэпасць-герой», а таксама знаёмства з помнікамі рэлігійнага значэння.

У Брэсце знаходзяцца ўнікальныя музеі, якія варта наведаць. Іх дастатковая колькасць, і яны прывабныя на турысцкі погляд. Да іх адносяцца: мастацкі музей, Брэсцкі абласны краязнаўчы музей, дзе прадстаўлена больш за 20 калекцый, многія з якіх адзіныя ў сваім родзе. Музей чыгуначнай тэхнікі, дзе сабрана больш за паўсотні ўнікальных экспанатаў лакаматываў, вагонаў і іншых чыгуначных агрэгатаў выпуску пачатка і сярэдзіны мінулага стагоддзя. Адметнай асаблівасцю музея з'яўляецца тое, што большасць экспанатаў – дзеючыя, таксама можна пабываць у вагонах першага класа таго часу. Наступнымі музеямі ў спісе гэтай экскурсіі могуць служыць музей «Выратаваных мастацкіх каштоўнасцяў», «Музей Брэста», музей Брэсцкай крэпасці і г. д.

Гонар і славу Брэста складаюць яго жыхары. Пабываўшы ў Брэсце, пачынаеш разумець, што там жывуць людзі сапраўды асаблівыя. Такой ветлівасці і гасцінасці не сустрэнеш не толькі ў многіх гарадах СНД, але і ў гарадах Беларусі. Выхадцамі з Брэста былі габрэйскі паэт і журналіст М. Барэйша, амерыканскі прафсаюзны лідэр Д. Дубінскі, савецкі ваеначальнік генерал-маёр танкавых войскаў М.В. Рабіновіч, дзяржаўны дзеяч Ізраіля М. Бегін. Яшчэ вельмі вялікая колькасць знакамітых людзей звязана лёсам з Брэстам, і кожны з іх заслугоўвае, каб пра яго казалі.

З пункту гледжання турыстычнага попыту Брэст можна прадставіць у вельмі выгадным становішчы. Можна распрацаваць турысцкія маршруты, якія будуць цікавыя як гасцям горада, так і яго жыхарам, бо экскурсійны патэнцыял Брэста вельмі вялікі і разнастайны.

1. Памяць: Гіс.-дакум. Хроніка горада Брэста / Беларус. Энцыкл.; Рэд. кал.: Г.П. Пашкоў, Я.М. Жабрун, І. П. Крэнь і інш.; Маст. Э.Э. Жакевіч. – Мінск: БелЭн, 1999. – 712 с.

2. Сарычев, В. В поисках утраченного времени / Брест-Литовск российский.

АНИМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

Бекиш А.В., 4-й курс

Научный руководитель – О.А. Соболевская, канд. культурологии, доцент
Гродненский государственный университет им. Янки Купалы,
Республика Беларусь

В наш век глобализации, высоких технологий и постоянного движения работающему человеку мало сменить обстановку, чтобы понять, что он на отдыхе. Поэтому неудивительно, что появляются все новые и новые виды ту-

ризма под слоганом: «испытайте что-то новое во время отдыха». Турист хочет наслаждаться своим отпуском, ощущая его в полной мере, именно поэтому он чаще выбирает не обычную экскурсию на какой-нибудь исторический объект, а предпочитает экотуризм, агротуризм, отдых, посвященный различным видам спорта или другим увлечениям, и т. д. Как же вернуть основную массу туристов к историческим туристическим объектам? Если раньше мы говорили о развитии рынка целевой продукции, ориентированной на один из трех аспектов: развлекательный, образовательный или аспект эмоционального возбуждения от новых ощущений, то на современном этапе из-за растущих запросов потребителей необходимо соединить эти три аспекта воедино.

Очевидно, что с ростом дохода величина расходов на отдых увеличивается. Чем выше доход той или иной семьи, тем больше возможностей для обеспечения более качественного и интересного отдыха. Туристская активность находится также в прямой зависимости от уровня образования потребителей. Люди со средним образованием предпочитают увеселительные поездки; с высшим образованием – склонны к интеллектуальному отдыху. Конечно, потребителей анимационных услуг нельзя четко разделить по категориям дохода, возраста, пола и рода занятий, можно сделать это лишь условно. Например, некоторые рабочие могут иметь достаточно высокие доходы, но их досуговые потребности отличны от потребностей административных работников или крупных бизнесменов.

Туристы по их отношению к проведению досуга делятся на несколько типов личности.

Первый тип – инициативные туристы, которые заранее планируют как рабочие дни, так и дни отпуска, поэтому все почину и идеи по организации досуга будут принадлежать им. Главная задача тураниматоров в работе с этим типом туристов – умение выслушать и выполнить почти готовую программу, подыграть инициативным туристам. Здесь требуется импровизация и ни в коем случае недопустим перехват инициативы.

Второй тип – деловые люди, которые в обыденной жизни практически лишены досуга и даже свое свободное время они стремятся потратить с максимальной пользой для дела. Чаще всего это бизнесмены, менеджеры, представители научной и технической интеллигенции. Этот тип туристов предпочитает или такой досуг, который дает им возможность совершенствоваться (деловые игры, научные диспуты и пр.), или спокойный отдых, который дает им возможность расслабиться, отдохнуть от стремительного темпа жизни (рыбалка, охота, выезд на природу и пр.).

Третий тип – «узкоспециализированные» туристы, имеющие какое-то одно большое увлечение в жизни (коллекционирование, конструирование, моделирование, вязание и т. п.). Любимому делу они посвящают все свое свободное время, поэтому им больше всего подходит клубный отдых. Именно в клубе по интересам такой турист получит самое большое моральное удовлетворение.

Четвертый тип – активные туристы, предпочитающие во время досуга как можно больше двигаться (играть в спортивные игры, участвовать в соревнова-

ниях и различных мероприятиях). Работать с ними – одно удовольствие, потому что они поддерживают любую инициативу. Программу для таких туристов надо составлять с расчетом на максимальную двигательную активность.

Пятый тип – пассивные туристы, склонные к домашним формам досуга (чтению художественной литературы, просмотру телепрограмм, многочасовому отдыху на пляже). Для такого типа туристов подойдут программы, в которые включены игры.

Шестой тип – неисправимые скептики и ворчуны. К сожалению, встречается и такой тип туристов. Это наиболее сложная категория людей. Их очень трудно чем-либо увлечь, однако при разнообразии предлагаемых программ и они могут найти себе развлечение.

Крайне сомнительно, что удастся удовлетворить желания всех шести типов туристов при помощи одной анимационной программы, поэтому необходимо выбрать несколько наиболее подходящих нам типов туристов и ориентироваться именно на их вкусы. Можно выделить предпочтения, основанные на комфорте и ориентированные на «приключения». В последнее время существует тенденция, когда туристы едут в горы, например, для занятий альпинизмом, или же спускаются на морское дно на подводных лодках, или путешествуют на край Земли (Антарктический полуостров).

Наряду с желанием испытать нечто новое растет потребность в привлечении анимационной деятельности в сферу туризма. У многих туристов необходимо пробуждать активность, стимулировать их к познанию собственной активности и моделировать их желания и предпочтения, предлагая широкий спектр развлечений. Вот почему анимационная деятельность так важна, причем она может принимать различные формы: организация театрализованных представлений, организация спортивных мероприятий, представление образовательного аспекта в виде собственных открытий туристов и многое другое [2].

Основной целью туристской анимации для туроператора является активное продвижение туристического продукта и роста доходности туристического бизнеса за счет повышения качества обслуживания туристов и расширения количества предоставляемых услуг. Кроме того, положительные эмоции, полученные туристом в ходе анимационных программ, побуждают его к повторному посещению туристского комплекса.

Организация такой деятельности связана с формированием и реализацией программ развлечений (анимационных программ), которые смогли бы отвлечь отдыхающего от повседневных жизненных проблем, способствовать его эмоциональной разрядке, являясь не только средством избавления от усталости, но и средством нейтрализации негативных сторон повседневной жизни.

При подготовке туристских анимационных программ учитываются многие особенности, позволяющие провести программу наиболее интересно, а именно:

- национальность туристов;

- возраст туристов (детские, молодежные, зрелого возраста, третьего возраста, комбинированная);
- пол (женская, мужская, совместная);
- численность (индивидуальная, групповая, массовая);
- активность участия туристов (активная, пассивная) [1].

Анимационные программы событийного туризма охватывают наиболее широкие сегменты туристского рынка и находят любителей независимо от возраста, пола, национальности и образования. Некоторым образом ограничения могут возникнуть в связи с различной платежеспособностью туристов. Данное направление анимации требует значительных финансовых затрат, привлечение большего количества специалистов, проведение рекламы. Но если мы говорим об анимационной деятельности на историческом туристическом объекте, все затраты окупятся. Ведь, согласно Даллену, туристы, заинтересованные в культурном наследии страны, более образованны, охотнее тратят свои сбережения в путешествии, часто путешествуют группами, более материально обеспечены [3].

В Европе организация анимационных программ на исторических объектах уже давно «поставлена на промышленные рельсы». Ни одна экскурсия по замкам Франции, Испании, Шотландии или же другой европейской страны не обходится без посещения рыцарского турнира, театральной постановки, сценарий которой основан на легенде, связанной с замком, исторического фестиваля или костюмированного бала. Беларусь понемногу перенимает их опыт в организации и менеджменте туризма. Рыцарские турниры стали не редкостью в Мирском, Лидском, Заславском замках. Ежегодным стало мероприятие под названием «Ночь в музее», в котором задействованы не менее 60 музеев Беларуси, в том числе музеи, находящиеся в замках, которые больше всего привлекают посетителей. Театрализация конкретных исторических событий также завоевывает белорусский туристический рынок, например, представление в Лидском замке «Свадьба Ягайло», «Приглашение на трон новгородскими боярами князя Литвы Миндовга» в Мирском замке. Таким образом, любой исторический объект можно превратить в «золотую жилу», при определенных первоначальных затратах на рекламу, персонал, также при тактически верно разработанной программе развлечений, анимационных программ, с учетом особенностей нашей страны, местного населения, типа приезжающих туристов, культурной привлекательности туристического объекта.

1. Булыгина, И.И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации / И.И. Булыгина, Н.И.Гаранин. – М.: Советский спорт, 2004. – 127 с.

2. Cooper, Ch. Tourism in the Age of Globalisation / Ch.Cooper, S.Wahab. – London: Taylor & Francis, 2005. – 345 p.

3. Dallen, J.T. Heritage Tourism in the 21st Century, Valued Traditions and New Perspectives / J.T.Dallen // Journal of Heritage Tourism. – №1. – 2006.

ЗНАЧИМОСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Болотова В.В., 3-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Маркетинговые коммуникации представляют собой комплекс определенных элементов, которые должны гармонично сочетаться между собой и усиливать конечный эффект в виде достижения целей маркетинга, совокупность различных видов деятельности по доведению информации о достоинствах продукта до потенциальных потребителей и стимулированию возникновения у них желания его купить.

Комплекс маркетинговых коммуникаций призван сформировать спрос и стимулировать сбыт, итогом чего должно стать повышение эффективности и прибыльности предприятия.

Современные потребители скептически относятся ко многим инициативам специалистов по маркетингу, поэтому привлечь и удержать покупательский интерес к какому-либо виду товаров довольно сложно. Чтобы обеспечить успешную продажу товара или услуги, компании необходимо сделать больше, чем просто следить за его отличным качеством, установив на него самую низкую цену, или просто наилучшим образом разместить товар на полках магазинов. Поэтому, чтобы продать товар, нужно сопровождать его оригинальными, информативными и привлекательными обращениями, которые убеждали бы в соответствии товара потребностям и желаниям потребителей.

Известно, что реклама является одним из способов увеличения объема продаж товаров путем передачи информации о товарах потенциальным покупателям. С помощью продуманного рекламного проекта рекламная кампания способна достичь большого успеха в популярности производимой продукции. Изменение объема продаж товаров является следствием взаимодействия различных процессов, которыми сопровождается торговая сделка между продавцами и покупателями. Однако управление эффективностью рекламной кампании является сложной задачей.

Процессы коммуникации не должны быть отданы на волю случая. Чтобы работать эффективно фирмы часто нанимают рекламные агентства для разработки эффективной рекламы, специалистов по стимулированию сбыта, подготовке программ продвижения туристского продукта и, наконец, фирмы, занимающиеся связями с общественностью, для разработки корпоративного имиджа предприятия. Для любой туристской фирмы вопрос не только в том, какую коммуникационную политику проводить, но и как много денег нужно потратить и как это сделать.

При разработке коммуникационной стратегии необходимо проинформировать потребителей о том, чем товар фирмы (процесс обслуживания; персонал, задействованный в обслуживании; среда обслуживания) отличается от аналогичных товаров конкурентов. В этом заключается специфика разработки коммуникационной стратегии в маркетинге услуг.

Туризм является одной из самых перспективных и быстроразвивающихся отраслей. Не случайно его называют феноменом XX века. Поэтому сфера туризма должна иметь непрерывную коммуникационную связь с существующими и потенциальными клиентами.

Многие компании индустрии гостеприимства периодически испытывают трудности в экономической среде и встречаются с неопределенностью в будущем. В постоянно меняющейся конкурентной среде бизнеса возрастает необходимость планирования в компаниях, в связи с чем прогнозирование спроса является основой эффективного планирования, но спрос является многофакторной моделью, где невозможно точно рассчитать конечный результат. Поэтому для данного сектора рынка оценка спроса рассчитывается приблизительно. Современные туристские фирмы управляют сложной системой маркетинговых связей. Фирма имеет коммуникационное отношение со своими посредниками, потребителями и различными представителями общественности. Наиболее действенным видом маркетинговых коммуникаций в сфере туризма, на мой взгляд, являются мероприятия по формированию общественного мнения. Порой средства, вложенные в рекламу не оправдывают себя, в отличие от PR. Мероприятия по формированию общественного мнения являются не только более доступным инструментом, но и формируют надежный имидж компании в глазах у потребителя, что более важно в данной ситуации на рынке.

Как свидетельствует мировая практика, сфера туризма является одним из крупнейших рекламодателей. Опыт работы зарубежных туристских фирм показывает, что в среднем 5–6 % получаемых доходов от своей деятельности расходуется ими на рекламу туристских поездок. К сожалению, в Беларуси развит только один вид туристской рекламы – реклама в прессе, а более дорогие виды – радио- и телереклама – встречаются крайне редко. Очень важной проблемой при создании рекламы является создание образа туристского продукта. Как и в других потребительских товарах и услугах, мода на туристские поездки и экскурсии постоянно меняется. Поэтому необходимо при изучении потребностей целевой аудитории искать те привлекательные стороны товара, которые придали бы предложению новизну и уникальность, что выгодно отличало бы его от предложений конкурентов и привлекало бы внимание потенциальных потребителей.

Можно сделать вывод, что реклама вносит серьезный вклад в развитие экономики страны, помогает создавать рабочие места. Реклама позволяет увеличить объемы продаж. Масштабный сбыт туристских услуг обеспечивает туристской фирме рост доходов, достойную оплату труда персонала. В наши дни, когда темпы развития туристской рекламы в Беларуси значительно отстают от темпов развития самого рынка туристских услуг, расширения ассортимента и

роста конкурирующих фирм, проблема качества создания, внедрения и востребованности качественной рекламы, несомненно, является актуальной.

1. Григорьев, С.К. Планирование рекламной кампании: средства, методы и каналы / С.К. Григорьев // Туризм. – 2005. – № 10. – С. 12–17.

2. Дурович, А.П. Маркетинг в туризме / А.П. Дурович. – Минск: ООО «Новое знание», 2010.

3. Дурович, А.П. Реклама в туризме / А.П. Дурович. – Минск: ООО «Новое знание», 2008.

ПРОФЕССИОНАЛЬНО ВАЖНЫЕ КАЧЕСТВА МЕНЕДЖЕРОВ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Борисенко М.А., 3-й курс

Научный руководитель – Е.Ф. Зайцева, магистр психол. наук

Институт туризма Белорусского государственного университета

физической культуры, Республика Беларусь

Социально-экономические изменения белорусского общества существенно затронули и сферу туризма: значительно возросла степень востребованности туристических услуг, наряду с государственными туристическими компаниями, появились частные, среди организаций сферы туризма и гостеприимства возникла конкуренция. Эти два обстоятельства напрямую указывают на повышение потребности в кадрах для организаций сферы туризма и гостеприимства, к которым предъявляются уже более жесткие требования. Сегодня только наличия специального образования мало для того, чтобы успешно продавать туристические услуги, необходим также высокий уровень развития профессионально важных качеств личности менеджера.

Работы многих ученых (В.А. Бодров, Н.А. Деркач, Е.А. Климов, Е.А. Ильин, В.Д. Шадриков и другие) показывают, что в процессе труда профессиональная деятельность персонализируется, а личность профессионализируется, то есть у нее формируются новые качества, связанные с характером выполняемой деятельности [1; 2; 3; 4]. Задача формирования у личности профессионально важных качеств частично решается уже в процессе профессиональной подготовки. Однако основная работа по развитию профессионально важных качеств осуществляется уже непосредственно в ходе трудовой деятельности, в процессе решения личностью профессиональных задач.

В процессе анализа работ отечественных и зарубежных психологов было установлено, что эффективность деятельности в психологическом понимании – это удовлетворенность субъекта деятельности соотношением притязаний (запланированного результата) и полученных результатов [3]. Притязания

отражают направленность личности и являются регулятором его активности. Побуждающий и направляющий характер притязаний, определенная учеными взаимосвязь их с мотивами, позволил выделить в качестве одного из показателей, позволяющих предугадать эффективность деятельности – мотивацию. Удовлетворенность трудом использовалась в качестве второй и вместе с тем основной характеристики, выражающей эффективность деятельности.

Эффективность деятельности обуславливается рядом психологических и социально-психологических факторов, которые имеют отношение к самой деятельности (особенно такому ее компоненту как мотивация), отношению к этой деятельности и ее результатам.

Для успешности деятельности большое значение играют профессионально важные качества личности субъекта труда. Под профессионально важными качествами деятельности специалисты понимают личностные качества, формируемые в условиях деятельности, так и собственно способности к выполнению той или иной деятельности (В.Д. Шадриков) [5]. Одни ученые связывают развитие профессионально важных качеств с одаренностью, другие настаивают на том, что они – исключительно приобретаемые в профессиональной деятельности свойства. Так или иначе, мнения ученых по поводу роли профессионально важных качеств личности для деятельности совпадают, они единодушны в том, что профессионально важные качества – условие получения положительных результатов труда [1].

Для определения профессионально важных качеств сотрудников сферы туризма и гостеприимства был проведен эксперимент, в котором участвовало 90 человек (26 мужчин и 64 женщины) в возрасте от 22 до 45 лет, среди которых 45 человек – стажеры и 45 менеджеров со стажем работы от 0 до 15 лет.

В процессе эмпирического исследования были выделены следующие характеристики для оценки интересующих переменных: мотивации достижения, удовлетворенности трудом, указывающих на эффективность профессиональной деятельности, и профессионально значимых качеств (их сформированности). В результате анализа и обобщения полученных данных были получены следующие выводы:

1) Изучение мотивации и удовлетворенности трудом показало, что большинство работников проявляет мотивацию достижения на уровне, достаточном для получения качественного результата, и положительно мотивированы на успех. Они удовлетворены трудом в средней и высокой степени.

2) Мотивация достижения менеджеров определяется их возрастом, стажем работы и половой принадлежностью. У многих сотрудников мотивация достижения носит нестабильный характер (она чрезмерно высокого уровня, а это, как доказано ранее учеными, не гарантирует устойчивой хорошей продуктивности труда).

3) Степень развитости профессионально важных качеств определяется стажем и полом менеджера. У опытных сотрудников уровень развития приближается к высоким значениям, а у стажеров – к низким. Менеджеры-муж-

чины демонстрируют большие организаторские склонности, лучшую нервно-психическую устойчивость, тогда как женщинам присуще лучшее развитие адаптивных способностей, коммуникативных склонностей и способностей и выраженная моральная нормативность.

4) Соотнесение показателей, отражающих первичные результаты, методы математической обработки данных свидетельствуют: профессионально важные качества взаимосвязаны с переменными, отражающими эффективность деятельности (мотивацией достижения, удовлетворенностью трудом).

Профессионально значимые качества – это базис и предпосылка эффективной деятельности. Проблеме их изучения и развития посвящено множество прикладных исследований, однако некоторые виды деятельности остаются неохваченными вниманием специалистов. К числу таких областей относится туристическая деятельность. Она представляет собой сложную по содержанию деятельность, в которой достижение главного результата – продажа туруслуги требует от специалиста последовательного решения множества задач. Эта деятельность требует от специалиста многих профессионально важных качеств: организаторских и коммуникативных способностей, хорошей осведомленности о характеристиках продаваемого продукта, наличия дара убеждать, вызывать доверие, подходе и большой индивидуальной ответственности.

1. Беляцкий, Н.П. Управление персоналом: учеб. пособие / Н.П. Беляцкий, С.Е. Велесько, П. Ройш. – Минск.: Интерпрессервис, Экоперспектива, 2000. – 352 с.

2. Ильин, Е.П. Мотивация и мотивы / Е.П. Ильин. – СПб.: Питер, 2000. – 512 с.

3. Кабаченко, Т.С. Психология в управлении человеческими ресурсами: учеб. пособие / Т.С. Кабаченко. – СПб.: Питер, 2003. – 400 с.

4. Морозов, А.В. Деловая психология. Курс лекций: учебник для высших учеб. заведений / А.В. Морозов. – СПб.: СОЮЗ, 2000. – 576 с.

5. Шадриков, В.Д. Психология деятельности и способности человека: учеб. пособие / В.Д. Шадриков. – М.: Логос, 1996. – 320 с.

МЕЛОВЫЕ КАРЬЕРЫ КАК ОБЪЕКТ ТУРИЗМА

Буко В.С., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Многие скептически настроенные белорусы утверждают, что в нашей стране нет ни одной достопримечательности, которую можно было бы показать иностранцам – в лучшем случае насчитается несколько старинных церквей да

пара полуразрушенных замков. На самом деле посмотреть на белорусской земле есть что – нужно лишь знать, где. К таким природным достопримечательностям можно отнести не только болота, дремучие девственные леса или глубоководные озера, но и очевидную редкость, наследие мелового периода – карьеры.

Меловые карьеры под Волковыском – это, пожалуй, одно из самых удивительных мест Беларуси. Достаточно побывать там хотя бы один раз, чтобы понять то, что рай существует и на земле на расстоянии «рукой подать» [1].

Всего в нашей стране можно найти несколько меловых карьеров: под Волковыском (250 км от Минска) и возле Солигорска (Гомельская область). Но в первом случае вы будете восхищены чудеснейшими пейзажами. Оказывается, что подобных **меловых карьеров** не пара штук, а десятки или даже сотни. Поэтому, если вы собираетесь отправиться в путешествие, то лучше всего захватите с собой GPS-навигатор, чтобы не заблудиться. Такую красоту очень сложно описать словами, но все-таки попытаться можно: сине-бирюзовая вода, которая подходит к белоснежному меловому берегу и отражает бездонное небо. Немного дальше от воды можно наблюдать живописно разбросанные камни и куски кремния, похожие на метеориты. Но в любом случае карьер карьеру рознь и в этом можно убедиться, сравнив несколько фотографий между собой.

Можно ли купаться **в меловых карьерах под Волковыском**? Можно и нужно – такая вода полезна для кожи, влияет на ее тонус и упругость, но пить ее не стоит. Карьеры отличаются между собой, но для них характерны несколько общих признаков. Вода в них очень чистая по химическому составу, но немного мутная из-за повышенного содержания мела – видимость сохраняется примерно до трех-четырех метров глубины. Выделяют три вида карьеров [2].

Первый – это те карьеры, в которых разработка мела осуществляется и по сей день. По сути, в них нет особой природной привлекательности, но они будут весьма интересны поклонникам мощной техники и урбанистических пейзажей.

Вторые – это огромные по объемам карьеры, работы в которых были завершены еще в советские времена. Берега уже успели зарости лесом и покрыться ковром полевых растений, а вода в карьерах кристально чистая и, учитывая глубину, прогревается моментально в теплое время года. Такие места манят приверженцев тихой природы, жаждущих безветрия, солнца и ароматов цветущих лугов.

Но самое грандиозное зрелище откроется перед вашим взором в карьерах **третьего** вида! Это те разработки, которые были недавно завершены. Мел в воде еще не успел полностью осесть, и вода здесь просто необычного бирюзового цвета [3].

В последнее время все больше людей узнает об этой удивительной достопримечательности Принеманского края. На меловые карьеры даже приезжают посмотреть туристы из заграницы. А это значит, что при умелом маркетинговом подходе они вполне могут стать одним из столпов белорусского внутренне-

го туризма, наравне с Беловежской пущей и Мирским замком. Будем надеяться, что в ближайшее время именно так и произойдет!

На данном этапе туда приезжают только «дикие туристы», которых с каждым годом становится все больше и больше. Данная местность просто прекрасно подходит для создания туристической базы и развития многочисленных видов туризма (пляжно-купальный, экотуризм, познавательный, экскурсионный, экстремальный (дайвинг)). Карьеры также можно рассматривать и как своего рода бальнеологические курортные зоны. Также по возрастному признаку данная местность идеально подходит всем видам туризма от детского до семейного, так как карьеры представлены разнообразной глубиной.

Первым делом нужно продумать создание и воплотить в жизнь основные элементы инфраструктуры, такие как дороги (добраться до карьеров очень сложно, нужно пробираться через лес), размещение, питание и, конечно же, обслуживание. На данный момент на территории карьеров продолжается добыча мела. Это может послужить минусом в организации отдыха туристов, так как тяжелый наземный транспорт постоянно перемещается во всех направлениях, провоцируя шум и пыль. Поскольку в настоящее время существуют сотни карьеров (которые используются для добычи мела и которые стоят заброшенными), следует продумать пути проезда, минуя рабочие зоны.

Что касается услуг и развлечений для туристов, т.к. это будет оздоровительно-развлекательный комплекс, можно организовать работу оздоровительных процедур (как в санаториях), таких как массаж, лечение грязями, spa-процедуры и многое другое. Для активного отдыха туристов можно создать площадки для гольфа и боулинга, бильярд, тир, занятие несколькими видами аэробики. Для детей – организовать детские площадки с профессиональными педагогами, развивающими и развлекательными играми, катание на машинках и водные горки. В вечернее время можно проводить развлекательные мероприятия, тематические вечеринки, и все это заканчивать вечерними дискотеками.

Карьеры достаточно глубоки, и если вписывать в эту местность туристические базы и зоны отдыха, нужно обеспечить безопасное купание и хорошую команду спасателей. Также должна работать и профессиональная команда по обучению основам дайвинга, так как этот вид туризма является экстремальным и очень опасным.

Пока не оборудованы специальные места для отдыха, там можно побывать самим и увидеть удивительные красоты этих мест. Также нужно знать, что здесь нет специально обустроенных пляжей, и в большинстве случаев берег очень резко впадает в **меловой карьер**. Глубина – более 10 метров, поэтому следует соблюдать особую осторожность.

Для любителей истории можно организовывать экскурсии по близлежащим городам. Расположение меловых карьеров очень выгодное в этом плане, так как находятся они недалеко от значимых культурно исторических объектов. Не стоит забывать, что карьеры располагаются в Гродненской области, которая лидирует по количеству архитектурных памятников в Беларуси.

Если привлечь инвесторов, которые будут вкладывать в развитие этих мест средства, то меловые карьеры будут одним из самых посещаемых мест в Беларуси, как для любителей спокойного отдыха, так и для желающих активно провести свое свободное время. Именно поэтому мы полагаем, что разработка этого объекта как туристического, оздоровительного объекта крайне необходима, так как это поможет привлечь туристов в нашу страну, и многие жители Беларуси также станут посетителями этого чудного места под названием Меловые карьеры г. Волковыска.

1. Меловые карьеры – визитная карточка Принеманского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://volkovysk.org/news/p/248//> – Дата доступа: 09.04.2012.

2. Меловые карьеры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ananaska.ru/novosti/melovye-karery//> – Дата доступа: 09.04.2012.

3. Волковысские карьеры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://borodatos.com/2011/06/25/volkovyskie-karery-melovoj-oasis-belarusi>. – Дата доступа: 09.04.2012.

РАЗВИТИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: «СВЯТКАВАННЕ ВЯЛКДНЯ»

Булатый П. Ю., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Событийный туризм – направление сравнительно молодое и чрезвычайно интересное. Основная цель поездки приурочена к какому-либо событию. Уникальные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и участие в самых зрелищных мероприятиях планеты, постепенно завоевывают все большую популярность. Событийный туризм – это непреходящая атмосфера праздника, индивидуальные условия отдыха и незабываемые впечатления. Главная особенность событийного туризма – множество ярких неповторимых моментов. Это перспективный и динамично развивающийся вид туризма [1].

Безусловным мировым лидером в сфере событийного туризма является Европа: карнавалы, фестивали, аукционы, авто- и авиасалоны. А что же может, как неотъемлемая часть Европы, предложить в этой сфере Беларусь? У нас богатая история и великая культура, наш народ сохранил свои самобытные и уникальные народные традиции, в том числе традиции, приуроченные к различным праздникам, как христианским, так и языческим. Празднования таких дней, как Купалье, Коляды, Дзяды могли бы стать реальным туристическим брендом сфе-

ры событийного туризма в Республике Беларусь. В нашей стране сильны также и народные традиции, связанные с христианскими праздниками. Один из таких праздников – день Святой Пасхи или, как говорят в народе, Вялікдзень. Пасха, день Воскресения Христова – самый главный христианский праздник. Именно в нем заключается основной смысл веры – сам Бог стал человеком, умер за нас и, воскреснув, избавил людей от власти смерти и греха. У белорусского народа богатые традиции, связанные с этим праздником. Рассказав о том, как отмечали Пасху белорусские крестьяне, мы обоснуем теоретическую базу для создания туров событийного туризма, приуроченных к этому дню. Место проведения тура – небольшая белорусская деревня, время тура – 4 дня.

Подготовку к празднику начинали задолго до Вялікдня. К празднику убирались в хатах, белили потолки, печи, сушили и мыли белье, соломенные матрасы, одеяла. Готовили не только дом, но и самих себя. К празднику Великой Пасхи обязательно покупали себе новые вещи как из одежды, так и из обуви. Еще за пару недель начинали заготавливать продукты к праздничному столу: кололи кабана, делали колбасы, сушили полендвицу, солили сало в кубельцах, гнали ржаной самогон без сахара [5].

Чистый четверг. Тур, приуроченный к празднованию Пасхи, начинается в Великий или «чысты» четверг. В этот день крестьяне начинали последние приготовления к Пасхе в плане уборки дома и двора: вымывали полы, стелили свежее постельное белье, готовили праздничную одежду. Также в четверг начинали готовить праздничные блюда. А вечером обязательно все мылись сами. Кто топил свою баню, а кто мылся в деревянных бочках [5]. В чистый четверг для туристов предлагается следующая программа:

- заселение в крестьянской хате с воссозданным интерьером конца XIX – начала XX века;
- посещение белорусской народной бани;
- наблюдение и участие в предпасхальных приготовлениях Великого четверга.

Страстная пятница. Пятница обычно посвящалась приготовлению пасхальной традиционной праздничной пищи. Доставали из закромов всяческие мясные изделия (колбасы, сало, рульки, полендвицы, зельц), оставшиеся после зимы соленья, варили литовский холодец, к вечеру начинали выпекать пасхальные пшеничные булки, заканчивали гнать ржаной самогон. В Пятницу готовили главное традиционное крестьянское пасхальное блюдо – отварную свиную лопатку с хреном. Весь пятничный день в хате стоял запах готовящейся пищи, это был очень приятный и незабываемый аромат, особенно аромат свежее испеченной пасхальной булки [5]. В пятницу туристам предлагается следующее:

- принять участие в приготовлении пасхальных блюд;
- попробовать традиционные постные блюда (солодуху, марципаны, картошку, квашеную капусту, огурцы, свекольный квас);
- поучаствовать в предпасхальных приготовлениях Страстной пятницы.

Красная суббота. Главное дело, которое необходимо было совершить в Красную субботу – это покрасить пасхальные яйца. Есть несколько версий о том, откуда берет свое начало обычай дарить и красить яйца на Пасху. Легенда гласит, что на Пасху Мария Магдалина подала римскому императору Тиверию яйцо, окрашенное в красный цвет – цвет крови, пролитой Христом на кресте. На яйце было написано «Х.В.», то есть «Христос Воскрес!» [2]. Яйца к Пасхе красятся старинным способом – отваривается луковая шелуха и в нее опускаются яйца. Отвар из шелухи придает яйцам нужный красный цвет. В предпасхальных заботах проходил весь день. А теперь хочется предоставить слово великому классику белорусской литературы Якубу Коласу:

*Прышла вялікая субота,
Даўно прыпынена работа,
І ўжо над вечар сама хата
Была прылучана да свята:
Лагоднасць, згода і павага
І вельмі сталая развага
Ўвесь гэты дзень тут панавалі,
І блізкасць свята шанавалі [4].*

А вечером обязательно собирались и шли на всюнощную Пасхальную службу в храм. Ходили обычно в близлежащую церковь или костел. Обычно шли пешком и босиком, чтобы не изнашивать обувь, но если до храма кому-то было далеко, ехали на лошади. В этом случае специально готовились: мыли лошадей, смазывали колеса в повозке, некоторые ее и украшали. В храм с собой брали корзину. На дно клали вышитый рушник, под который укладывали монеты, а на него небольшую пасхальную булку, немного яиц, соль. Все это предназначалось для освящения в храме. Само по себе Пасхальное богослужение очень интересно и очень отличается от обычной литургии. Священники облачаются в торжественные дорогие одежды, во время службы происходит крестный ход, который заканчивается ровно в двенадцать часов ночи по местному времени. В это время при закрытых Царских вратах раздается колокольный звон и священник возвещает: «Христос Воскрес!» Далее на протяжении всей литургии поется Пасхальный тропарь. В конце службы освящаются дары, которые принесли прихожане: пасхальные булки, яйца, соль, воду и другие [3]. Субботняя программа для туристов включает:

- участие в покраске яиц и приготовлении пасхальных блюд;
- поездка в храм на запряженной лошадьми телеге;
- участие в Пасхальном Богослужении (туристы, которые готовились, могут исповедоваться и причаститься).

Вялікдзень. Вернувшись из храма, после небольшого отдыха, начиналось пасхальное застолье. Сперва брали яйца с солью, потом булки, а затем уже про-

бовали все остальные блюда. Застолье было долгим, сначала в узком семейном кругу, а потом собиралась вся родня. Обычно собирались у самого старшего в семье либо у родителей, либо старшего брата или сестры [5]. Пасхальное застолье Якуб Колас описывает так:

*Відэльцы дружна разбіраюць,
І гуртам яйкі ачышчаюць,
І пайшла чарка з рук у рукі,
Пілі ўсе гладка, без прынукі;
А на стале тым — рай, ды годзе,
Што рэдка трапіцца ў народзе,
Ляжала шынка, як кадушка,
Румяна-белая пампушка,
Чырвона зверху, сакаўная,
Як бы агонь у ёй палае,
А ніз бялюткі, паркалёвы;
Кілбасы-скруткі, як падковы,
Між сцёган, сала і грудзінак
Красуе ўсмажаны падсвінак,
Чысцюткі, свежы і румяны,
Як бы паніч той надзіманы.
А пірагі, як сонца, ззялі,
І ў роце бабкі раставалі.
Са смакам елі і багата —
На тое ж даў Бог людзям свят [4].*

На этом и заканчивается приуроченный к Пасхе тур. В данной работе описаны народные традиции лишь одного праздника. Но белорусский народ богат многими традициями, воссоздав которые, мы бы получили громадную базу для развития не только событийного туризма, но и многих других направлений туристической деятельности.

1. Событийный туризм [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/babkin09.htm – Дата доступа : 04.05. 2012
2. Как красить яйца к Пасхе [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.kuking.net/10_216.htm – Дата доступа : 04.05. 2012
3. Пасхальное богослужение [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.pravmir.ru/pasxalnoe-bogoslužhenie-čto-i-pochemu-poetsya-v-xrame> – Дата доступа : 04.05. 2012
4. Колас, Я. Новая зямля/ Якуб Колас. – М.: Мастацкая літаратура, 1986.
5. Из рассказов жителей деревень Несвижского района Минской области.

ПРОБЛЕМЫ АВИАПЕРЕВОЗОК И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Бусел Е.И., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Гражданская авиация – сложная, разветвленная система, требующая повышенного уровня развития для обеспечения авиационной безопасности и полетов, предоставления пассажирам услуг высокого качества. Актуальной проблемой авиаперевозок на сегодняшний день остается снижение цены при сохранении безопасности полетов. Между этими понятиями «экономичность» и «безопасность» существует тонкая грань. Нарушения в чем-то одном могут привести к нежелательным последствиям. Для примера можно взять самолеты АН-2 и АН-3. Модель АН-3 считается модернизированным вариантом АН-2 и планировался при разработках как самолет более экономичный в использовании, нежели АН-2. Таких самолетов изготовили примерно 10, затем предположили, что вертолеты с некоторыми задачами справляются лучше, и выпуск АН-3 прекратили. Но причина была в другом. В мире производят самолеты с двумя или более двигателями, при этом удельный расход топлива с каждым двигателем растет. Двухмоторные самолеты, в свою очередь, для перелетов на дальние расстояния должны соблюдать нормы ETOPS. АН-3 под эти нормы не подходил.

ETOPS (Extended-range Twin-engine Operational Performance Standards) – в официальном документе расшифровывается как Extended Twin OperationS) – нормы, особые требования к выполнению полетов на двухмоторном самолете на малоориентированной местности, разработанные международной организацией гражданской авиации – ИКАО. По нормам ETOPS маршрут двухмоторного самолета должен быть построен таким образом, чтобы он постоянно находился в пределах определенного времени полета до ближайшего аэродрома, где можно было бы совершить аварийную посадку в случае отказа одного из двигателей. Это позволило урегулировать правила полетов через океан, пустыню либо полярные зоны для таких двухмоторных самолетов, как А300, А310, А330, А320, Боинг 737, Боинг 757, Боинг 767, Боинг 777, Ту-204. В настоящий момент воздушный флот «Белавиа» насчитывает: 6 машин Boeing 737-500; 4 – Boeing 737-300; 4 – CRJ-100/200 LR; 3 – Ту-154 М.

Как можно заметить в нашем флоте находится одна модель самолетов, пригодных для дальних перелетов из 9 представленных выше, но даже и при этом Белавиа не предлагает перевозки на длительные расстояния. В 1953 году Федеральное авиационное агентство США ввело «правило 60 минут», согласно которому двухмоторные самолеты обязаны были находиться в пределах 60 минут полета до ближайшего аэродрома. ИКАО же расширила зону действия

правила до 90 минут, для ухода на запасной аэродром на двух двигателях. Этим правилом пользовались в основном европейские компании [1].

Решение проблем гражданской авиации:

1) Возобновление и модернизация местных авиаперевозок.

Республика Беларусь по размерам территории значительно уступает Российской Федерации, где авиаперелеты местного назначения пользуются большой популярностью, но возобновить рейсы между областями Беларуси смысл имеет. Из Минска во все областные центры посредством поезда, автобуса время в пути составляет 5–6 часов, в то время как на авиатранспорте это расстояние в 200–300 км можно было бы преодолеть за 30–40 минут. На сегодняшний момент существует 2 рейса: Минск – Гомель – Минск и Минск – Гродно – Минск. Эти маршруты осуществляются посредством самолетов вместимостью до 40 человек, но качество самолетов, обслуживания на борту, состояния взлетно-посадочных полос оставляют желать лучшего.

2) Внедрение авиатакси для бизнес-персон.

Бизнес туризм развивается по всему миру: создаются специальные гостиницы по приему деловых гостей, конференц-центры. Для удобства осуществление бизнеса между областями РБ в целях экономии времени деловых людей можно внедрить такой вид сервиса, как авиатакси. В России такие рейсы пользуются популярностью, например, по маршрутам Ярославль – Москва – Ярославль и др. Авиатакси и аэротакси – это срочные перелеты на 4-х–8-ми местных самолетах в любые города, имеющие аэропорты и находящиеся на расстоянии до 800–1000 км. Его главное отличие от обычных и чартерных VIP-рейсов заключается в том, что для выполнения таких рейсов используются небольшие экономичные самолеты малой пассажироместимости. Этим достигается необходимый компромисс между срочностью и стоимостью авиаперевозки. Минимальное время подготовки самолета к полету позволяет организовать вылет уже через 2 часа после поступления заявки, а обслуживание пассажиров через VIP-терминалы позволяет максимально сократить время прохождения всех необходимых формальностей в аэропорту вылета [2].

2) Развитие частной авиации.

«На территории Республики Беларусь немало летательных аппаратов находится в частной собственности. В государственном реестре гражданских воздушных судов таких значится около семидесяти. Около двух десятков из них в летной годности и эксплуатируются» [3].

Для развития этого вида авиации необходимо в возможной степени упростить регистрацию и получение сертификатов на транспортные средства, создание условия для полноценного использования летательных аппаратов (местные посадочные полосы и т. д.).

4) Создание бюджетных авиалиний на территории Республики Беларусь.

Бюджетные авиакомпании (их также называют авиакомпаниями-дискаунтеры или авиакомпаниями Low-Cost) произвели революцию в индустрии путешествий.

Low-Cost-авиакомпании сейчас особенно популярны в Европе, Юго-Восточной Азии и США. Бюджетные авиакомпании ведут бизнес более эффективно, чем традиционные перевозчики. Low-Cost-авиакомпании всего мира получают больше налета на каждый самолет, больше дохода на каждого работника и меньше расходов на каждое пассажирское кресло.

Это достигается за счет:

- использования современного и молодого авиапарка (новые самолеты потребляют меньше топлива и реже ломаются);
- исключения расходов на необязательные элементы роскоши (большинство из нас могут обойтись без бизнес-залов в аэропортах, питания на борту, миль за частые полеты и т. п.);
- использования меньшего количества персонала (яркий пример – экипажи американской Low-Cost-авиакомпании Southwest сами грузят багаж и убирают салон самолета, сокращая тем самым расходы на персонал);
- продажи авиабилетов через интернет (расходы традиционной авиакомпании на комиссионное вознаграждение или содержание городских авиакасс составляют около 10 % стоимости билета) [4].

Системы управления продажами бюджетных авиакомпаний всегда соблюдают одно правило: чем выше наполняемость самолета, тем дороже стоимость авиабилета. Поэтому туристу следует позаботиться о путешествии заранее. Купить билет – чем раньше, тем дешевле. Как перевозчики нового типа, Low-Cost-авиакомпании ставят на первое место интересы клиента. Скорее всего, стюардессы на борту встретят Вас радостной улыбкой, командир самолета поприветствует Вас в полете, а хамство и безразличие не будет обязательным элементом сервиса.

Введение такого новшества для Беларуси, доступность авиабилетов, сподвигнет большую часть населения на дальние путешествия. Во многих странах мира на всех континентах миллионы людей, даже не думавших ранее о путешествиях, стали летать, посещать родных, смотреть другие города и страны. Это в свою очередь поднимет уровень эстетического удовольствия в жизнь, расширит кругозор жителей нашей страны и повысит численность выездного туризма.

1. Википедия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/ETOPS> – Дата доступа: 01.03.2012.

2. Описание предоставление услуг авиа-такси [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.aerotaksi.ru/> – Дата доступа: 07.03.2012

3. Личная авиация: в РБ зарегистрировано около 70 частных воздушных судов [Электронный ресурс] / Интерфакс. – Режим доступа: <http://www.interfax.by/article/72080> – Дата доступа: 10.03.2012

4. Сайт бюджетных авиакомпаний России и Украины [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.flylowcost.ru/> – Дата доступа: 01.03.2012

ДВОРЦОВО-ПАРКОВЫЕ КОМПЛЕКСЫ БЕЛАРУСИ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ОБЪЕКТЫ ТУРИСТИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ

Валько Д.А., 3-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

В современных условиях развития мировой экономики туристический бизнес уверенно стремится к первенству в сравнении с другими отраслями хозяйственной деятельности. По прогнозам ВТО, количество туристов на планете к 2020 г. возрастет втрое и будет составлять более 1 млрд. 600 млн. человек.

Территория Беларуси имеет исключительно богатый природный и историко-культурный потенциал, благоприятный для международного туризма. Большинство городов имеют многовековую историю, насыщенную самыми разнообразными событиями, о которых нам напоминают многочисленные достопримечательности страны.

Многие дворцово-парковые ансамбли формировались на протяжении десятилетий или даже столетий несколькими поколениями архитекторов, поэтому в них нередко отражены различные культурные эпохи, архитектурные стили и школы. Дворцово-парковый ансамбль – произведение садово-паркового искусства и архитектуры; масштабный, со значительной переработкой естественного ландшафта архитектурный ансамбль монархической или аристократической загородной резиденции, подчиненный единому замыслу; исторически сложившийся комплекс дворцовых зданий и сооружений, садов и парков, включающий в себя искусственные или естественные водоемы. Дворцово-парковые ансамбли немногочисленны и являются комплексными природными, культурно-историческими и архитектурными памятниками [1].

Туристский потенциал дворцово-парковых комплексов – это совокупность культурно-исторического и природного потенциала этих объектов. Эти две составляющие рекреационных и познавательных ресурсов любого района или местности фактически неразделимы. Для определения перспективности дворцово-парковых ансамблей как туристических объектов необходимо определить их потенциал, т. е. наличие следующих характеристик: уникальность, историческая и художественная ценность, оригинальность, эстетическая привлекательность. Наличие поблизости развитой туристической инфраструктуры – также один из главных критериев оценки для актуального использования объекта в туристических маршрутах. Не последнюю роль также играет и привязка к дорожной инфраструктуре.

Ниже в таблице приведен список дворцово-парковых архитектурных объектов на территории Беларуси по областям, наиболее интересных с точки зре-

ния их туристского предназначения. Большая часть дворцово-парковых комплексов располагается в Брестской, Гродненской, Минской областях.

Все эти достопримечательности имеют достаточно высокую историческую и архитектурную ценность. Такие замечательные дворцово-парковые ансамбли, как Несвижский дворцово-парковый ансамбль, дворец Тизенгауза и усадьба Огинского, уже взяты под опеку всемирно известной организацией ЮНЕСКО [2].

Таблица – Распределение дворцово-парковых объектов на территории Беларуси

Область, распределение родовых усадеб и дворцов, %	Название дворцово-паркового комплекса
Брестская – 30 %	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дворец Пусловских 2. Дворец Бохвицей 3. Дворец Бутримовича 4. Дворцово-парковый ансамбль Сапегов-Потоцких 5. Ружанский дворцово-парковый ансамбль 6. Дворец Полонечка 7. Совейковский дворцово-парковый ансамбль 8. Усадьба Юндзилов 9. Усадьба А. Суворова
Гродненская – 27 %	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дворец Сципионов 2. Дворец Уместовских 3. Дворцово-парковый ансамбль Воловичей 4. Дятловский дворцовый ансамбль 5. Замок Сапегов (руины) 6. Королевская резиденция Стефана Батория 7. Новый замок 8. Родовое поместье князей Святополк-Четвертинских 9. Усадьба Огинских
Минская – 23 %	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дворец Рдултовских (Сновский дворец) 2. Дворцово-парковый ансамбль Радзивиллов (Несвижский дворцово-замковый комплекс) 3. Дворцово-парковый ансамбль Тышкевичей 4. Лошицкий усадебно-парковый комплекс 5. Усадьба Манюшко 6. Усадьба Наркевичей-Иодко «Малысковщина» 7. Усадьба Обуховичей
Витебская – 14 %	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дворец губернатора 2. Дворец Тизенгауза 3. Дворец Хрептовичей 4. Усадьба Шадурских, дворец (руины) 5. Усадебно-парковый комплекс Вовжецких
Гомельская – 3 %	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дворцово-парковый ансамбль Румянцевых и Паскевичей 2. Усадьба генерал-лейтенанта Гатовского
Могилевская – 3 %	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дворец Г. Потемкина 2. Дворец архиерея Георгия Конисского 3. Дворцово-усадебный комплекс Булгаков

Многие дворцово-парковые комплексы уже включены в основные туристические маршруты Беларуси как культурно-исторические достопримечательности: Несвижский дворцово-парковый ансамбль, дворец Румянцевых-Паскевичей, дворец губернатора в Витебске, дворец Тизенгауза, Новый замок в Гродно, усадьба Чапских). Некоторые из них располагаются вблизи санаториев республиканского значения (дворец Тизенгауза) или недалеко от наиболее важных туристских районов и мест отдыха, что также повышает оценку на наличие туристской инфраструктуры.

Туристический потенциал дворцово-паркового наследия достаточно высок, а для его повышения необходимо проведение реставрационных работ, создание новых туристических маршрутов, объединяющих историко-культурные и природные достопримечательности, обеспечение удобной транспортной доступности объектов туризма, проведение достаточно сильной рекламы.

Включение ценного историко-культурного и природного наследия Беларуси в сферу международного туризма – актуальная задача современного общества. Если ценные природно-территориальные ландшафты Беларуси являются собою неповторимую и во многом уникальную часть ландшафтов Европы, то памятники истории и культуры являются собою вклад белорусского народа в культурную сокровищницу мировой цивилизации. Степень сохранности, благоустройство памятников, их доступность для туризма благоприятствуют общению данной страны с иными народами мирового сообщества, в значительной степени формируют мнение о благополучии государства, что в конечном итоге благоприятствует развитию деловых и культурных контактов.

1. Ансамбль (в архитектуре и градостроительстве) // Большая советская энциклопедия. – Т. 2. – М.: Советская энциклопедия, 1970.

2. Туристская энциклопедия Беларуси / редкол.: Г.П. Пашков [и др.]; под общ. ред. И.И. Пирожника. – Минск: БелЭн, 2007.

ПО СЛЕДАМ БЕЛОРУССКОГО МАСОНСТВА

Васькович Д.А., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Существует множество неверных представлений о масонстве. Некоторые представляют его в виде мировой тайной, преступной и всемогущей организации, которая имеет цель достижения мирового господства. В широком смысле масонство (оно же франкмасонство) – самоуправляемое движение, в состав которого, кроме масонских лож, входят разнородные (парамасонские) объединения.

Масонство в Речь Посполитую проникает из Пруссии, и с 1784 года, после создания «Великого Востока Польского и Литовского», получает здесь прочную организацию. С начала XIX века начинается второй этап масонского движения на Беларуси. Основной идеей масонства в Беларуси того времени было возрождение Речи Посполитой. Люди, которые считали целью своей жизни самосовершенствование, установили в своей организации достаточно жесткие правила – масоном не мог быть человек, который вел развратную жизнь, пил, и даже играл в карты. Основным направлением деятельности была благотворительность [1; 2; 3].

Среди белорусских масонов были такие известные фамилии, как Радзивилл, Рейтан, Ванькович, Огинский, Рдултовский и многие другие. На территории Беларуси объектов масонства сохранилось не так уже много. В первую очередь это Минск, Несвиж и Гродно.

В Минске существовали две ложи: символическая и капитулярная. Главные строения, имеющие отношения к масонству, это так называемый «дом масонов» и – косвенно – дом-музей Ваньковича. Минский дом масонов был построен в 1810 г. и выделялся своей отличительной архитектурой. Некоторые детали постройки никак нельзя считать просто необычной задумкой архитектора. Дом заложен в форме правильного масонского креста – это хорошо видно с высоты птичьего полета. Во время последней реставрации выяснилось, что здание строилось без окон. Они были заложены цементом, хотя снаружи все выглядело нормально [4].

Следующий объект – дом-музей Ваньковича. Существует версия о том, что в усадьбе также собирались масоны. Сам дом находится прямо перед домом масонов. Дом-усадьба Ваньковичей был построен в конце XVIII – начале XIX столетия на улице Волосской. Парадный двор был отделен от улицы каменной оградой с воротами, с восточной стороны, на склоне вдоль улицы Зыбицкой, тянулся живописный фруктовый сад. В 70-е годы прошлого столетия восточный флигель и часть каменной ограды с воротами разрушили. Тогда же были уничтожены скульптуры у входа в дом и разросшийся сад. Позже уцелевшее здание подверглось реконструкции, и сегодня здесь работает музей «Дом Ваньковичей. Культура и искусство 1-й половины XIX столетия» [5].

Существовавшая в Несвиже ложа называлась ложей «Счастливого освобождения». Работала с 1811 года во дворце князя Радзивилла. Закрыта в 1821 г. Доминик Иероним Радзивилл, владелец замка в то время, был масоном. С ним связана интересная легенда. До похода Наполеона на Москву Доминик Радзивилл был камергером двора русского императора Александра I. При наступлении Наполеона он присягает Наполеону на верность.

Однако французы потерпели поражение, и Доминик Радзивилл был вынужден отступить. Он смог появиться в Несвижском замке всего лишь на несколько часов и успел отдать распоряжение своему эконому: немедленно спрятать княжескую сокровищницу. По преданиям, богатства составляли сотни пудов золота, множество золотых предметов, драгоценные коллекции оружия, книг, бриллиантов, и, самое загадочное – скульптуры в человеческий рост две-

надцати апостолов из золота и серебра, усыпанные драгоценными камнями. Загадочный тайник ищут уже двести лет, но до сих пор безрезультатно [6].

Первое упоминание о появлении масонов в Гродно относится к 1779 г. В 1781 г. была основана ложа «Счастлирое освобождение». Мастером этой ложи был Жан Эммануэль Жилибер, а членами ложи были доктора, архитекторы, промышленники, военные и гродненские мещане.

В 1817 г. возникла символичная ложа «Друзья человечества». Встречи проходили в доме масонов, архитектором которого был Джузеппе Сакко.

Направления деятельности масонов складывались из традиционных благотворительных инициатив: помощь в открытии госпиталей, бесплатной раздаче супа, противоинфекционных прививок.

Развитие масонского движения вызвало обеспокоенность императора Александра I, и его указом 1 августа 1821 г. масонские ложи были закрыты. Архивные документы и атрибуты были сожжены. Закрытию лож способствовало существующее несоответствие взглядов среди масонских структур. Все масонские архивы исчезли. Поэтому представить себе формы деятельности масонов в XVIII веке довольно сложно [1; 2].

Создавать маршрут Минск–Несвиж–Гродно и тем более реализовывать его не совсем целесообразно. Любому человеку, даже отдаленно знакомому с географией Беларуси, станет понятно, что протяженность между объектами и этими городами значительная, и переезд между пунктами экскурсии занимает порядочное время. Разумеется, это время можно занять интересными рассказами и легендами о масонах, показом фильма с целью погрузить туристов в атмосферу таинственности и загадки. Но сомнительно, что найдется достаточное количество людей, которые будут по 2–3 часа сидеть в автобусе, чтобы пройтись час по тому же Несвижу или Гродно.

Есть более реальное, воплотимое в жизнь предложение. Можно включить каждый отдельный объект в обзорную экскурсию по городу. Т. е. туристам, приезжающим в Несвиж, рассказывается о масонах и предлагается поучаствовать в поисках «сокровищ Доминика Иеронима» с помощью геокэшинга. Геокэшинг – туристическая игра с применением спутниковых навигационных систем, состоящая в нахождении тайников [7]. К тому же главная достопримечательность Несвижа и объект масонства совпадают. То же самое в Гродно и Минске. Вплести историю масонства в кружево обзорной экскурсии по городу, сделать составной частью, добавить еще один кирпичик в здание интереса к экскурсии. Аналогии можно проводить до бесконечности. Помимо всего прочего, реальна возможность создания музея масонства на территории Беларуси. Мы полагаем неприципиальным привязывать его к какому-либо зданию. Конечно же, предпочтительнее всего создать такой музей в минском доме масонов. Кроме того, в фондах Витебского краеведческого музея выявлено 95 предметов масонской коллекции, относящихся к концу XVIII – началу XIX века. В их числе – печатные и рукописные документы, вещественные памятники, которые знакомят с развитием масонства: общемасонские отличительные знаки и знаки разных сте-

пеней и должностей, масонские ленты, запоны и карманы-кошело. Коллекция уникальна как по редкости подобного рода собраний, так и по содержанию [8].

Что же можно сказать в заключение? Масоны в Беларуси были, но, к сожалению, время их расцвета уже прошло, и существуют ли они сейчас – неизвестно. Нам остается только бережно склеить оставшиеся частички памяти о них и не забывать людей, чьими главными принципами были братство и благотворительность.

1. Швед, В.В. Масоны і ложы на землях Беларусі (канец XVIII – першая чвэрць XIX ст.) / В.В. Швед. – Мінск: Асвета, 2007.

2. Смалянчук, А.Ф. Вольныя муляры ў беларускай гісторыі / А.Ф. Смалянчук. – Мінск: Асвета, 2005.

3. Конспирология. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://conspi.ru/publ/ehpk_tajnye_obshhestva_i_sekty/razdel_4_masonry/masonstvo_v_belarusi/58-1-0-294 – Дата доступа: 10.03.2012.

4. Туризм в Беларуси [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://belarus-travel.by/2011/09/05/sluzhil-li-minskij-dom-masonov-po-svoemu-prednaznacheniy> – Дата доступа: 10.03.2012

5. Федорук, А.Т. Старинные усадьбы Минского края / А.Т. Федорук – Минск: Полифакт – Лекция, 2000.

6. Электронный мемориал “ПомниПро” [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://pomnipro.ru/memorypage/biography/917> – Дата доступа: 10.03.2012.

7. Геокэшинг [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.geocaching.su/?pn=11> – Дата доступа: 10.03.2012.

8. Новости: Гомель и Гомельщина [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://odsgomel.org/rus/новости/гомель/2228/> – Дата доступа: 10.03.201.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ СЛОНИМСКОЙ КУЛЬТУРНО-ТУРИСТСКОЙ ЗОНЫ

Вороник С.А., 4-й курс

Научный руководитель – С.В. Донских, канд. культурологии, доцент
Гродненский государственный университет им. Янки Купалы,
Республика Беларусь

Слонимская культурно-туристская зона – это исторически сложившийся культурный район на базе г. Слонима и района, отличающийся самобытностью истории, культуры, географическими особенностями, туристическими традициями и возможностями, вспомогательной и основной системами туристических ресурсов.

Культурно-туристская зона (далее – КТЗ) малого региона не может существовать отдельно, и включается в более массивные культурно-туристские зоны. Это зоны области, страны, географического региона Европы, континента и мира. Как любая часть какого-нибудь целого, так и КТЗ не может не реагировать на изменения и влияния остальных частей и всего целого в частности. Следовательно, те тенденции, которые происходят с мировой туристической индустрией, не могут не соприкасаться с развитием и изменением отдельной туристической индустрии, коей является Слонимская туристическая индустрия. Значит, тенденции развития мировой туристической индустрии будут влиять на развитие туристической индустрии Слонимской КТЗ. Но данное развитие и его основные направления будут иметь и отличительные черты, которые формируются особенностями региона и внешними сферами влияния.

Особенности туристической индустрии, которые сформировались на базе Слонимской КТЗ, позволяют выявить основные направления развития туризма.

Наиболее приоритетным и перспективным направлением развития туристической индустрии Слонимской КТЗ является придорожный сервис. Выгодное географическое положение Слонима, который размещен на пути следования основной автомобильной трассы Брест–Москва, является привлекательным для развития туристической индустрии, а именно туристического придорожного обслуживания. Эффективность развития данного направления в туризме Слонимской КТЗ предполагает строительство негромоздких и мобильных гостиничных комплексов и предприятий питания. Прежде всего, приоритет необходимо отдавать малому бизнесу и общедоступным (по ценовой категории и вместительности) средствам обслуживания. Строительство малогабаритных гостиничных средств является рациональным и эффективным для данной культурно-туристской зоны, прежде всего, если посмотреть на емкость рынка услуг размещения. В «высокий» сезон наблюдается высокий спрос со стороны путешествующих туристов как организовано, так и индивидуально. Уровень заселения в гостиницах максимальный. Придорожные средства размещения и питания помогут справиться с туристическими потоками. Но с наступлением «мертвого» сезона туристические потоки минимальны. И маленькому предприятию размещения будет легче переквалифицироваться в другую область обслуживания, например, под сдачу в аренду гостиничных площадей на долгосрочных основаниях (4–5 месяцев до наступления «высокого» сезона) или для придорожного обслуживания. Тем самым данное предприятие будет приносить прибыль круглый год, что очень сложно осуществить с крупной гостиницей.

Еще одним из достоинств географического положения Слонимской КТЗ является наличие в пределах ее территории канала Огинского и р. Щара. Развитие туристической индустрии Слонимской КТЗ не может обойтись без использования канала и Щары в туристической деятельности. Канал и Щара охватывают значительный район Слонимской КТЗ как в городской черте, так и вне территории города. Данный факт позволяет выделить несколько основных направлений использования водных ресурсов в туристической деятельности. Спортивно-туристические сплавы и прогулочные экскурсии; организация мас-

совых водных мероприятий и праздников; рыбалка; организация фотоклубов; совмещение канала с театром Огинского (возрождение водных представлений); спортивные соревнования и фестивали; использование прибрежных территорий канала и Щары для организации отдыха и торговли сувенирной продукцией. Данное число направлений не являются конечным. Для эффективного развития туризма необходимо использовать их в комплексе, что позволит создать определенный бренд Слонимской КТЗ наподобие «Белорусской Венеции».

Одним из направлений развития туристической индустрии является сектор развлечений. Состояние данного сектора в Слонимской КТЗ содержит целый ряд проблем в данной области. Но для Слонимской КТЗ индустрия развлечения является приоритетным направлением, прежде всего за счет:

1. высокого спроса среди населения;
2. обширной контактной аудиторией и потенциальными потребителями;
3. низкой конкуренции (возможность монополизация рынка);
4. относительно низких затрат на открытие бизнеса и его поддержания, учитывая постоянные издержки, которые составляют затраты на обслуживание средств развлечения и оплату труда немногочисленного обслуживающего персонала.

Для выявления необходимости развития данного направления был проведен социологический опрос среди населения города Слоним. Опрошено 300 человек. Из них лично – 50, с помощью интернета – 250. В итоге были получены следующие результаты:

1. Наибольшее количество опрошенных основную часть свободного времени проводят дома. Наблюдается тенденция среди оставшейся аудитории к отдыху в городе.
2. Подавляющее большинство желает воспользоваться услугами проката туристического инвентаря и надеется, что в городе появится свой собственный парк развлечений и отдыха.
3. Наибольшей популярностью у местного населения для отдыха и развлечения пользуются дискотеки, игровые автоматы и городской парк.

Следует сделать вывод, что, исходя из социологического опроса, развитие индустрии развлечения является востребованным направлением туристической деятельности Слонимской КТЗ.

Развитие экскурсионного обслуживания. Город, как известно, богат туристическими ресурсами, которые можно и нужно использовать. Компактность и системность расположения архитектурных, исторических и других ценностей города позволяет развивать экскурсионное направление туристического продукта. Однако следует придерживаться современных методов маркетинговой политики. Экскурсионные туры должны быть прежде всего направлены на различные целевые группы. Потенциальную аудиторию можно выделить по следующим признакам:

1. Возрастной – дети, молодежь, зрелый и пенсионный возраст.
2. Религиозной принадлежности – католики, православные, мусульмане.
3. Этнический – белорусы, россияне, евреи, поляки.
4. Тематическое направление – приверженцы истории, культуры, естествознания и т. д.

Разделение контактной аудитории по признакам позволит более качественно оказывать туристско-экскурсионные услуги и видеть те направления экскурсионного обслуживания, на которые создается потенциально высокий спрос. Например, огромное количество еврейского населения (около 90 %) проживавшего в городе в довоенный период, наличие синагоги XVII века говорит о высоком интересе среди потомков еврейского народа, которые желают посетить Слоним с ностальгическими и патриотическими чувствами. Целенаправленный маркетинг услуг позволит сэкономить денежные средства, которые могли быть направлены на развитие невостребованных среди целевой аудитории туристических услуг.

Выделенные мною направления для Слонимской КТЗ являются наиболее приоритетными. Следует также учитывать общебелорусские направления развития туристической отрасли, а именно деловой туризм, агроэкотуризм, транзитный и другие. Данные виды туризма также могут получить свое развитие в Слонимской КТЗ, что потребует строительства соответствующей материально-технической базы и средств туристической индустрии.

1. Национальная программа развития туризма на 2006–2010 гг. // Официальный сайт Министерства спорта и туризма Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: http://www.mst.by/Minsport5/Arxiv/Turizm/Info/2005_08_04_tur_1.htm. – Дата доступа: 16.03.2012.

2. Статистический ежегодник Республики Беларусь / Национальный комитет Республики Беларусь. – Минск, 2010.

3. Туристическая мозаика Беларуси / А.И. Локотко [и др.]. – Минск: Беларус. навука, 2011. – С. 334–347.

К ВОПРОСУ О ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОМПЬЮТЕРНОЙ ПРОГРАММЫ «OUTDOOR FOOD RATION CALCULATOR» ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ИНСТРУКТОРОВ ПО ТУРИЗМУ В ВУЗЕ

Гавдур А.А., 4-й курс

Научный руководитель – О.Ф. Каган

Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

В современном мире невозможно представить себе жизнь человека без использования информационных технологий. Не может отставать от новейших тенденций и высшая школа, где применение специализированных компьютерных программ (и в целом информационных технологий) значительно повышает качество процесса подготовки специалистов.

Информационные технологии широко применяются в вузе для текущего и итогового контроля успеваемости студентов (тестирования), презентации лекционных материалов, дистанционного образования и пр. В то же время разработка и применение обучающих компьютерных программ в учебном процессе (например, на туристских специальностях) пока не является обычной практикой.

Цель данного исследования – изучить возможность применения компьютерных программ, созданных для разработки рациона питания участников туристских походов, в учебном процессе направления специальности 1 89 02 01 01 «Спортивно-туристская деятельность (спортивный и рекреационный туризм)» в учреждении образования «Белорусский государственный университет физической культуры» (БГУФК).

Студенты, обучающиеся по вышеуказанной специальности, приобретают навыки подготовки и проведения туристских походов и, в частности, навыки разработки продуктовой раскладки. В практике активного туризма находят широкое применение ряд компьютерных программ, позволяющих минимизировать время и усилия, затрачиваемые для разработки продуктовой раскладки. Нами, для оценки возможности применения в учебном процессе, были рассмотрены следующие программные продукты указанного назначения, которые находятся в свободном доступе в Интернете [2, 3, 4]:

- “Outdoor Food Ration Calculator” (автор: Е. Польшин);
- «Суперзавхоз» (автор: Г.Г. Войков);
- электронные таблицы “Excel” с использованием специально разработанных приложений (например, Racion4).

Вначале, в результате предварительного исследования, нами были получены экспертные оценки для каждого из трех вышеуказанных программных продуктов. По 5-балльной шкале оценивались такие качества программ, как: дизайн, функциональность с точки зрения работы и обучения, качество и доступность интерфейса и ряд других (всего 8 показателей). Полученные суммарные результаты оценки отображены на рисунке.

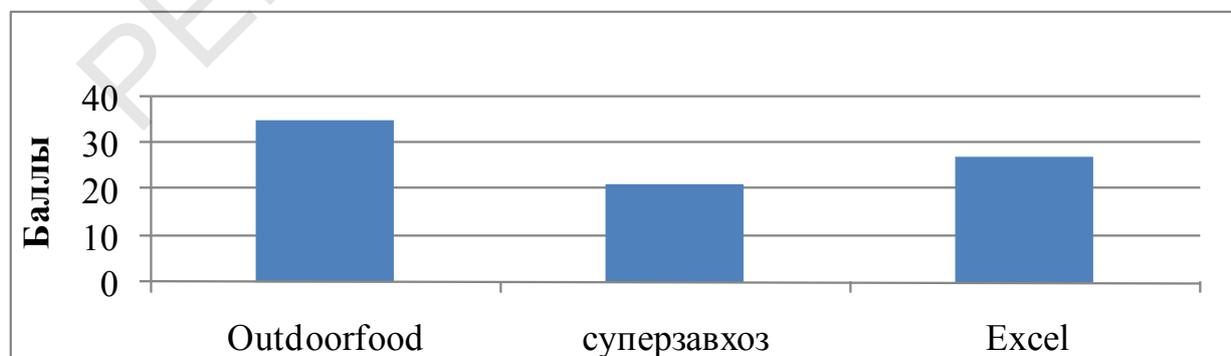


Рисунок – Результаты экспертной оценки применимости в учебном процессе программных продуктов, используемых для разработки продуктовой раскладки похода

В соответствии с полученными предварительными данными программа “Outdoor Food Ration Calculator” оказалась наиболее предпочтительна для применения. В дальнейшем оценку эффективности применения обучающих программ в учебном процессе проводили с использованием данного программного продукта [4].

Для дальнейшего исследования возможности внедрения программы “Outdoor Food Ration Calculator” в учебный процесс БГУФК ее использовали на практическом занятии студентов 1-го курса дневной формы обучения по дисциплине «Теория и практика спортивного и рекреационного туризма» по теме «Методика составления продуктовой раскладки похода и раскладки снаряжения». В качестве методического материала к занятию было разработано электронное пособие для студентов по работе с программой. Занятие проводили после окончания самостоятельной управляемой работы, в процессе выполнения которой студенты получили опыт разработки раскладки «вручную» (эмпирическим методом) [1].

О возможности и эффективности использования программы в учебном процессе судили по данным наблюдения и письменного опроса, проведенного среди студентов (12 человек) после окончания занятия. Результаты субъективной оценки студентами ряда показателей, существенных для характеристики «обучающих» качеств программы представлены в таблице.

Таблица – Результаты оценки студентами возможности использования компьютерной программы “Outdoor Food Ration Calculator” в учебном процессе

Показатель	Me (баллы)	Min (баллы)	Max (баллы)	25-я перцентиль	75-я перцентиль
Уровень владения студента компьютером	8,0	5,0	10,0	7,0	8,0
Эффективность использования программы	10,0	8,0	10,0	9,0	10,0
Качество занятия	10,0	8,0	10,0	10,0	10,0

Примечания:

1 – Эффективность применения программы респонденты оценивали по 10-балльной шкале в сравнении с «ручным» способом разработки продуктовой раскладки.

2 – Выборка респондентов, оценивших указанные технические этапы дистанции, составила 12 человек.

В результате проведенного опроса, оказалось, что 92 % респондентов считают, что использование “Outdoor Food Ration Calculator” существенно повышает эффективность разработки продуктовой раскладки по сравнению с

«ручным» способом. При этом к достоинствам программы респонденты отнесли:

- автоматизацию вычислений (42 % респондентов);
- экономию времени (58 % респондентов);
- технологичность (42 % респондентов).

Как важное качество, увеличивающее «технологичность» программы, студенты отметили наличие у нее ряда дополнительных функций, например, функции оценки итогового рациона, которая позволяет убедиться в том, насколько правильно (по балансу питательных веществ, энергетической ценности и пр.) составлена раскладка.

Как известно у каждой компьютерной программы есть свои недостатки. В нашем случае 3 % респондентов указали на следующие из них:

- недостаточно большое количество продуктов, занесенных в справочник программы;
- небольшое разнообразие блюд в справочнике;
- недостатки интерфейса программы.

Судя по данным педагогического наблюдения, занятие вызвало значимый интерес у студентов, что подтверждается данными опроса (абсолютное большинство респондентов дали занятию высшую оценку).

Таким образом, проведенное исследование показывает, что программный продукт “Outdoor Food Ration Calculator” может быть адаптирован и эффективно использоваться в учебном процессе для формирования навыков разработки продуктовой раскладки похода. Кроме того, можно, видимо, говорить в целом о значительном потенциале для использования подобных программ в подготовке специалистов сферы туризма в вузе. Оценка студентами проведенного занятия (9,75 балла по 10-балльной шкале) свидетельствует о высокой мотивации студентов к использованию информационных технологий в образовательном процессе.

1. Алексеев, А.А. Питание в туристском походе / А.А. Алексеев. – 8-е изд., доп. – М.: ЦТМО, 2003. – 64 с.

2. Турклуб «Ветер» им. Шабалина Б.И. «Суперзавхоз» – расчет раскладки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vetertsxa.ru/upload/task,doc_details/gid,13/ – Дата доступа: 12.04.2012.

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

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

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Гаврилович-Шмидт Е.С., 6-й курс

Научный руководитель – О.В. Романова

Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

В условиях становления рыночной экономики в нашей стране особое значение приобретают вопросы практического применения современной системы управления персоналом, позволяющей повысить социально-экономическую эффективность любого предприятия [1, 2, 3].

Успех работы туристической фирмы обеспечивают ее сотрудники. Именно поэтому современная концепция управления предприятием предполагает выделение из большого числа функциональных сфер управленческой деятельности той, которая связана с управлением кадровой составляющей производства – персоналом предприятия.

Вполне естественно, что на каждом крупном туристическом предприятии возникает необходимость в определении численности персонала, в эффективной системе подбора, найма и расстановки кадров, в обеспечении их занятости с учетом интересов фирмы и самого работника, в системе вознаграждения за труд по его мотивации, в учете индивидуальных проблем работников, улучшении их бытовых условий и отдыха и т. д.

В настоящее время особое значение придается повышению уровня работы с кадрами, постановке этой работы на прочный научный фундамент, использованию накопленного в течение многих лет отечественного и зарубежного опыта [3, 4, 5].

Целью работы является изучение системы управления персоналом на предприятиях сферы туризма.

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты управления персоналом;
- изучить систему управления персоналом в туристической фирме ООО «БСП»;
- разработать рекомендации по совершенствованию системы управления персоналом в туристической фирме ООО «БСП».

Методы исследования: анализ литературных источников и документации, обобщение, сравнительный анализ, анкетирование.

Система управления персоналом была рассмотрена на примере деятельности туристической фирмы ООО «БСП». Структура управления на ООО «БСП» представлена на рисунке 1. Таким образом, организационная структура ООО «БСП» является линейной. Директор ООО руководит бухгалтерией в лице главного бухгалтера и заместителя директора, которому в свою очередь подчи-

няются менеджер по персоналу (его главная задача – подбор и найм персонала), менеджеры, которые располагают информацией о предоставляемых услугах и ее передают, консультируя клиентов.

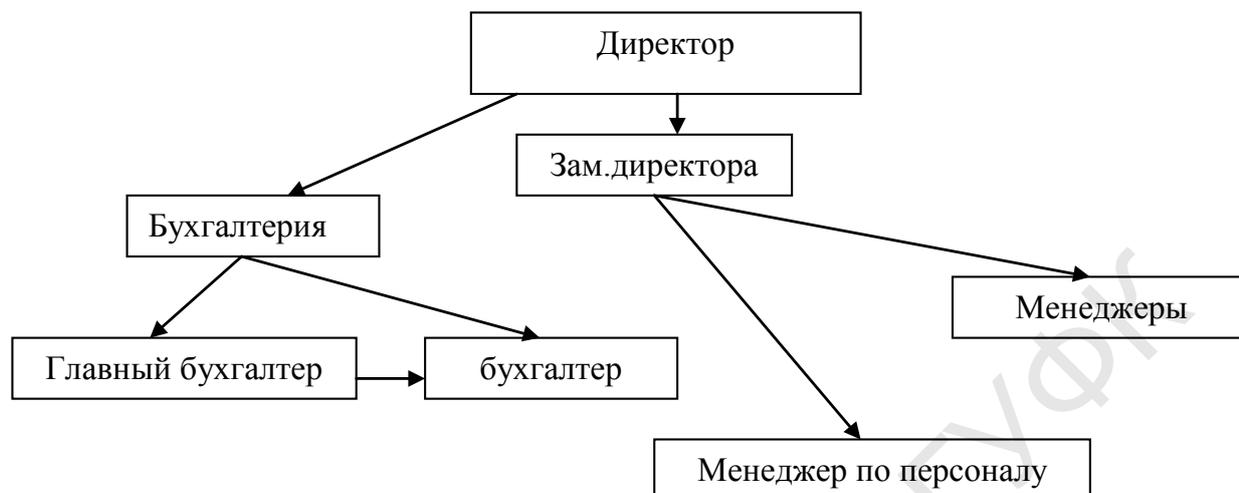


Рисунок 1 – Структура ООО «БСП»

Динамика фонда заработной платы ООО «БСП» приведена в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика фонда заработной платы ООО «БСП»

Показатель	2010	2011	Отклонение, (+/-)	Темп роста, %
Выручка без налогов, млн. руб.	3135	3758	623	119,87
Фонд заработной платы, млн. руб.	620	756	136	121,9
Уровень фонда заработной платы, %	19,8	20,1	0,3	-

Общая сумма фонда заработной платы ООО «БСП» в отчетном году по сравнению с предшествующим периодом возросла на 21,9 % и составила 756 млн. руб.

Наблюдается превышение темпов роста фонда заработной платы по сравнению с темпами роста выручки. Так, в отчетном году по сравнению с прошлым годом выручка увеличилась на 19,87 %, а фонд зарплаты – на 21,9 %.

Поэтому в анализируемом периоде происходит повышение уровня фонда заработной платы.

Уровень фонда заработной платы повысился с 19,8 % за 2010 г. до 20,1 % за 2011 г., или на 0,3 %.

Сделаем анализ структуры заработной платы ООО «БСП».

Структура заработной платы – это соотношение отдельных составляющих заработной платы в общем ее объеме (рисунок 2).

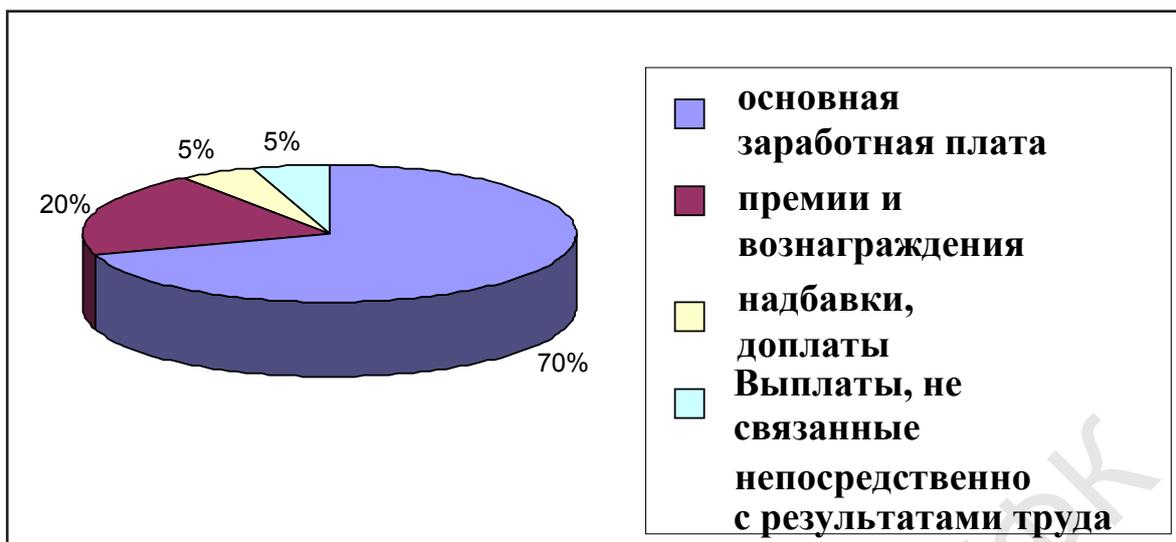


Рисунок 2 – Структура заработной платы в ООО «БСП»

Основная заработная плата в виде оклада составляет 70 % общей суммы заработной платы работников ООО «БСП». Однако приемлемая доля основной заработной платы должна составлять 85–90 % в структуре заработной платы.

Структура трудовых ресурсов по уровню образования представлена по годам на рисунках 3, 4.

Положительным фактором является повышение численности работников с высшим образованием.

Таким образом, можно сделать вывод, что в ООО «БСП» существует недостаточно высокий уровень квалифицированной подготовки персонала, что в дальнейшем может отрицательно повлиять на результативность деятельности предприятия в целом.

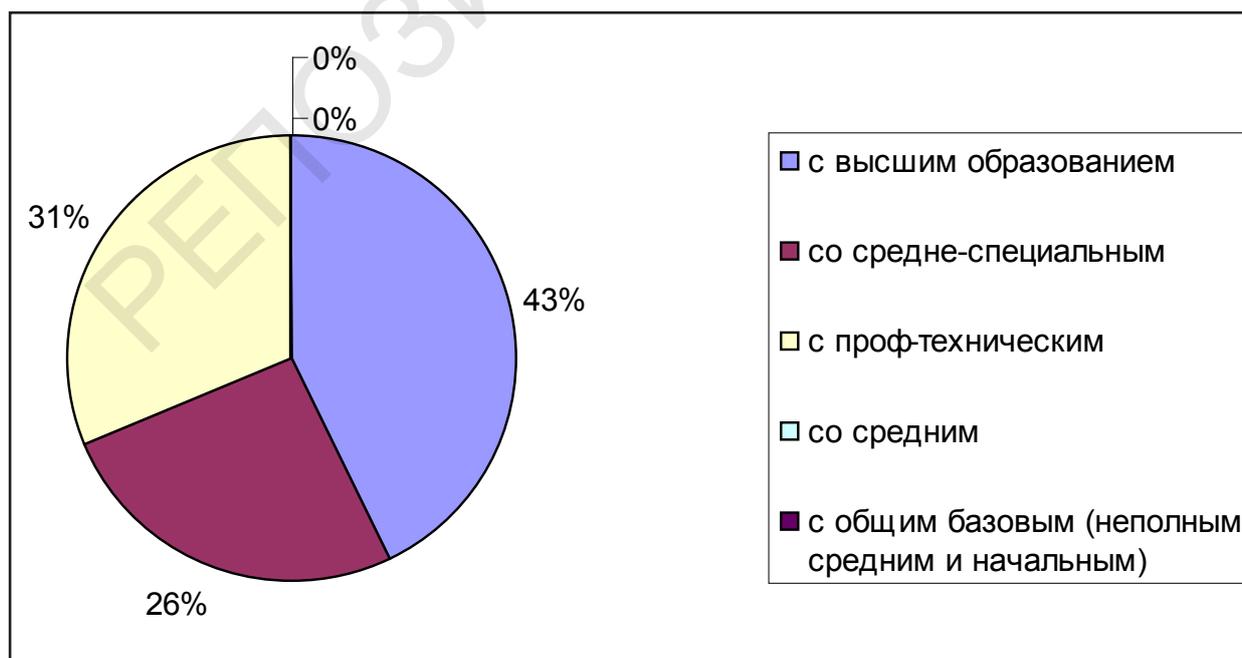


Рисунок 3 – Структура трудовых ресурсов по уровню образования за 2010 г.

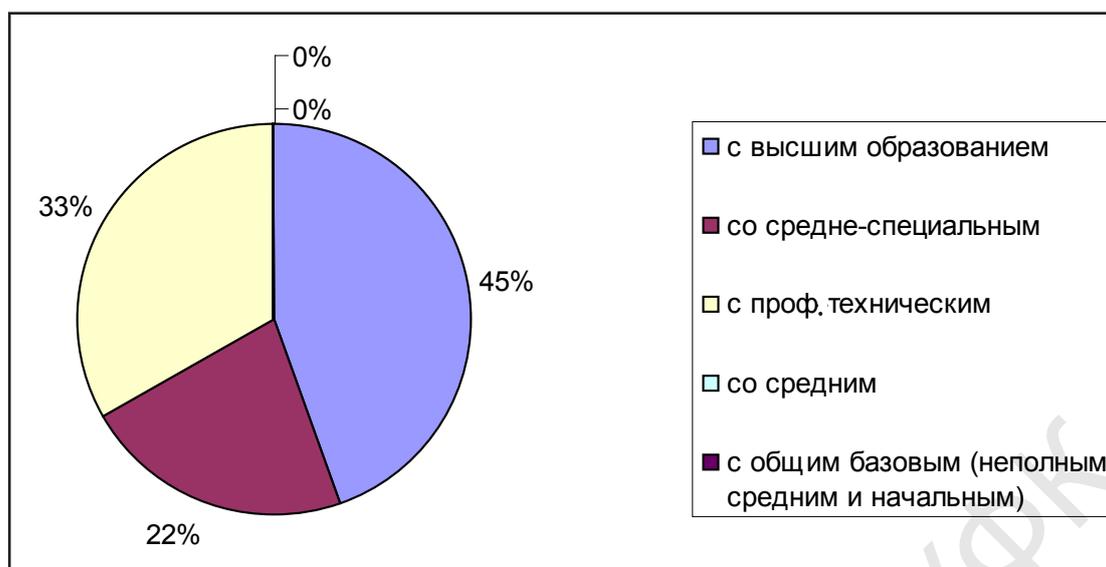


Рисунок 4 – Структура трудовых ресурсов по уровню образования за 2011 г.

Для совершенствования системы методов управления персоналом в ООО «БСП» автор предлагает повысить уровень квалификации следующих работников: бухгалтер (1 чел.); маркетолог (1 чел.); менеджер по продажам (4 чел.). Результаты профессионального обучения для ООО «БСП», в свою очередь, могут быть выражены в виде: увеличения потенциала сотрудников и всего предприятия в целом; роста производительности труда работников; роста объемов продаж; роста прибыли.

Повышение квалификации персонала должно осуществляться в ООО «БСП», прежде всего, в целях изучения новейших достижений отечественной и зарубежной науки и техники, эффективных методов планирования и экономического стимулирования, научной организации труда и управления с использованием вычислительной техники, широкого обмена научным и производственно-техническим опытом.

ООО «БСП» планирует в период с 01.08.12 по 15.09.12 провести программу повышения квалификации. Следует отметить, что предложенные пути повышения эффективности системы методов управления персоналом в ООО «БСП» позволят увеличить его социально-экономическую эффективность.

1. Горелов, Н.А. Экономика трудовых ресурсов / Н.А. Горелов. – М.: Высшая школа, 2008. – 208 с.

2. Егоршин, А.П. Управление персоналом / А.П. Егоршин. – Н/Новгород, 2009. – 606 с.

3. Клейнер, Б.С. Управление персоналом / Б.С. Клейнер, В.И. Ляско – М.: МАДИ, 2010.

4. Райли, М. Управление персоналом в гостеприимстве / М. Райли. – СПб.: Питер, 2010. – 289 с.

5. Саакян, А.К. Экономика и социология труда / А.К. Саакян. – СПб.: Питер, 2002. – 127 с.

РАЗВИТИЕ КЛУБНОГО ФАН-ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

Глаголева В., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

*Не упускай момента быть на трибуне.
Если ты хоть на процент сомневаешься:
идти на стадион или нет, то лучше останься дома!
Здесь не может быть сомнений...*

Существует огромное количество командных видов спорта, но вряд ли любая другая спортивная игра может похвастаться таким ажиотажем вокруг нее. Речь идет о футболе. Игра номер один во всем мире! Миллионы болельщиков по всему миру с нетерпением ждут того дня, когда начнется футбольный матч. Все люди в мире подразделяются на 2 категории: те, кто любит футбол и те, кто его ненавидит. Равнодушных нет. Вряд ли другой вид спорта соберет такую обширную аудиторию, как футбол: дети и взрослые, мужчины и женщины... Сегодня футбол – это уже не просто игра. Футбол – это что-то большее! Футбол – это своеобразный язык, который связывает миллионы людей во всем мире! Обратите внимание на болельщиков одной команды: они едва знакомы, но их переживания, их эмоции, их ненависть к сопернику делает их братьями по духу.

Футбол – это маленький театр! Сегодня существует такое понятие, как «футбольная культура». Футбольная культура – это совокупность всех культурных аспектов, связанных с футболом как видом спорта [1]. Тематика футбола столь многогранна, что охватывает не только искусство (музыка, кинематограф, литература, театр, живопись и т. д.), но и культуру боленья.

Не секрет, что люди, поддерживающую свою команду подразделяются на 2 категории. Те, кто активно, ярко и масштабно поддерживают любимый клуб (фанаты), и те, кто также поддерживают команду, выражая лишь собственно свои эмоции (болельщики). И те и другие поддерживают свой клуб, но у них разные приоритеты. Обычный болельщик может пропустить матч, либо ввиду плохой погоды посмотреть его по телевизору. Для фаната пропустить матч подобно трагедии. Фанаты на протяжении всей игры стоя призывают свою команду идти вперед, они рисуют баннеры, различные граффити, они превращают самый скучный и нудный футбольный матч в шоу, одним словом, фанаты – это те, кто превратили футбол, в искусство! Жаль, что не все это еще осознали.

Во многих странах, да и наша страна не исключение, фанатов приравнивают к экстремистам. Футбольных фанатов вспоминают к месту и не к месту,

чаще всего в отрицательном отношении, а между тем это целый мир, не всегда понятный обывателю, но очень интересный тем, кто внутри этого мира живет. Однако немногие знают, что эти люди занимаются спортом, пропагандируют здоровый образ жизни, преданы клубу, креативны и изобретательны. Они творят историю...

Беларусь в плане футбола сделала огромный шаг вперед. Ежегодное участие в еврокубках уже само по себе достижение! Программа развития футбола в Республике Беларусь на 2011–2015 годы включает строительство многих спортивных объектов, в том числе и в городе Борисове, реконструкцию старых стадионов, в том числе стадиона «Динамо» в городе Минске [2]. В августе минувшего года Белорусская федерация футбола (БФФ) рассмотрела вопрос о заявке, благодаря которой Беларусь сможет принять финал Лиги Европы уже через три-четыре года. Кроме того, в Борисове по плану БФФ к концу 2012 года должен быть построен красавец-стадион [3].

В некоторых европейских странах с развитием футбола появилось новое направление в туризме – экскурсии по стадионам. Это незабываемое событие с возможностью заглянуть за кулисы футбольного стадиона по-настоящему увлекательно, познавательно и интерактивно для людей любого возраста. Туристов знакомят с историей клуба, стадиона, такая экскурсия дает возможность полностью ощутить себя на месте футболистов или... тренера. Нередко в такие экскурсии входит и посещение клубного музея, который также расположен в помещении стадиона. Гиды – не только преданные болельщики команды, но и очень эрудированные люди, и они делают экскурсии познавательными и интересными. А иногда в роли гидов выступают знаменитые футболисты, они всегда готовы ответить на интригующие туристов вопросы! Обычно экскурсия заканчивается походом в фан-шоп [4].

В Беларуси пока такого вида туристической деятельности нет, но вскоре у нас появится стадион европейского уровня, на котором можно разработать данный вид экскурсий. Ведь это так здорово – побывать в месте, где рождается легенда футбола!

1. Футбольная культура [Электронный ресурс] / Википедия. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Футбольная_культура. – Дата доступа: 03.03.2012.

2. Программа развития футбола. Проект приложения 2 к программе развития футбола в Республике Беларусь на 2011 – 2015 годы [Электронный ресурс] / Белорусский футбол. – Режим доступа: <http://bff.by/fbff/624/> – Дата доступа: 03.03.2012.

3. Новый стадион в Борисове утвержден, строительству дан старт [Электронный ресурс] / Футбол. – Режим доступа: <http://www.football.by/news/23878.html>. – Дата доступа: 03.03.2012.

4. Экскурсия по Альянс-арене [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://moistraubing.de/index.php/foren> – Дата доступа: 03.03.2012.

ИЗУЧЕНИЕ И АНАЛИЗ СОЗДАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ «СОСНЯЧОК»

Глинская В.Г., Безручко В.А., Радкевич Е.О.

Научный руководитель – Х.Х. Лавинский, д-р мед. наук, профессор
Белорусский государственный технологический университет,
Республика Беларусь

Республика Беларусь обладает уникальными природно-климатическими условиями, которые в полной мере способствуют организации лечебно-оздоровительного туризма. Для людей, желающих с пользой для здоровья провести отпуск, в Беларуси существует множество предложений по организации отдыха и оздоровления в санаториях и здравницах.

На территории республики в 2011 году функционировала 421 санаторно-курортная и оздоровительная организация, в том числе 73 санатория, 13 детских реабилитационно-оздоровительных центров, 3 дома отдыха, 1 пансионат, 93 базы отдыха, 6 туристско-оздоровительных комплексов, 19 туристических баз, 22 оздоровительных центра (комплекса).

В рамках данной работы нам необходимо было изучить процесс организации собственного лечебно-оздоровительного учреждения. Прделанная работа дает возможность разработать концепцию организации туристическо-оздоровительных учреждений.

При организации учреждения такого типа целесообразно учитывать следующие компоненты:

- наличие и степень сохранности исторического ландшафта и уникальных природных образований;
- организацию интересного досуга для самого широкого круга людей;
- создание наиболее благоприятных условий проживания и обеспечение всех удобств посетителям;
- наличие мощной оздоровительной программы и современного оборудования;
- высокий уровень квалификации медицинского и обслуживающего персонала.

Работа включает в себя следующие этапы, которые были выполнены последовательно либо, если это возможно, параллельно:

1. Общие сведения о Мядельском районе и городе Мядель. База отдыха «Соснячок» расположена в 4 километрах от города Мядель, на берегу одного из самых уникальных и глубоких озер Национального парка Нарочанский о. Рудаково.

2. Описание и характеристика водных ресурсов. Рудаково (Рудакова) озеро в Мядельском р-не. Площадь 0,24 км². Максимальная глубина 28,6 м. Длина 0,7 км. Максимальная ширина 0,56 км. Длина береговой линии 2,01 км. Объем воды 2,72 млн.м³. Площадь водозабора 1,16 км².

3. Характеристика ландшафтов Мядельщины. Неповторимые по своей красоте места Нарочанского края, его озера, боры со смолистым лекарственным ароматом, богатая флора и фауна определяют особенность природы Мядельщины.

4. Категории людей, которые будут посещать базу отдыха. База отдыха может принять самый широкий круг людей. Сюда может приехать любой желающий, причем как один, так и вместе с семьей, детьми. Здесь найдут хороший отдых любители рыбной ловли и активного отдыха. Для каждого желающего будут предложены романтические встречи с песней у костра, общение с природой и друзьями.

5. Санитарно-эпидемиологическая обстановка в районе. Состояние инфекционной заболеваемости за 2009 г. по Мядельскому району.

6. Условия проживания. Отдыхающие проживают в деревянных летних домиках, которые разделены пополам. В каждой половине расположены две комнаты, кухня и веранда. В каждой комнате предусмотрено размещение трех человек. Кухни снабжены газовыми плитами, холодильниками, есть водопровод. Работает магазин. На территории базы есть лодочная станция, автостоянка, еженедельно работает баня с парилкой. Медицинские услуги осуществляются в административном здании. Это двухэтажное каменное здание, которое также оборудовано столовой для обслуживания клиентов. В оборудование кухни входит 2 газовых плиты, холодильник, посуда.

7. Экологическая обстановка. Природные и климатические условия Мядельского района.

8. Оздоровительные технологии, применяемые на туристической базе отдыха «Соснячок»: 1) массаж; 2) психотерапия; 3) психосуггестивная аэротерапия (ароматерапия); 4) грязелечение; 5) тренажерный зал; 6) лечебная физкультура (ЛФК); 7) фитотерапия; 8) ванны лечебные; 9) лазеротерапия; 10) физиотерапевтические процедуры.

9. Пешие походы. Всем желающим будет предложен 5-дневный пеший поход. Ходьба не пользуется должным вниманием. Большинство она по старой традиции воспринимается только как удобное средство передвижения, но не метод повышения физической подготовки. Пешие прогулки, безусловно, хороший вид тренировки, и нет сомнения, что он принесет пользу сердцу и легким, снимет стресс, улучшит настроение.

10. Исторические и культурные места. Замок, Мядельская Кальвария, Костел Божей Матери Шкаплерной, их описание и характеристика.

11. Положения.

12. Список работников.

13. Документация и договоры.

В заключение хотелось бы отметить, что в ходе работы мы разобрались в сложных механизмах организации туристическо-оздоровительного предприятия, а также узнали много нового о принципах лечения и оздоровления. В ходе анализа добытой нами информации мы поняли, что развитие локального,

сельского, экологического и других видов туризма требует конкретных системных знаний о территории. Описание ландшафта, климата, водных рекреационных ресурсов и т. п. – довольно трудоемкий процесс, требующий исключительного внимания.

ТУРЫСТЫЧНЫ ПАТЭНЦЫЯЛ ДОМА-МУЗЕЯ АДАМА МІЦКЕВІЧА Ў НАВАГРУДКУ

Грамыка А.В., 2-й курс

Навуковы кіраўнік – С.У. Данскіх, канд. культуралогіі, дацэнт

Гродненскі дзяржаўны ўніверсітэт імя Янкі Купалы, Рэспубліка Беларусь

Навагрудак – невялікі горад з багатай гістарычнай і культурнай спадчынай. Кожны, хто прыязджае сюды, заўсёды адчувае незабыўны подых дауніны. Горад, які знаходзіцца на скрыжаванні розных эпох і падзей, Навагрудак вядомы сваімі знакамітымі жыхарамі і ўраджэнцамі: І. Дамейка, Я. Драздовіч, У. Кіт, А. Рымша і іншыя. Сюды прыязджаюць, каб пабачыць руіны навагрудскага замка, царкву Св. Мікалая, Барысаглебскую царкву 1519 года, касцёл Праабражэння Гасподняга, дзе браў шлюб кароль Польшчы Ягайла і княжна Соф’я Гальшанская. Акрамя гэтага, вялікі інтарэс прадстаўляе для турыстаў Дом-музей Адама Міцкевіча. Менавіта яго наведваюць людзі, якія цікавяцца жыццём і творчасцю выдатнага паэта Адама Міцкевіча, творчасць якога з’яўляецца вельмі значнай для польскага, літоўскага і беларускага народаў.

Першая рэальная спроба стварэння ў Навагрудку музея Адама Міцкевіча адносіцца да 1920 года. Навагрудскі павятовы рэўком выдаў загад аб стварэнні ў доме, дзе жыў паэт, музея або бібліятэкі яго імя. Гэтае рашэнне не было ажыццяўлена, бо ў ходзе польска-савецкай вайны Навагрудак праз два тыдні быў заняты польскай арміяй. Рэальна Дом-музей быў створаны ў 1930-я гады намаганнямі «Міцкевічаўскага камітэта» – добраахвотнага навуковага таварыства пад кіраўніцтвам мясцовага ваяводы. Адкрыццё музея адбылося 11 верасня 1938 года. У чэрвені 1941 г. Дом-музей быў разбураны трапіўшай у яго нямецкай авіябомбай. Была знішчана большая частка экспанатаў. Пэўная колькасць ацалелых экспанатаў была вывезена ў пасляваенны час на тэрыторыю Польшчы. Дом-музей быў адноўлены ў даваенным выглядзе да 100-годдзя з дня смерці А. Міцкевіча і адкрыты 26 лістапада 1955 г. Чарговая музейная экспазіцыя адчынілася ў 1971 г. У 1989–1990 г. віленскім аддзяленнем польскай фірмы “Budumex” за сродкі беларускага боку была праведзена рэканструкцыя сядзібы Міцкевічаў: адноўлены будынак па ўзору пач. XIX ст., пабудаваны флігель, які злучаецца з асноўным будынкам падземным пераходам, а таксама свіран, калодзеж, альтанка. У адноўленым будынку 12 верасня 1992 г. адкрылася новая экспазіцыя, створаная сумесна супрацоўнікамі Дома-музея і Музея літаратуры

імя А. Міцкевіча з Варшавы. У ёй знаходзіліся, акрамя ўласных, і 152 экспанаты, перададзеныя на дэпазіт польскімі музеямі. У маі 2001 г. дадзеныя экспанаты вернуты польскаму боку. Дзеючая сёння экспазіцыя адкрыта 25 мая 2001 г. [1].

На цяперашні час дзейнічае пастаянная экспазіцыя «Жыццё і творчасць Адама Міцкевіча» ў пяці залах галоўнага дома. Аўтары навуковай канцэпцыі экспазіцыі – супрацоўнікі Дома-музея С. Анісімава, Н. Чарняўская, М. Гайба. У экспазіцыі паказаны рэчы, звязаныя з Міцкевічам і яго акружэннем: камплекты мэблі, гадзіннікі, кнігі, рукапісы, піяніна, веер і г. д., партрэты калегаў, сяброў і знаёмых. Экскурсіі праводзяцца на рускай, беларускай, польскай, англійскай і нямецкай мовах. У падвале і падземным пераходзе, які злучае дом з флігелем, размяшчаюцца выстаўкі. З іх дзве пастаянныя: «Святло кухні Міцкевічаў» і «Паэма «Пан Тадэуш» – праз гады і народы». Ладзяцца лекцыі і музыкальна-педагагічныя заняткі для дзяцей і школьнікаў рознага ўзросту.

Своеасаблівы інтарэс выклікае наведванне Літаратурна-музычнага салона «А. Міцкевіч і А. Пушкін: два погляды». У ім удзельнічаюць навучэнцы і выкладчыкі каледжаў і школы мастацтваў. Чытаюцца вершы выдатных паэтаў, заварожваючы гучыць музыка Шапэна, Моцарта, Бетховена, паказваюцца слайды. Іншы цікавы лекторый, «Адам Міцкевіч і Фрэдэрык Шапэн: сустрэчы на раздарожжы», звязаны з абмярканнем ўзаемаадносін кльчавых постацей для культуры XIX ст. А. Міцкевіча, Ф. Шапэна, Ж. Санд.

Такім чынам, Дом-музей Адама Міцкевіча, прпаноўвае разнастайны шэраг асноўных і дадатковых паслуг. Акрамя гэтага, у музеі дзейнічаюць вельмі дэмакратычныя цэны: самае дарагое абслугоўванне – экскурсія на англійскай і польскай мовах – каштуе ўсяго 50 000 рублёў. У музеі магчыма набыць розную сувенірную прадукцыю. Аналіз дзейнасці музея магчыма правесці, зыходзячы з дадзеных аб паслугах, якія прапануюць у Доме-музеі Адама Міцкевіча.

Наколькі паслугі музея з'яўляюцца прывабнымі для наведвальнікаў і турыстаў? На жаль музейная статыстыка не дае магчымасці правесці параўнальны аналіз у гэтым накірунку, што сведчыць аб тым, што установы культуры Беларусі вельмі сціпла удзельнічаюць у фарміраванні нацыянальнага турыстычнага прадукта. Асноўныя вынікі дзейнасці Дома-музея Адама Міцкевіча прадстаўлены ў наступнай табліцы:

Год	Колькасць экскурсій	Колькасць наведвальнікаў				
		Усяго	У тым ліку ў складзе экскурсійных груп	У тым ліку студэнтаў, навучэнцаў і школьнікаў	У тым ліку замежных грамадзян	У тым ліку бясплатных наведвальнікаў
2007	620	17 650	11 455	13 056	1 356	3 485
2008	606	17 752	10 822	9 735	1 045	4 199
2009	606	22 205	10 849	9 606	3 414	856
2010	624	23 028	11 177	8 540	4 938	850
2011	582	22 844	9 832	8 254	3 496	1 313

Экскурсіі праводзіліся на 4 мовах: беларускай, рускай, польскай, англійскай. Зусім незапатрабаванымі з боку кліентаў аказаліся экскурсіі на нямецкай мове [2]. Гэта тлумачыцца няпростымі гістарычнымі асаблівасцямі польска-нямецкіх узаемаадносін.

Аналіз дзейнасці Дома-музея Адама Міцкевіча ў Навагрудку сведчыць, што паступова узрастае колькасць індывідуальных наведвальнікаў і зніжаецца колькасць арганізаваных наведвальнікаў. У 2007 г. працэнт арганізаваных наведвальнікаў склаў амаль 65 %, а ў 2011 г. толькі 43 %. Гэтыя лічбы адпавядаюць сусветнаму трэнду павялічэння колькасці і значэння самастойна арганізаванага турызма.

Другая тэндэнцыя – зніжэнне колькасці наведвальнікаў з ліку студэнтаў, навчэнцаў і школьнікаў. У 2007 г. працэнт гэтай групы кліентаў дасягаў 74 %, а ў 2011 г. ён склаў толькі крыху больш за 36 %. Гэта сведчыць аб тым, што культурна-пазнавальны турызм набывае ўсё большую папулярнасць сярод дарослага насельніцтва. Гэты від турызма ўжо не з’яўляецца выключна сацыяльным, датацыйным відам адпачынку.

На працягу 2007–2011 гг. у ДOME-музеі Адама Міцкевіча больш чым у два разы ўзрасла колькасць замежных турыстаў. Але тут назіраюцца вялікія ваганні ў колькасці: 2008 г. – 2 045, 2009 г. – 3 414, 2010 г. – 4 938, 2011 г. – 3 496 наведвальнікаў. Гэта сведчыць, што ўстанова культуры не праводзіць мэтанакіраванай працы па павялічэнню колькасці замежных наведвальнікаў і проста выкарыстоўвае спрыяльную кан’юнктуру.

Варта адзначыць, што дзейнасць Дома-музея Адама Міцкевіча ўсё больш набывае камерцыйны характар. Вызначальным тут стаў 2009 г., калі музей здолеў у 4 разы зменшыць колькасць бясплатных наведвальнікаў. Але трывожыць той факт, што ў 2011 г. гэтая катэгорыя кліентаў ізноў пачала павялічвацца у памерах.

Такім чынам, Дом-музей Адама Міцкевіча ў Навагрудку мае вялікі турыстычны патэнцыял, які яшчэ не выкарыстоўваецца належным чынам. Кіраўніцтву музея варта звярнуць увагу на наступныя рэчы. Па-першае, варта адмовіцца ад незапатрабаваных экскурсій на нямецкай мове і распрацаваць экскурсіі на літоўскай мове. Тым больш, што адзін з найбольш вядомых вершаў Адама Міцкевіча пачынаецца радкамі: «О Литва, мая Айчызна...» Па-другое, варта шырока выкарыстоўваць магчымасці Інтэрнета для маркетынга паслуг і магчымасцей музея для індывідуальных замежных наведвальнікаў, колькасць якіх выразна павялічваецца. Па-трэцяе, неабходна кааперацыя з індывідуальнымі прадпрыемствамі і гаспадарамі аграрыяў для арганізацыі доўгатэрміновага адпачынку індывідуальных замежных кліентаў. Выкарыстоўваючы творы Адама Міцкевіча, варта прапанаваць замежным турыстам наведванне «шляхецкіх мясцін», якія маюць дачыненне да вобразаў і сюжэтаў Міцкевіча: фальваркаў, засцянкаў, маёнткаў і г. д. Фактычна, на грунце падобнай кааперацыі ўстановы культуры і гаспадароў аграрыяў магчыма стварэнне канкурэнтаздольнага рэгіянальнага турыстычнага прадукта.

1. Інтэрнэт-рэсурс: <http://mickiewicz-museum.narod.ru>
2. Статыстычныя дадзеныя, атрыманыя ад адміністрацыі Дома-музея Адама Міцкевіча ў г. Навагрудке.

ДЕЛОВАЯ ЭТИКА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Грицкевич А.С., 3-й курс

Научный руководитель – В.Г. Корнелюк, доцент

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,
Республика Беларусь

Туристический рынок представляет собой совокупность продавцов и покупателей определенного туристического продукта или услуги. Отношения продавцов и покупателей, как правило, регулируются различного рода законами и нормативными актами. Кроме законов, взаимоотношения на туристическом рынке регулируются этикой. Сюда относятся и этика ведения переговоров с партнерами, и использование этических методов конкуренции, и этика оформления документации, и многое другое [1].

Выполнение сотрудниками туристического предприятия норм и правил деловой этики становится ее «визитной карточкой» и определяет во многих случаях тот факт, будет ли внешний партнер или клиент иметь дело с данной организацией в дальнейшем и насколько эффективно будут строиться их взаимоотношения. Нарушение деловой этики приводит к формированию негативного имиджа организации, ее непривлекательности в глазах клиентов и партнеров [2].

Согласно отзывам клиентов, главной причиной недовольства туристическим предприятием называют некачественное обслуживание, среди характеристик которого отмечают: обман, недобросовестное выполнение работниками турфирмы своих обязанностей, грубость и бестактность с их стороны, незаинтересованность в результатах тура, что по своей сути является грубым нарушением деловой этики. Возможно, что основные нарушения принципов деловой этики, повлекшие за собой подобные негативные отзывы, а как следствие и потерю клиента, возникли задолго до непосредственного взаимодействия работников туристического предприятия с клиентом. Такие проблемы в первую очередь возникают по причине низкого этического уровня персонала. Внутри туристического предприятия деловая этика существует на трех уровнях: в отношении руководителя к подчиненному, в отношении подчиненного к своему начальнику и в отношениях между коллегами. Этические нормы на всех уровнях (горизонтальном, вертикальном) имеют свою специфику, причем для более крупных туристических компаний знание особенностей этики на различных уровнях приобретает наибольшее значение.

Однако соблюдения этики внутри предприятия недостаточно. Так, особое значение приобретают взаимоотношения предприятия с внешней средой, где функционируют потенциальные партнеры в виде предприятий питания, размещения, транспортных организаций и др., и конкуренты, реализующие аналогичные товары и услуги. Этика деловых контактов, а именно правила деловой переписки, телефонных разговоров, проведения переговоров и совещаний, обеспечивает эффективность данных взаимоотношений. Следует также учитывать, что при организации международного туризма туристическому предприятию приходится иметь дело с иностранными партнерами, для которых характерен свой тип менталитета и своя культура делового общения. При взаимодействии с иностранными партнерами, знание этих особенностей позволит избежать возможных кросс-культурных барьеров.

Отсутствие деловой этики или неумение ее применять на практике делают очевидным необходимость проведения работ по внедрению этических принципов в деятельность предприятия. Принципы этики дают конкретному сотруднику этическую платформу для решений, поступков, действий, взаимодействий, которые он совершает в ходе своей профессиональной деятельности для достижения целей организации [3].

В зависимости от размеров туристического предприятия и специфики его деятельности, внедрение этических принципов в практику предприятия может осуществляться различными способами, среди которых можно выделить:

1. Этические кодексы. Они описывают систему общих ценностей и правил этики, которых, по мнению организации, должны придерживаться ее работники. С их помощью описывают цели организации, создается нормальная этическая атмосфера и определяются этические рекомендации в процессе принятия решений. Преимущество данного метода заключается в том, что в этическом кодексе четко фиксируются правила нравственного поведения, за нарушение которых (если это предусмотрено предприятием) сотрудники могут понести наказание [2]. Крупные туристические предприятия могут уточнять свой этический кодекс, требованиями, предъявляемыми к каждой из служб, либо разрабатывать для всех служб свой этический кодекс. Например: Этический кодекс транспортной службы, Этический кодекс отдела бронирования и продаж билетов. Такие кодексы могут разрабатываться на отраслевом, региональном и международном уровне. Примером может служить Глобальный этический кодекс туризма [4].

2. Этические структуры. К этическим структурам относятся различные системы, должности и программы, с помощью которых предприятие стремиться стимулировать соответствующее моральным принципам поведение сотрудников. Для этого может создаваться комитет по этике либо вводиться должность уполномоченного по вопросам этики. Комитет по этике предприятия, как правило, образует группа руководителей, на которых возложена обязанность наблюдать за соблюдением работниками этических принципов и выносить ре-

шения в случае возникновения спорных ситуаций. Кроме того, комитет отвечает за наказание того, кто нарушает правила этики. Данный метод подойдет для крупных туристических компаний, имеющих большой штат сотрудников и разветвленную организационную структуру. Комиссар или уполномоченный по вопросам этики должен являться «совестью» предприятия: к нему стекается информация о возникших этических проблемах, он занимается урегулированием конфликтов и спорных ситуаций. Функции уполномоченного по этике на малых и средних туристических предприятиях может выполнять его же руководитель [5].

3. Обучение этичному поведению руководителей и рядовых сотрудников. Работники знакомятся с этикой бизнеса, что повышает их восприимчивость к этическим проблемам, которые могут перед ними возникнуть. Для них могут организовываться этические тренинги, представляющие собой своеобразные обучающие курсы. Подобные тренинги могут проводиться специально приглашенными психологами [3]. Данный способ является наиболее оптимальным для небольших туристических фирм, для которых организация дополнительных элементов в организационной структуре является обременительной и непосильной, а повышение этического уровня персонала – необходимым.

Перечисленные способы внедрения этических принципов в деятельность предприятия требуют повсеместной реализации. И здесь каждодневная практика свидетельствует о ряде проблем, требующих решения.¹ Недостаточный уровень конкуренции, экономическая слабость предприятий, невысокий уровень компетенции ряда руководителей туристических предприятий представляют собой препятствия для укрепления деловой этики на предприятиях туризма.

1. Смирнов, Г.Н. Этика бизнеса, деловых и общественных отношений / Г.Н. Смирнов. – М.: УРАО, 2001. – 136 с.

2. Захаров, Д.К. Этика деловых отношений: учебник / Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова; под. ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 368 с.

3. Ботавина, Р.Н. Этика деловых отношений: учеб. пособие / Р.Н. Ботавина. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 208 с.

4. Саак, А.Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие / А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных. – СПб.: Питер, 2007. – 512 с.

5. Дафт, Р. Л. Менеджмент: учебник / Р.Л. Дафт – СПб.: Питер, 2001. – 832 с.

¹ Отзывы о белорусской туристической фирме с интернет-форума:

«Начну с того, что 2 раза был в этой фирме и оба раза наткнулся на скандал в кабинете менеджера, где обманутые или неудовлетворенные обещанным сервисом потребители разбирались по поводу неудавшегося отдыха. В тот раз не придавал этому значения, так как менеджер на мой вопрос ответил, что всем не угодишь и народ сам виноват»

«Я очень жалею, что не прочитала эти отзывы до планируемой поездки, потому что никогда не связалась бы с этими неквалифицированными, халатно относящимися к своим прямым обязанностям и на самом деле равнодушными людьми»

КРАСНОБЕРЕЖСКАЯ УСАДЬБА КАК ОБЪЕКТ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Груца В., 1-й курс

Научный руководитель – М.А. Нагорный, канд. геол.-минерал. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Если вы будете ехать по железной дороге в направлении Минск–Гомель, то за несколько километров до Жлобина увидите населенный пункт под названием Красный Берег. Именно там сохранился памятник дворцово-парковой архитектуры II половины XIX века, входящий в главный туристический маршрут Гомельской области «Золотое кольцо Гомельщины». Как и усадьба Румянцова-Паскевича в Гомеле, Краснобережская усадьба тоже принадлежала в разное время разным хозяевам.

В 80-ые годы XIX столетия владельцем имения стал генерал-лейтенант Готовский. Своей дочери Марии он и подарил это имение как приданое. Она же оформила доверенность на владение этим имением своему мужу Викентию Козел-Поклевскому. И с конца XIX столетия начинается новый период жизни помещицкой усадьбы д. Красный Берег. Викентий Козел-Поклевский был богатым человеком, охотно занимался меценатством и благотворительностью. Красный Берег его привлек не только покоем и самобытной красотой, но и на редкость удобным географическим расположением. Ведь уже 1873 году через Красный Берег была проложена одна из крупнейших железных дорог Российской империи – Либаво-Роменская, соединившей северо-запад и юг огромной страны.

В конце XIX столетия по распоряжению Викентия Козел-Поклевского в имении Красный Берег начинаются работы по его переустройству и оформлению. Для этого были приглашены известный в Европе архитектор Е. Шретер и главный садовод Варшавы Франтишек Шаниор. Через несколько лет былая усадьба превратилась в уникальный по своему архитектурному замыслу, празднично нарядный и по-европейски сдержанный ансамбль, сочетающий дворцово-усадебный комплекс и прекрасный парк. По мнению специалистов, дворцовый ансамбль является единственным и неповторимым в Беларуси, в нем гармонично сочетаются такие архитектурные стили, как неоренессанс, модерн и арабские мотивы. Именно поэтому Красный Берег включен в туристическое золотое кольцо памятников исторического наследия Беларуси. При Козел-Поклевском здесь появился комплекс, который включает дворец, флигель, хозяйственные постройки, спиртзавод и великолепный английский парк с садом, с березовыми и липовыми аллеями за кирпичной оградой и брамой в неоготическом стиле. Усадьба переживала свои лучшие времена. После революции с приходом советской власти в имении создали сельскохозяйственный техникум.

Во время Великой Отечественной войны Красный Берег сильно пострадал от фашистов, здесь был создан детский концентрационный лагерь, где у детей брали кровь для спасения раненых солдат и офицеров вермахта. Сейчас на его месте находится мемориальный комплекс «Детям войны». В самой усадьбе во время войны располагались госпитали – красноармейский, а затем и немецкий. В здании также находился немецкий гарнизон, а позже и небольшая церковь.

Затем здесь располагался Краснобережский сельскохозяйственный колледж, который в 1990 году покинул здание. И более всего усадьбе навредил этот период безвременья и бездействия: до 2003 года она простояла без реставрации и пришла в упадок, поэтому в 2008 году было принято решение о реставрации. Реставрация дома, который внесен в Государственную инвестиционную программу, шла за счет республиканского и областного бюджетов (50х50). На обновление памятника историко-культурного наследия было затрачено около Вг 2,5 млрд.

Специалисты уже назвали работу над восстановлением усадьбы редким образцом качественной цивилизованной реставрации в Беларуси. Такое мнение высказал председатель республиканского совета Белорусского добровольного общества охраны памятников истории и культуры (БДООПИК) Антон Астапович. Сейчас усадьба открыта для туристов.

Дворец Козел-Поклевских – это пример романтической архитектуры, которая сочетает в себе неороманский внешний вид с так называемым «кирпичным» зодчеством. Уникальность этого памятника – в сочетании архитектурных приемов различных направлений.

О готике напоминают стрельчатые оконные проемы и химеры на водостоках, а также въездная брама дворцово-паркового ансамбля. Усадьба также сочетает рококо, маньеризм, ампир и французский классицизм – всего около десяти различных стилей, что делает ее настоящей наглядной энциклопедией по истории архитектурных стилей интерьера. Выстроенная с большим вкусом и с подлинным размахом помещичья усадьба включала в себя дворец, флигель, хозяйственные постройки, парковые композиции, березо-липовые аллеи, взятые в кирпичную ограду с брамой. И сегодня особенно впечатляюще выглядит ассиметрично решенный дворец, вобравший в себе черты архитектуры неоготики и неоренессанса. Силуэтную выразительность ему придают шатры башен, мансардные крыши, эркеры, остроугольные щипцы и слуховые окна. Причудливая колористика здания строится на броском сочетании краснокирпичных побеленных стен, декоративных элементов из камня-песчаника и серебристых металлических чешуйчатых шатров.

На двух этажах расположены 36 комнат, отделка которых не повторяется. Анфилада залов дворца представляет разнообразные стили. Есть залы, оформленные в романском, ренессансном, арабском стилях. В бальном зале присутствуют черты стиля эпохи Людовика XVI. Будуар освещали настенные люстры. Ряд салонов, стены и софиты были покрыты полихромной росписью.

Рядом с дворцом на площади около 10 га был разбит английский парк пейзажно-регулярного типа, высажен сад, создан фазанарий, которыми хозяин гордился особенно. Сеть дорожек и прогулочный маршрут делят парк на несколько зон, одна из которых примыкает к реке Добысна. Из сада через парк к реке прорыт канал, который можно преодолеть по трем мостикам.

В парке в основном растут деревья хвойных пород: ель, лиственница, пихта. Есть здесь и дубы, липы, каштаны, а также экзотические деревья. Например, ель красная, липа американская, крымская и крупнолистная, бархат амурский, орех грецкий. Сегодня средний возраст деревьев парка – 120 лет, самым старым около 200, при этом восемь видов деревьев нигде больше на территории республики не встречаются. Все растения тщательно подбирались с учетом окраски листвы в течение сезона. К усадьбе ведет подъездная аллея («Аллея любви»), которая начинается от монументальной въездной брамы, выполненной в неоготическом стиле. Парк и сегодня красив в своем величии памяти о далеком, прошедшем времени. И река, и парк являются удобным и приятным местом летнего отдыха жителей Красного Берега, его гостей и учащихся колледжа.

Для определения культурно-исторического потенциала следует охарактеризовать объект с точки зрения наличия совокупности материальных и духовных ценностей, таких как уникальность, историческая и художественная ценность, оригинальность, эстетическая привлекательность.

С нашей точки зрения, одним из самых первых и основных критериев оценки культурно-исторических памятников должна быть историческая ценность и, как следствие, известность. Архитектурная ценность, с указанием стиля, выбранного при построении объекта, – также один из необходимых критериев оценки. И в то же время немаловажную роль должна также играть сохранность объекта, так как естественно, что осмотр полностью развалившегося объекта не может заинтересовать туриста. Конечно, и с этим утверждением можно поспорить – и руины могут быть прекрасны и этому есть неопровержимые доказательства. Поэтому необходимо наличие такого критерия, как эстетическая привлекательность. Уровень парковой культуры, который может характеризовать владельцев усадеб с точки зрения их культуры и образованности и который создает своеобразный микромир усадебных ансамблей, – еще один из критериев оценки дворцово-парковых комплексов. Наличие поблизости развитой туристической инфраструктуры – также один из главных критериев оценки для актуального использования объекта в туристических маршрутах. Не последнюю роль играет и привязка к дорожной инфраструктуре.

Краснобережский дворцово-парковый комплекс отвечает всем требованиям туристического объекта и, на мой взгляд, вполне может стать примером места в нашей стране, с удовольствием посещаемого туристами.

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ РЕСПУБЛИКИ ИРАН

Дагестани Пишгам, 5-й курс,

Научный руководитель – О.Г. Дранкевич, старший преподаватель
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Современный туризм отличается разнообразием форм, видов и разновидностей. Форма туризма связана с пересечением туристом государственной границы своей страны. Поэтому выделяют туризм внутренний (т.е. путешествия внутри своей страны) и туризм международный (поездки с туристскими целями в другие страны). Давно выделился и стал самостоятельным такой вид туризма, как культурный. Культурный туризм – это духовное постижение личностью через путешествия и экскурсии богатств культуры в их подлинности. Его можно рассматривать как систему, предоставляющую все возможности для ознакомления с историей, культурой, обычаями, духовными и религиозными ценностями данной страны. Основой культурного туризма является историко-культурный потенциал страны, включающий всю социокультурную среду с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной деятельности.

Историко-культурное наследие играет огромную роль в развитии внутреннего туризма. Для многих иранских регионов использование историко-культурного наследия становится одной из реальных возможностей экономического, социального и культурного развития.

Объекты историко-культурного наследия, являясь важным активом городов, приносят прибыль и существенно влияют на их экономическое развитие. Выравнивая сезонные колебания и предоставляя дополнительные рабочие места, историко-культурное наследие играет огромную роль в социальной сфере. Возрождая местные культурные ценности, развивая народное творчество, традиции, историко-культурное наследие способствует культурному подъему местного населения. Также историко-культурное наследие повышает привлекательность регионов, способствуя развитию городских служб, инфраструктуры, культурных организаций.

Цель исследования – комплексное изучение роли культурно-исторического потенциала в формировании внутреннего туризма в Республике Иран. На основании поставленной цели были решены следующие задачи:

1. Выявлена роль исторического наследия в развитии туризма.
2. Изучены типы историко-культурных туристических ресурсов Республики Иран.
3. Исследовано развитие внутреннего туризма Республики Иран.
4. Рассмотрено культурно-историческое наследие на примере иранских городов.

5. Охарактеризованы особенности организации познавательного туризма в Республике Иран.

На основании исследований мы пришли к следующим выводам и рекомендациям:

– туристический потенциал Ирана характеризуется богатым историко-культурным, религиозным наследием, разнообразием климато-географических условий. При этом необычность условий Ирана для белорусского туриста создает стране дополнительную привлекательность как туристической дестинации;

– туристический потенциал Республики Беларусь также характеризуется высокой привлекательностью для иранских туристов, поскольку является примером традиционной европейской культуры с богатой историей. Хорошие политические отношения между Республикой Беларусь и Республикой Иран устраняют многие сложности, характерные для туристов;

– туристическое предложение Ирана в Республике Беларусь можно охарактеризовать как крайне ограниченное, предлагается лишь несколько туров, в том числе тур «Античный Иран». Основными компаниями, предлагающими туристические услуги Ирана являются в Республике Беларусь «Экстрим тур».

Для совершенствования продвижения туристических услуг Республики Иран на белорусском рынке необходимо принять следующие меры:

– провести ознакомительные семинары для туристических агентств в Минске и в регионах на тему «Знакомство с Ираном»;

– дать рекламу в СМИ, специализированную прессу и т. д.;

– показать привлекательную сторону по отправке туристов.

В заключение хотелось бы отметить, что, посетив Иран, можно получить не только объемную информацию о государстве и его особенностях, но и отнести Иран к ведущим туристическим дестинациям современного мира.

ТАДЭВУШ РЭЙТАН – НАЦЫЯНАЛЬНЫ ГЕРОЙ, МІФ, ЛЕГЕНДА

Дашкевіч А.А., 1-й курс

Навуковы кіраўнік – М.А. Нагорны, канд. геол.-мінерал. навук, дацент
Інстытут турызму Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта фізічнай
культуры, Рэспубліка Беларусь

Кожны народ мае сваіх нацыянальных герояў, з каго можа ўзяць прыклад юнак, малады чалавек, які яшчэ шукае адказы на пытанні жыцця. У пантэоне агульнанацыянальных беларускіх герояў пачэснае месца занялі Кастусь Каліноўскі, Францыск Скарына, Леў Сапега. Беларуская гісторыя багатая на постаці і падзеі, вартыя гонару. Прыкладам таму можа служыць і постаць Та-

дэвуша Рэйтана, які нарадзіўся ў маёнтку Грушаўка, што ў пяці кіламетрах ад Ляхавіч. У 1773 годдзе ён быў сярод паслоў ад Наваградскага павета на сейме і адкрыта выпуіў супраць падзелу Рэчы Паспалітай. Польскія гісторыкі і пісьменнікі неаднаразова звярталіся да яго вобраза. І толькі на беларускай зямлі, якая падаравала яму жыццё, доўгі час асоба Тадэвуша Рэйтана застава-лася амаль невядомай, прылучанай да гісторыі іншых краін і народаў. Толькі ў пачатку 90-х гадоў мінулага стагоддзя аб ім сталі гаварыць і пісаць. Аднак Тадэвуш Рэйтан так і застаецца малавядомым героям для беларусаў. Што шка-да. Асабліва цяпер, калі мы маем уласную дзяржаўнасць, гаворым аб нацыя-нальным патрыятызме і гонары, развіваем культурна-пазнавальны турызм на падставе гісторыка-культурнай спадчыны, постаць Тадэвуша Рэйтана павінна была б прыцягнуць да сябе ўвагу.

Тадэвуш Рэйтан, хто ён?

Для палякаў – нацыянальны герой, міф, легенда. Для беларусаў – асоба амаль невядомая. Ён – сын нашай зямлі, шляхціц наваградскага павета, ста-рэйшы з сыноў наваградскага падкаморыя – Дамініка Рэйтана, па сямейнай традыцыі – кліент князёў Радзівілаў, удзельнік Радамскай канфедэрацыі, маг-чыма, удзельнік Барскай канфедэрацыі.

Насуперак легендарнаму вобразу, Рэйтан чалавек у палітыцы неспрактыка-ваны, аднак палымяны патрыёт Радзімы. Па яго ўласных словах, сам згадзіўся ў цяжкі для краіны час, калі над Рэччу Паспалітай нависла пагроза падзелу паміж моцнымі суседзямі, быць абраным паслом на сейм, што зацвердзіць падзел Рэчы Паспалітай. У той час, калі многія моцныя і сумленныя страцілі надзею на справядлівасць і выратаванне, другія згадзіліся на здраду і супрацоўніцтва, Рэйтан пратэстуе супраць ужо, здавалася б, непазбежнага.

Выступаючы супраць фармальнага парушэння права, ён выступаў, па-першае, супраць здрады Айчыне, па-другое, як падае словы самога Рэйта-на адзін з дзённікаў той пары, мэтай пратэста Рэйтана было абвяржэнне добраахвотнасці Рэчы Паспалітай на падзел.

Рэзананс у пратэста быў вялікі, аднак недастатковы для выратавання дзяр-жавы. Цікава, ці верыў сам Рэйтан у перамогу? Я мяркую, што, безумоўна, верыў, і верыў да апошняга, верыў, калі 38 гадзін не выходзіў з залы пасоль-скай, верыў, калі ў снежні 1773 года друкаваў свой другі маніфест-адозву да дзяржаў-гарантаў цэласнасці Рэчы Папалітай. Бескампрамісны і бясстрашны, ён не адступіўся ад свайго, прагнуў толькі аднаго: «...каб маёй асобы прасле-даванне, страта маёнтка і ўласнага жыцця ахвяра ад смерці каханую Айчыну памаглі ўхіліць» [1, с. 30].

Тадэвуш Рэйтан не змог вытрымаць гвалту, учыненага над краінай, моцна захварэў і праз 8 гадоў, страшэнна надломлены, у душэўнай распачы, памёр у сваім радавым гняздзе ў вёсцы Грушаўка, якая выклікае асаблівы інтарэс. Першыя звесткі з апісаннем мясціны пад назваю Грушаўка датуюцца яшчэ кан-цом XV ст. За гісторыю маёнтка гаспадары Грушаўкі мяняліся неаднаразова,

а сама сядзіба неаднойчы разбуралася і паўставала зноў. А вось у канцы XVII ст. за верную службу польскаму каралю Грушаўка перайшла ў рукі знакамітага нямецкага роду Рэйтанаў. Спачатку паставілі на гэтым месцы класічны панскі палац з двума флігелямі, мастацкай галерэяй, шыкоўнай тэрасай, а паблізу палаца быў разбіты сад. Прыкладна так даўней выглядалі шляхецкія фальваркі ў Беларусі. Толькі падобная мясціна магла даць нашай гісторыі славу тае імя Тадэвуша Рэйтана.

Сам дом і яго пакоі апісаны ў мемуарах Ганны Герыч, унучкі Дамініка, якую ў дзяцінстве ўразілі ўсялякія прыгожыя рэчы ў доме. Былі тут і вялікія люстэркі, апраўленыя ў золата, тонкай работы. На каміне мясціліся розныя фарфоравыя вырабы. У другім пакоі былі развешаны карціны. У шанаванай спальні рыцара над ложкам красавалася шабля, панцыр і шлем, без якіх ён не дазваляў сабе выйсці з хаты. На значнай плошчы шляхецкай рэзідэнцыі раскінуўся сад, які пачынаўся адразу ж за домам на захад. У ім раслі, акружаныя прысадамі з ліп, яблыні, грушы, вішні, слівы. Цэнтральнае месца займала «аранжэрэя для фінікаў» [2, с. 48].

У канцы XIX ст. ў Грушаўцы паўстае новы драўляны дом у мадэрным стылі, шкілет якога і сёння пазірае пустымі вачніцамі на наваколле. Згаданы дом насамрэч з'яўляўся сапраўднаю англійскаю вілаю. З беларускага лесу была зроблена толькі рама дома. Усё прывезенае з Еўропы аздабленне для сядзібавых пакояў (цудоўныя фрэскі і разьба па дрэве, узорны паркет, гатычныя лесвіцы з моранага дубу і каванага чыгуну, грубкі з кафлі галандскага майстра Эрнста Тэльхерта) месцілася на сарака вялізных вазах. Дом меў таксама карцінную галерэю, паляўнічую залу з чучаламі звяроў і птушак, фінікавую аранжэрэю. Ужо напрыканцы XIX ст. ў гаспадарцы функцыянавалі водаправод і каналізацыя, выкарыстоўвалася электрычнае асвятленне. На тэрыторыі сядзібы знаходзіліся тры азяркі, спалучаныя між сабой вадаспадамі. Пчалярства, вырошчванне садавіны, збожжа, лекавых раслін, а таксама ўласны паравы млын прыносілі гаспадарам немалыя прыбыткі.

Бясконцыя войны і рэвалюцыі ў пачатку XX ст. неаднаразова парушалі ідылічнае жыццё гаспадароў маёнтка. У агні Першай сусветнай вайны быў знішчаны архіў Рэйтанаў і частка фамільнай бібліятэкі, у якой нярэдкамі былі кнігі накшталт томіка Цыцэрона выдання XVI ст. Аднак апошні свой уздых шляхецкая сядзіба зрабіла пасля ўварвання сюды ў 1918 годзе Чырвонай Арміі. Найстарэйшыя жыхары мясцовасці і сёння памятаюць вогнішчы са старажытных кніг і дарагіх карцін, біццё дарагога посуду, масавыя крадзяжы, учыненыя салдатамі савецкага войска. У 1940 годзе па дарозе ў Сібір памерла Аліна Рэйтан, апошняя з фаміліі Рэйтанаў.

Аднак у Грушаўцы і сёння, безумоўна, ёсць на што паглядзець. Пад шатамі старых дрэў тут найлепш адчуваецца ціш і спакой, заповоленасць жыцця пачатку XX ст. Праз гады закінутасці яшчэ лёгка прасочваецца колішні арыгінальны план маёнтка. Да сядзібавага дома з паўкруглымі ганкамі і сёння

вядуць ацалелыя пад старымі прысадамі брукаванкі. Побач з домам даволі добра захаваліся мураванка і флігель, у якім калісьці жыў Тадэвуш Рэйтан. Праваруч ад сядзібавага дома месціцца дзве стайні з чырвонай цэгля, пабудаваныя ў неагатычным стылі. Будынкі і сённа прыемна ўражваюць сваімі экзатычнымі формамі, якія працягваюць эксплуатавацца мясцовымі гаспадарнікамі.

Адразу за сядзібавым домам стаіць мураваная майстроўня. Яшчэ далей рэшткі разбуранага бровару, насупраць якога знаходзіцца маляўнічая саджалка. На другім беразе саджалкі месціцца ўражвальнае сваімі маштабамі гумно. Драўляны каркас гумна складзены з агромністых дрэў, якіх, запэўніваюць мастацтвазнаўцы, у Беларусі даўно не вядзецца.

Дужа цікаўны падарожнік або аматар даўніны здолее адшукаць у прысядзібавым парку рэшткі былой лядоўні і разбураную аранжэрэю, а таксама экзатычныя дрэвы, сярод якіх вылучаецца адзін з найбуйнейшых ў Беларусі кіпарысавік гарохаплодны. Найбольшую архітэктурную каштоўнасць уяўляе сабою радавая капліца Рэйтанаў, пабудаваная ў пачатку ХХ ст. ў модным па тым часе стылі неаготыкі.

Мураваная каплічка месціцца ў ляску, крыху воддаль ад комплексу астатніх будынкаў маёнтка. Да яе вядзе пад'язная алея, высаджаная велічнымі лістоўніцамі. Яшчэ не так даўно капліца страціла свае каштоўныя вітражы.

Сённа на капліцы вісіць шыльда «Помнік архітэктурны. Ахоўваецца дзяржавай». Вылучаны першыя сродкі на стварэнне праектна-каштарыснай дакументацыі на аднаўленне будынка. Аднак пра аднаўленне ўсяго архітэктурна-паркавага комплексу гаворкі, на жаль, не вядзецца [3]...

Галоўнакамандуючы расійскіх войскаў у Варшаве генерал Бібікаў у 1773 годзе гаварыў, што Тадэвуш Рэйтан годны на тое, каб усе дзяржаўныя асобы Рэчы Паспалітай паздымалі свае ўзнагароды і аддалі іх Рэйтану за яго ўчынак [4, с. 237]. Выказванне, на мой погляд, справядлівае. Аднак, ён быў не адзін. Самуэль Корсак і Станіслаў Багушэвіч – яго аднадумцы – таксама паслы з беларускіх земляў. Недапушчальна, каб беларусы не ведалі аб гэтым. Недапушчальна і тое, што радавое гняздо Рэйтанаў у весцы Грушаўка Ляхавіцкага раёна знаходзіцца ў запусценні. Сядзіба мае мемарыяльнае значэнне, патрабуе аднаўлення дзеля ўшанавання светлай памяці гарачага патрыёта нашай зямлі, легендарнага Тадэвуша Рэйтана.

1. Konczynska, W. Rejtan i jego Manifest z grulnia 1773 r. / W. Konczynska // Kwartalnic Historyczny. – 1993. – № 4.

2. Турьянскі, М. Гісторыя маёнтка Грушаўка / М. Турьянскі // Мастацтва. – 1993. – № 12.

3. Сляды спадчыны. Грушаўка [Электронны рэсурс]. – <http://intex-press.by>.

4. Michalski, J. Rejtan Tadeusz / J. Michalski // Polski slownik biograficzny. – Warszawa, 1988.

ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК ОДНО ИЗ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ

Демидович Д.А., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Индустриальный туризм – это исследование различных территорий, зданий и инженерных сооружений производственного (не гражданского) или специального назначения, а также любых оставленных (заброшенных) сооружений. Это явление обладает многими чертами молодежной субкультуры и на английском языке носит название «urban exploration» (городское исследование) [1].

Несмотря на наличие признаков субкультуры, индустриальный туризм не является общераспространенным. Люди, исследующие какие-либо заброшенные объекты, редко собираются в большие группы, так как это личное дело каждого человека, его чувства, ассоциации и воспоминания. В моменты посещения объекта их назначения они испытывают невероятные ощущения, которые сложно описать словами. Это и некая смесь возбуждения от найденных интересных артефактов, и уверенного спокойствия на фоне окружающей тишины, и ощущение настороженного одиночества, и готовность в любой момент «рвануть» дальше. Кто-то даже сможет ощутить здесь покой и странный комфорт в окружении брошенных зданий и безлюдных пространств, почувствовать себя сталкером, разведчиком, проводником в «призрачной зоне» урбанистического хаоса [2]. К видам индустриального туризма и городских исследований можно отнести следующие.

Посещение оставленных (заброшенных) объектов, являющееся одним из наиболее распространенных видов индустриального туризма. Это могут быть оставленные недостроенные сооружения, когда-то действовавшие промышленные, хозяйственные и военные объекты, брошенные жилые дома, районы и даже города. Широкое распространение такого вида индустриального туризма связано, видимо, с относительно небольшими рисками для здоровья (опасность могут представлять, например, внезапные обрушения конструкций, бездомные собаки, асбест, использовавшийся для многих инженерных конструкций и вообще химические загрязнения) и, обычно, неохраняемостью объектов. Так как в большинстве случаев целью такого туризма является получение созерцательного удовольствия, многие такие исследователи являются фотографами. Белорусских и российских исследователей заброшенного от западных отличает большая скрытность – они стараются не афишировать местоположение обнаруженных объектов, полагая, что таким образом можно привлечь к объекту внимание со стороны властей или вызвать слишком большой наплыв туристов.

Постпаломничество (посещение заброшенных, десакрализованных объектов религиозного почитания), где забытые храмы одновременно являются историческими артефактами, уникальными памятниками архитектуры, объектами религиозного почитания, свидетелями смены коренных основ мировоззрения (с религиозного на атеистическое, а затем и нейтрально-светское). Такая смесь различных фактов, отношений к ним, эмоций и переживаний при попытках рационального и творческого осмысления получаемого при постпаломничестве опыта может стать источником особых переживаний.

Проникновение на охраняемые территории, территории действующих промышленных зон и зон, не созданных для нахождения в них людей. Этот вид индустриального туризма наиболее экстремальный и требует серьезной подготовки, экипировки и высокого уровня авантюризма, так как связан с серьезными опасностями. Часто такая деятельность сопряжена с нарушением законов, что иногда еще больше возбуждает искателей приключений, а надписи на табличках типа «посторонним вход запрещен», «выхода нет», «пожарный выход», «предъяви пропуск» и «опасность, не входить» становятся прямыми указаниями к действию. Главной целью становится получение адреналина и особое психическое удовлетворение от посещения закрытых для посторонних зон.

К индустриальному туризму также относятся: исследование подземных сооружений (диггерство); прогулки по крышам (руфинг, руферство); пассивный и коммерческий индустриальный туризм.

Многие люди далеки от желания активно исследовать объекты и нелегально проникать на их территорию, и удовлетворяются созерцанием индустриальных пейзажей и объектов промышленной архитектуры со стороны или экскурсиями на действующие объекты промышленности. Для них организуются специальные туры в разные города мира. В Беларуси этот вид туризма развит слабо. Но особенностью индустриального туризма в нашей стране является то, что после распада Советского Союза осталось очень много различных заброшенных объектов, которые можно исследовать. Это и военные, и культурные объекты, которые находятся на всей территории нашей республики. Важно отметить, что столица нашей страны – город Минск – являлся тем местом, через которое проходило огромное количество войск. Он многократно разрушался и снова строился. И кто знает, что скрывает под собой вновь возведенный город? Какие подземные объекты существуют и по нынешний день, но о них никто не знает, кроме самых отъявленных сталкеров?

Одно из направлений индустриального туризма, которое можно развивать в Беларуси, – сталкерство или хобби предапокалиптических времен. В настоящее время под сталкингом все чаще понимают посещение брошенных объектов человеческой деятельности, которые, казалось бы, никак не могут быть привлекательными. Поэтому сталкеров притягивают брошенные предприятия, свалки, карьеры и, конечно же, оставленные населенные пункты. В таких местах можно наблюдать, как плоды человеческой деятельности приходят в упадок, и

природа постепенно отвоевывает свои позиции. Сталкеры не только сами посещают объекты, но также являются проводниками для тех, кому любопытно посмотреть на такие места. Само понятие «сталкер» обозначает человека, занимающегося исследованием опасных объектов и территорий, связанным с риском для здоровья или жизни [2].

Возможно, самым ярким примером этого является заброшенный подземный торговый центр. Десятки тысяч людей ежедневно проезжают через перекресток улиц Кальварийской и Тимирязева и не догадываются, что здесь под землей находится заброшенный трехэтажный торговый центр. Проектировали подземный торговый центр вместе со второй линией метро. Три этажа под землей, общая площадь – 4200 квадратных метров. Вход в зал планировался из подземного перехода на перекрестке Кальварийской и Тимирязева. Строили торговый центр одновременно с линией метрополитена. В 1995 году, к Дню Независимости Беларуси, столичные власти торжественно открыли вторую очередь Автозаводской линии метро: две станции («Молодежная» и «Пушкинская»), два перегона и оборотный тупик за «Пушкинской». Но подземный торговый центр так и не принял покупателей. Доступ в него закрыли, а вход заварили [3].

Масштабы этого строения впечатляют: огромный двухэтажный зал, с колоннами и перекрытиями. Отделки нет, стены из грубого бетона. Коммуникаций тоже никаких: не видно ни водопроводных труб, ни электрических кабелей. Кое-где на стенах из-за отвалившихся кусков бетона уже проступает земля. Повсюду так называемая метрошная пыль, образующаяся от тормозных колодок составов метро. Кое-где с бетонного потолка свисают маленькие сталактиты. Каждые пять минут слышен шум проезжающих поездов – тоннели метро проходят ярусом ниже. Там же, на минус третьем этаже, расположены технические помещения и действующая вентиляционная камера, в которой работают огромные турбины для продувки тоннелей воздухом. Запасные выходы из подземного комплекса наглухо залиты толстым слоем бетона. Среди кусков арматуры и остатков опалубки можно встретить и предметы быта, например, милицейскую газету «На страже» за 1999 год или бутылку из-под водки, которая не выпускается уже лет десять. Следов жизнедеятельности человека достаточно много, ведь сюда периодически залазят минские диггеры. По их мнению, этот подземный торговый центр является одним из самых сохранившихся заброшенных объектов Беларуси, ведь про него никто не знает, и вряд ли в него кто-то случайно попадет.

А ведь такое место, в самом центре Минска, могло бы стать одним из культовых мест посещения сталкеров. Атмосфера полуразрушенных и заброшенных зданий и построек часто рассматривается творческими людьми как «репетиция постапокалипсиса» и используется в фильмах, мультипликации, играх и книгах, в основном, фантастического и мистического содержания [4]. Таким образом, индустриальный туризм можно рассматривать как одно из перспективных направлений в развитии туристической индустрии Беларуси.

1. Индустриальный_туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ru.wikipedia.org/wiki/ – Дата доступа 01.03.2012.
2. Стругацкие, А. и Б. Пикник на обочине / А. и Б. Стругацкие. – М.: Амфора, 2002. – 342 с.
3. Интернет статья газеты КП [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://kr.by/daily/25716.3/914539/> – Дата доступа 05.03.2012.
4. Вирт, Л. Урбанизм как образ жизни / Луис Вирт / пер. В.Г. Николаева. – М.: ИНИОН, 2005. – 236 с.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВОЕННО-ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ОСНОВЕ РЕКОНСТРУКЦИИ

Дудаль А.В., 4-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Военно-приключенческий туризм является активным и в то же время познавательным видом отдыха. Как правило, его предпочитают люди, интересующиеся легендарными сражениями прошлого, а также стремящиеся почувствовать себя героическими бойцами и получить опыт использования оружия и техники.

В Западных странах широко распространены туры, в которых обычный человек на неделю-две становится почти настоящим солдатом – занимается строевой подготовкой, стрельбами и усиленно тренируется. Некоторые американские турфирмы полулегально устраивают путешествия в страны, где в данный период времени проводит операции армия США. В Беларуси и странах СНГ больше распространен военно-исторический туризм, связанный с экскурсиями в музеи и действующие воинские части. Его можно разделить на несколько основных видов:

- посещение полей сражений прошлых лет и военно-исторических музеев;
- стрельба из огнестрельного оружия;
- катание на армейских джипах, танках, БМП и другой наземной технике;
- полеты на боевых вертолетах и самолетах в качестве второго пилота;
- жизнь в армейских условиях, участие в программах военной подготовки;
- экскурсии на различные военные объекты – ракетные шахты, бункеры, полигоны.

Историческое наследие для военно-приключенческого туризма в Беларуси и других странах ближнего зарубежья представлено достаточно широко. Не в последнюю очередь это связано с бурной историей данных территорий, насы-

щенной частыми войнами. С периода Киевской Руси Восточная Европа была ареной постоянных противостояний – от сражений с монголо-татарами и крестоносцами до Второй мировой войны.

В Беларуси военно-приключенческий туризм пока представлен очень скудно, даже по сравнению со странами ближнего зарубежья. Но этот вид туризма во всем мире набирает популярность. Развивая военно-приключенческий туризм, мы привлечем дополнительные инвестиции в экономику.

Военно-приключенческий туризм дает возможность не только узнать много интересного о великих битвах прошлого, но и получить личный опыт использования разнообразных видов вооружения. Именно такую возможность дает реконструкция – имитация военных событий с использованием аутентичной военной формы, амуниции и оружия.

Так, каждый год в ноябре месяце на Брилёвском поле у реки Березины и в г. Борисове на предмостном укреплении «тет-де-пон» («Батарей») проходит реконструкция событий 1812 года с участием не только борисовских униформистов, но также участников из разных городов Беларуси, России, Украины, Литвы, Польши, Швейцарии и других стран. Благородная цель таких мероприятий – провести для современников урок истории под открытым небом, воссоздав картину кровопролитных сражений. Люди различных возрастов с оружием XIX столетия, одетые в форму гренадеров, гусар, драгун и карабинеров, – делом чести для них является приехать в эти исторические места, чтобы почтить память погибших в Отечественной войне 1812 года русских, белорусов, французов, представителей других европейских народов.

Поражает организованность и дисциплина униформистов, знание каждым своего места в строю и маневра в «бою». Как правило, каждая реконструкция сражений – это грандиозное, хорошо подготовленное театрализованное представление с настоящей артиллерийской канонадой, оружейными залпами и топотом копыт. Фланговые маневры войск, бой барабанов, атаки конницы и стоны «раненых» вызывают у зрителей бурю эмоций [1].

Конечно же, восстановление событий Отечественной войны не ограничивается Борисовом. Униформистское движение имеет обширную географию. Реконструкции сражений проходят в России на Бородинском поле, в Малоярославце, Вязьме, Каунасе (Литва), а также в ряде европейских стран, что подтверждает востребованность такого вида туризма.

Однако туроператоры Беларуси представляют военно-приключенческий туризм лишь Линией Сталина, где за доступную плату предлагают выезды на полигоны или посещение воинских частей со стрельбой из автомата Калашникова и пистолета Макарова.

«Площадкой» для развития военно-приключенческого туризма в Беларуси может стать и Бобруйская крепость. Территория крепости хорошо подходит для погружения в условия Отечественной войны 1812г. 2012 год – двухсотлетие событий тех лет, а это весомый повод активизировать работу в этом направлении.

Бобруйская крепость, развалины которой дошли до наших дней, возникла на месте древнего замка в 1807–1836 годах уже после того, когда город вошел в состав Российской империи. Ее строительство началось летом по императорскому указу Александра I от 10 августа 1810 года. А уже 4 июня 1811 года над крепостью был поднят российский флаг. Она считалась самой сильной и неприступной крепостью, причислялась к первоклассным военным укреплениям на территории Российской империи и была оснащена по последнему слову военного искусства. К началу Отечественной войны 1812 года было построено 5 основных бастионов, часть внутренних сооружений, насыпаны валы, выкопаны рвы.

В войне 1812 г. Бобруйская крепость была использована по своему прямому назначению. Гарнизон крепости к началу войны составляли резервная дивизия, в которую входили запасные батальоны 14 полков, три отдельные пионерные роты, понтонная рота, сотня казаков и несколько запасных артиллерийских рот в качестве прислуги крепостной и полевой артиллерии общим количеством немногим более 4000 человек. Начальником гарнизона был генерал-майор Игнатьев. Вскоре он получил донесение, что в сторону Бобруйска через Слуцк отступает Вторая русская армия под командованием П.И. Багратиона. 6 июля вся армия генерала Багратиона сконцентрировалась под прикрытием крепостных стен. Получив отдых в три дня, русские войска имели намерение выступить на Могилев. Однако было получено известие, что город захвачен французскими войсками. 10 июля 1812 года к стенам крепости подошли войска польского генерала Домбровского, входящего в армию французского маршала Даву. Домбровский штурмовать крепость в открытую не решился, для этого требовалась осадная артиллерия, которой у него не было. Осада крепости продолжалась 4 месяца, до 10 ноября. Активных боев здесь не велось, однако крепость сковала силы неприятельского корпуса примерно в 12,5 тысячи человек [2].

При помощи Бобруйского краеведческого музея можно восстановить события войны 1812 года, тем более, что в музее имеется все, что может нам помочь в восстановлении всех деталей того времени, вплоть до меню солдата русской и французской армии. Это поможет нам организовать тур, как выходного дня, так и недельной продолжительности. В этом туре будет все приближено к реалиям тех лет: ночлег в казармах, расположенных на территории крепости; питание по армейскому меню 1812 г.; обучение военному делу; реставрация военных действий с непосредственным участием туристов. Особым образом будет представлен и конкурс реконструкций военных полков времен войны 1812 года.

По нашему мнению, наиболее простым и удобным для горожан времяпрепровождением может стать тур выходного дня. По структуре он может состоять из следующих составляющих:

- прибытие, экскурсия по крепости, устройство на ночлег, ужин;

– завтрак, посещение краеведческого музея (ознакомление с историей крепости), обед, овладение мастерством фехтования, стрельбы из мушкетов и баллистки, ужин.

– завтрак, участие в реконструкции военных действий и проведение конкурса, обед, обзорная экскурсия по городу Бобруйску.

Таким образом, использование Бобруйской крепости как культурно-исторического объекта создает прецедент для развития военно-исторического туризма в Беларуси.

1. Борисовские униформисты на местах былых сражений [Электронный ресурс] / Борисовское благочиние. – Режим доступа: <http://www.blagobor.by/borisov/uniform> – Дата доступа : 02.04.2012.

2. Пивоварчик, С.А. Белорусские земли в системе фортификационного строительства Российской империи и СССР / А.С. Пивоварчик. – Гродно: ГрГУ, 2006.

ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ БЕЛАРУСИ

Дюсенова Н.Б., 4-й курс

Научный руководитель – А.И. Строганов, старший преподаватель
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

В Беларуси предпринимаются активные действия по переходу на инновационный путь развития экономики. Инновации – это не что иное, как действия по внедрению достижений науки и техники в технологии и управление, в том числе и в социальной сфере, т. е. в организациях, занимающихся предоставлением услуг населению.

На протяжении второй половины XX в. наблюдается ускорение темпов инноваций и роста масштабов инновационной деятельности во всех секторах экономики, включая социально-культурный сервис и туризм. Туризм является одной из ведущих и наиболее динамичных отраслей экономики и за быстрые темпы он признан экономическим феноменом столетия. Для 38 % государств туризм – главный источник дохода, а для 83 % стран туризм является одним из пяти основных источников дохода.

Туризм, являясь в настоящее время глобальным социально-экономическим явлением, функционирующим в условиях весьма жесткой конкуренции, характеризуется большой степенью подверженности инновационным процессам, следование которым зачастую является основным фактором, детерминирующим конкурентоспособность туристических организаций.

Инновации в туризме следует рассматривать как системные мероприятия, имеющие качественную новизну и приводящие к позитивным сдвигам, обеспечивающим устойчивое функционирование и развитие отрасли в регионе. Так, идея создания и реализация туристических проектов, даже не приносящих вначале существенной прибыли, может дать толчок развитию туризма и тем самым активно способствовать созданию дополнительных рабочих мест и росту доходов населения.

Инновации имеют четкую ориентацию на конечный результат прикладного характера, они всегда должны рассматриваться как сложный процесс, который обеспечивает определенный технический и социально-экономический эффект.

Для поддержания конкурентоспособности и эффективного развития туризма, для привлечения иностранных туристов в гостиницы Республики Беларусь необходимо активное внедрение инновационных технологий, применяемых ведущими мировыми гостиничными предприятиями. Так как инновации должны не просто удовлетворять потребности клиента, а вызывать ощущение восторга от проведенного времени.

На современном этапе гостиничный комплекс Республики Беларусь находится в стадии развития. Большинство из существующих гостиниц находятся в кризисном состоянии, и перед их владельцами стоит нелегкая задача найти быстрые и эффективные решения по улучшению качества обслуживания клиентов, по предоставлению им услуг, соответствующих мировым стандартам обслуживания.

Гостиничные комплексы Беларуси, мотели, кемпинги, санатории, базы отдыха и другие туристические места стали объектами занимательной статистики. Итак, на территории нашей страны на начало 2011 года осуществляют свою деятельность:

- 289 гостиниц;
- 21 гостиничный комплекс;
- 4 кемпинга;
- 3 мотеля;
- 67 санаториев;
- 4 дома отдыха;
- 13 детских реабилитационно-оздоровительных центров;
- 2 пансионата;
- 83 базы отдыха;
- 6 туристско-оздоровительных комплексов;
- 12 туристических баз;
- 23 оздоровительных центра.

К 2014 году в Минске планируется построить 22 гостиницы на 5,5 тыс. мест.

По итогам подсчетов, в 2010 году в гостиницах и аналогичных средствах размещения туристов проживали 1 631 800 человек, среди которых:

- 1 126 700 белорусов;
- 351 300 граждан из стран СНГ;
- 153 800 граждан других государств (в основном граждане Германии, Польши, Литвы, Латвии и Турции).

На сегодняшний день уровень благоустройства, развития сервиса и уровень комфортабельности позволяют 38 гостиницам и 5 гостиничным комплексам на территории Беларуси иметь классификацию по звездам, которую признало мировое сообщество. 11 из них находятся в г. Минске.

Работники сферы туризма имеют дело с многообразием форм и методов организации отдыха, путешествий, культурного досуга. Развитие туристического бизнеса возможно только на основе внедрения новых идей, совершенствования процессов производства товаров и услуг, расширения их ассортимента.

В туризме ежедневно внедряются инновации самого разнообразного характера под влиянием как научно-технического прогресса, так и интеллектуального развития человечества.

Развитию белорусского туризма будут способствовать IT-технологии. Учитывая современные тенденции и повсеместное использование инновационных решений, Беларусь особое внимание уделяет техническим разработкам и IT-решениям в области туризма. Реализация новейших IT-проектов обеспечит успешное развитие туристической отрасли, а также сделает путешествия туристов по стране гораздо удобнее. В связи с новой стратегией инновационных решений правительство Беларуси выделило несколько десятков тысяч долларов, которые пойдут на развитие индустрии туризма. В 2012 году в стране планируется подготовить терминалы, интерактивные карты, базы данных и единый сайт для путешественников.

Национальное агентство по туризму Беларуси объявило новый тендер для реализации единой программы базы данных Государственного кадастра туристических ресурсов, которые предполагается обобщить в специальный туристический сайт. В августе текущего года также был объявлен тендер на изучение расходов иностранных туристов в Беларуси. Кроме того, предполагалось создать видеоролик о туристических возможностях страны, чтобы популяризовать отдых в Беларуси. Национальное агентство по туризму также планирует создать сервис туристической онлайн-навигации, которая позволит значительно облегчить жизнь путешественникам.

Использование интерактивной карты Беларуси направлено исключительно на повышение удобства туристов. С помощью интерактивной карты каждый путешественник сможет подробно познакомиться с интересующими его объектами туристической инфраструктуры и провести приятный отдых. С помощью эффективной системы навигации турист сможет заранее определиться с маршрутом, забронировать номер в гостинице, найти гида и заказать столик в ресторане. Для этого будет достаточно просто выйти в интернет с любой платформы

и воспользоваться сервисом. Техническая сторона разработки интерактивного сервиса уже подготовлена, сейчас специалисты определяются с типом карты. К числу современных проектов, призванных облегчить путешествия по Беларуси для иностранных туристов, относится обновление сайта Belarustourism.by и разработка ПО для туристических терминалов, которые планируется разместить по всей стране. Реализацию этих проектов активно поддерживает и финансирует государство, заинтересованное в повышении привлекательности Беларуси для туристов.

Туризм в Беларуси постоянно развивается, несмотря на различные препятствия политического, экономического и социального характера. Туристский бизнес во многих случаях является инициатором и экспериментатором в освоении и внедрении современных передовых технологий, непрерывно изменяет формы и способы предложения и предоставления услуг, открывает и осваивает новые возможности.

Инновации в сфере туризма иногда возникают совершенно неожиданно и даже непредсказуемо под влиянием событий в обществе. Поэтому изучение инновационных процессов, причин появления новшеств, разработка методов их внедрения представляет значительный и практический научный интерес.

1. Новиков, В.С. Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.С. Новиков. – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 208 с.

2. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2007–2010 годы: утв. Указом Президента Республики Беларусь от 26.03.2007 г., № 136 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2007. – № 79,1/8435.

3. Дадалко, С.В. Инновационная деятельность в Республике Беларусь / С.В. Дадалко, Е.Р. Кадинова. – М.: «Армита-Маркетинг, Менеджмент», 2000. – 88 с.

4. Ермасов, С.В. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / С.В. Ермасов, Н.Б. Ермасова. – М.: Высшее образование, 2007. – С. 66–70.

5. Режим доступа: <http://belarus-travel.by> – Дата доступа: 14.04.2012.

6. Режим доступа: <http://prohotel.ru> – Дата доступа: 10.04.2012.

ЭКСКУРСИОННЫЙ МАРШРУТ «ПЕШАЯ ПРОГУЛКА ПО СОВЕТСКОЙ ПЛОЩАДИ МОГИЛЕВА»

Егорченко О.М., 1-й курс

Научный руководитель – М.А. Нагорный, канд. геол.-минерал. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Каждый раз, когда появляется свободная минута, отправляюсь в неспешную прогулку по старому Могилеву. Спокойно, отрешившись от суеты, брожу по улицам и площадям, буквально впитавшим в себя историю. Делаю

шаг и ловлю себя на мысли: может, иду след в след по стопам Николая II? Или Екатерины? Или кого-то еще из знаменитостей, не раз посещавших мой родной город...

И когда разгуливаю по старым улочкам, не просто смотрю по сторонам. Еще сравниваю тот Могилев, что был когда-то, с Могилевом современным. Или, если хотите, отправляюсь в этакое виртуально-реальное путешествие во времени. В которое вас сегодня и приглашаю. Конечно, газетной площади не хватит, чтобы «пройтись» по всему Могилеву. Потому «побродим» лишь по одному ее уголку – Советской площади, являющейся не просто историческим центром, а, если хотите, сердцем города.

Система средневековой уличной сети Могилева сформировалась под влиянием торговых путей, ведущих в город. Шляхи и были началом улиц, сходящихся в одном месте – на Советской площади. Она, разумеется, так называлась отнюдь не всегда. Сначала была Торговой и в 1604 году занимала площадь в 2 гектара. На ней в то время располагались 26 рядов торговых лавок и магазинов, склады, весовая, корчма. Здесь же находился и позорный столб с эшафотом – место публичных казней и экзекуций горожан.

В 1681 году на Торговой площади была построена каменная ратуша – один из лучших памятников архитектуры, возведенный руками могилевских зодчих. Именно здесь каждый четверг в 18 часов проходили заседания магистрата. В 1858 году на ратуше установили часы. Позже башня использовалась как пожарная вышка, откуда можно было наблюдать за окрестностями. А вот когда в Могилеве располагалась ставка Николая II, в ратуше была установлена радиостанция. В начале 50-х гг. прошлого столетия памятник архитектуры планировали реставрировать. Но вместо того, чтобы приступить к работам, снесли. И лишь недавно символ города возрожден – построен заново по старым чертежам.

В 1982 году на Советской площади появился мемориал «Борцам за советскую власть». Ядром композиции является установленная на гранитном 13-метровом постаменте бронзовая фигура женщины высотой 7 метров. По замыслу авторов, она символизирует собой Победу. В народе же изваяние иначе как «бегущей от Лавсана» не именуют. Связано это с тем фактом, что как раз в Заднепровье, к которому скульптура повернута спиной, находится предприятие «Могилевхимволокно», некогда называвшееся «Лавсан». Кстати, именно на месте монумента, высоко над Днепром, и находился когда-то дом губернатора. Именно в нем провел свои последние годы царствования последний русский самодержец...

Торговые ряды исчезли с площади в конце XVIII века. После присоединения могилевских земель к Российской империи (произошло это в 1772 году) Торговая площадь была переименована в Губернаторскую. С территории снесли все лавки, магазины, иные не вписывающиеся в новую концепцию строения. А на их месте построили четыре двухэтажных административных здания:

дом губернатора, губернское правление, дом вице-губернатора и дом, в котором размещались нижний суд, врачебная управа и архив. Позже – в XIX–начале XX века – здесь размещался окружной суд. Это здание единственное из комплекса Губернаторской площади дожило до наших дней. Нынче в нем размещается областной краеведческий музей.

Губернское правление находилось слева от дома губернатора и было соединено с ним аркой. Дом вице-губернатора стоял там, где сейчас располагается обычная пятиэтажка с кафе на первом этаже.

Впрочем, есть еще одно старинное здание, выходящее своим фасадом на Советскую площадь, – это дом № 1 по улице Ленинской (когда-то Ветреной, а потом – Большой Садовой). Сейчас в этих стенах размещается великолепно отделанный Дворец бракосочетаний. Изначально же в здании находилась городская управа. В эпоху нэпа на первом этаже располагался бакалейный магазин М. Иоффе. Со двора можно было попасть на склад табака Д. Певзнера. Когда новая экономическая политика пошла на спад и с частной инициативой в торговле было покончено, строение отдали под Дом Красной Армии. Во время оккупации Могилева здесь размещались клуб и казино для солдат вермахта. Вплоть до самого освобождения от фашистов на фасаде красовалась вывеска Soldaten Helm («Солдатский шлем»). Успел дом «поработать» и учреждением культуры – был ДК стройтреста № 12.

В 1919 году площадь, пережившая несколько переименований, была названа Советской. В 1926 году дом губернатора стал Домом пионеров, в бывшем губернском правлении разместилась типография, в экс-окружном суде – военная казарма. А дом, когда-то служивший нуждам вице-губернатора, стал штабом воинской части.

Площадь познала все ужасы Великой Отечественной. Особенно пострадала она в 1943 году, во время бомбардировки города советской авиацией. После налета от дома вице-губернатора остался лишь остов стен. А дома губернатора и губернского правления превратились в мусор. В конце 40-х гг. минувшего века руины были убраны. На площади разбили клумбы и установили скульптурную группу «Дружба» – представители трех рас, по замыслу создателей, должны были символизировать нерушимую дружбу и пролетарскую солидарность трудящихся всех стран мира. Следующая реконструкция пришлось на 1961 год. К этому времени на площади построили два пятиэтажных жилых дома...

Сегодня, во время прогулки по Советской площади, мне становится очень жаль, что лишь небольшое количество из стоявших здесь старинных зданий сохранилось до наших дней. И одновременно предполагаю: место это открыло отнюдь не все свои тайны. Идя по брусчатке, внимательно смотрю под ноги в надежде увидеть немного просевшую (или провалившуюся) мостовую. И никто не может сказать, что находится буквально в нескольких метрах под нами. Очень хочется верить, что только пока не может...

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СЕРВИСА РЕСТОРАННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ПЛЮС»)

Ефимович А.В., 4-й курс

Научный руководитель – Л.В. Штефан, канд. геол.-минерал. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Все достижения цивилизации в современном мире обеспечиваются посредством труда. Предприятия, учреждения и общество в целом нуждаются не только в компетентных, но и в активных тружениках. Активность работников – вот проблема во всем мире. Но добиться, того чтобы наемный работник был активным – задача для управленческих работников, которую они должны решать повседневно, и для решения этой задачи они применяют различные методы. Менеджер ежедневно сталкивается с проблемой, как мотивировать деятельность сотрудников и повысить качество персонального сервиса на предприятии. Автор изучила качество обслуживания в ресторанном предприятии ООО «ПЛЮС» и выявила проблемы, которые связаны преимущественно с оперативностью обслуживания:

- клиентам ресторана зачастую приходится ждать меню в течение 5–7 минут;
- клиентам ресторана приходится ждать официанта, чтобы сделать заказ, или самим подзывать его;
- клиентам ресторана приходится ждать напитки из бара (клиенты видят, что их заказ готов, а официант не приносит его, занимаясь другими делами);
- не всегда оперативно убирается грязная посуда, что приводит к тому, что столы клиентов «переполнены» посудой.

Выявленные проблемы обусловлены, в первую очередь, недостаточно слаженной и организованной работой обслуживающего персонала, у которого нет единой системы поведения при обслуживании посетителей. Эту проблему необходимо решать, так как неудовлетворенность клиентов качеством обслуживания приведет к прямым убыткам ресторанного предприятия. Важным моментом в организации работы персонала является их постоянное обучение, проведение тренингов, что позволит избежать в будущем досадных оплошностей в работе. Кроме того, персоналу ресторана и его руководству необходимо работать над оптимизацией процесса обслуживания клиентов с целью сокращения времени обслуживания клиентов.

Опрос посетителей ООО «ПЛЮС», проведенный в декабре 2011 года, в проведении которого участвовала и автор статьи, позволил выявить наиболее проблемные моменты в организации обслуживания в ресторане глазами клиентов. Наиболее распространенные замечания со стороны клиентов были следующими:

- иногда слишком долгое обслуживание (долго принимают заказ, долго приносят заказанные блюда);
- персонал иногда позволяет себе навязывать свое мнение посетителю относительно выбора блюда;

– бывают случаи, когда какого-то блюда в данный момент нет в наличии, хотя оно указано в меню.

Если говорить о банкетном обслуживании, то результаты опроса выявили следующие причины недовольства участников банкета:

– медленное обслуживание при заказе конкретного дополнительного блюда (это обусловлено тем, что для банкета готовится оговоренное количество заранее определенных блюд, поэтому на приготовление блюда, не входящего в оговоренный перечень, требуется время);

– слишком быстрая смена блюд (например, слишком быстро переходят от салатов к горячему);

– «не всегда дело доходит до торта» (по мнению опрошенных, предложение участникам банкета чая, кофе и десерта иногда слишком затягивается);

– слишком громкая музыка;

– слишком насыщенная или скучная развлекательная часть (зависит от тамады);

– «пресные лица у официантов» (данное замечание касается, в первую очередь, привлеченного персонала);

– «банкет слишком быстро закончился» (можно говорить о возможности предварительного договора по поводу времени окончания банкета – стандартное время 00.00).

Таким образом, по моему мнению, часть замечаний носит субъективный характер, однако любые замечания являются основой для совершенствования деятельности предприятия. Во избежание таких замечаний следует качественнее подбирать персонал, проводить постоянное обучение и эффективнее его стимулировать к труду. Возможными видами стимулирования в данной ситуации являются:

– материально-денежное стимулирование (по итогам работы);

– моральное стимулирование (о каждом моральном поощрении работника широко информировать трудовой коллектив. Вручать награды и объявлять благодарности в торжественной обстановке, для того чтобы каждый из работников стремился улучшить свой результат в работе).

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИЗМЕ

Жихарев Н.Е., 4-й курс

Научный руководитель – И.А. Черкасов, канд. филос. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Современная туристическая отрасль с каждым годом все более активно использует достижения информационных технологий. Туризм, вероятно, одна из немногих отраслей, использующих передовые технологии не только в свете

необходимости, но и для планомерного развития, подстраиваясь, таким образом, под модель поведения потенциальных клиентов. Именно следование за современными информационно-коммуникационными технологиями позволяет туристической индустрии сохранять стабильные темпы развития.

Актуальность данной темы для Республики Беларусь обусловлена инновационной стратегией процесса модернизации государства. В этой стратегии туризму отводится важная роль в формировании валового внутреннего продукта, в создании новых рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Комплексное развитие индустрии туризма оказывает благоприятное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, выступая своеобразным катализатором перспективного развития Республики Беларусь. Одной из приоритетных целей развития туризма в рамках Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 года является внедрение и развитие информационных технологий в туризме.

На конец 2011 года в Республике Беларусь насчитывается 791 организация, осуществляющая туристическую деятельность, порядка 1500 субъектов агротуризма, 444 средства размещения, 421 санаторно-курортная и оздоровительная организация. Без использования информационных технологий невозможно представить деятельность современной туристической фирмы, Интернет используется практически во всех основных бизнес-процессах внутри туристической компании, начиная от поиска и привлечения клиентов в качестве коммуникационного и маркетингового инструмента и заканчивая формированием турпродукта.

К сожалению, далеко не все из вышеперечисленных туристических организаций в Республике Беларусь на сегодняшний момент имеют оснащенный информационно-коммуникационный ресурс, в то время как на мировом рынке туристических услуг намечается тенденция переноса центра тяжести от прямой реализации к он-лайн продажам.

Информационные технологии уверенно занимают все более значимый сегмент туристского рынка. Турфирмы, перевозчики, гостиничные сети и другие компании объединяются в Сети и предлагают возможности онлайн-бронирования. В свою очередь путешественники все чаще не только ищут здесь информацию об отелях и местах отдыха, но и самостоятельно бронируют все необходимые услуги.

Одним из приоритетных направлений развития информационных технологий в туризме является разработка собственного веб-сайта туристического предприятия, являющегося для Беларуси инновационной технологией. Анализ используемых в настоящее время сайтов турфирм позволяет утверждать, что, несмотря на то, что на их создание тратятся немалые суммы, реальную отдачу имеют владельцы не более 10–15 % сайтов. Прежде всего это объясняется

качеством исполнения интернет-страниц, их обслуживанием, набором предоставляемых услуг. Высокую рентабельность имеют те сайты, которые предоставляют не только информацию о фирме и предлагаемых турпродуктах, но и обеспечивают электронное бронирование и продажу туров.

Многие белорусские туроператоры в той или иной мере представлены в сети. Основными группами туроператорских сайтов являются: визитная карточка, Web-витрина и система «Туроператор – турагент». Если попытаться классифицировать сайты турагентств, то иерархия будет похожа на сайты туроператоров: визитная карточка, Web-витрина и туристский электронный магазин.

Основные преимущества, получаемые туристическим предприятием за счет создания собственного веб-сайта:

- повышение эффективности работы за счет более мобильного и технологичного обмена информацией с партнерами и клиентами;
- повышение доходов за счет расширения рынка продаж;
- возможности установления эффективной маркетинговой коммуникации с клиентами;
- возможность обратной связи, а следовательно, гибкого реагирования на потребности клиентов, а значит, в целом повышение уровня удовлетворенности клиентов;
- улучшение имиджа за счет акцентуации наиболее привлекательных сторон своей деятельности.

Таким образом, в современных условиях становится очевидным, что проникновение современных информационных технологий в различные сферы туристического предприятия оказывает влияние на повышение эффективности технологических процессов разработки и реализации туристического продукта.

РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ МОЗЫРЩИНЫ

Жукова Н.В., 1-й курс

Научный руководитель – М.А. Нагорный, канд. геол.-минерал. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Сейчас туризм является неотъемлемой частью жизни людей. Предлагаются как огромнейшие туры по различным странам, так и небольшие экскурсии по регионам. Мозырщина – настоящая жемчужина Полесского края. Величавая Припять, живописные холмы и овраги, придают неповторимый колорит и красоту тому дивному месту. С вершины высоких холмов далеко открывается равнинный живописный пейзаж, просторы Полесской низменности, гладь тихой и широкой Припяти.

Мы представляем небольшую пешеходную экскурсию, которая начнется от кафедрального собора Архангела Михаила в Мозыре. Первое упоминание о церкви во имя архангела Михаила, относятся к XVI в. В 1645 году отставной полковник Стефан Лозко подарил часть холма напротив Мозырского замка монахам-бернардинцам, для которых построил небольшой деревянный монастырь. В 1648 г во время казацко-крестьянской войны обитель была уничтожена. В течение войн середины XVII века Мозырь был практически стерт с лица земли. Только при великом князе Яне III Собесском, 1678 г. началось восстановление Мозыря. Желая увековечить память о себе, представители могущественного и знатного рода Аскерко в 1745 г. начали строительство нового каменного монастыря бернардинцев в стиле позднего барокко, центром которого стал величественный собор. Здесь же расположились начальная школа и библиотека. За благодеяние, оказанное церкви, Аскерки получили высшую честь и награду – в крипте собора была устроена семейная усыпальница, где находили упокоения представители фамилии. Здесь же находится церковный музей. В 1864 году храм был передан Православной Церкви и освящен в честь святого Архистратига Божия Михаила. В XX столетии ему суждено было стать местом мученичества многих сотен и тысяч людей. Собор был превращен в тюрьму НКВД Полесской области, центром которой был Мозырь. По неполным данным в этой тюрьме было вынесено более двух тысяч смертных приговоров. Сохранившиеся надгробные плиты свидетельствуют о захоронениях знатных представителей католического духовенства. Представленные в музее экспонаты – конца XVI – середины XX столетия собраны на территории белорусского Полесья. Самый ценный экспонат – маленький молитвослов (бумага конца XVI – начала XVII века, текст написан в 30-е годы XVII века). Также там представлена коллекция самых первых рукописных книг, изданных в 1619–1648 гг. в Новодевичьем монастыре в Патриаршей типографии, которые потрясают своим орнаментом, гравюрным изображением заглавных букв.

Есть в музее и редчайшие экземпляры униатских книг, также с гравюрами. Интереснейшим экспонатом является церковная утварь, например евхаристический набор. Уникальны произведения народной иконописи XIX века. На православных иконах полесских мастеров можно увидеть Иисуса Христа в одежде простого крестьянина и Матерь Божию в одеянии богатой шляхтянки с завитыми волосами и непокрытой головой (воздействие западно-европейского искусства на Беларуси проникает в иконопись). Расписывал собор Исачёв Александр Анатольевич.

Следующая наша остановка – краеведческий музей, основанный 18 июня 1948 года. В основу музея легли экспонаты Полесской областной выставки достижений народного хозяйства 1949 года и экспонаты собранные в области. В связи с упразднением Полесской области с февраля 1954 года музей переименован в Мозырский краеведческий музей. С 1980-х годов началось ожив-

ление в его работе. В этот период Академией наук Беларуси и Специальными научно-реставрационными мастерскими МК Беларуси было проведено археологическое исследование существующих в городе памятников: Замковой горы, монастыря цистерианов, исторического центра города, а также некоторых объектов эпохи неолита. В результате музейные фонды пополнились уникальными предметами. С 1991 года в состав музея вошел музей-мастерская Н.Н. Пушкаря, художника-керамиста, члена Союза художников Беларуси, Заслуженного деятеля искусств БССР (ул. Якуба Коласа, 1-а).

В 1999 году открыл свои двери музей народной культуры Мозырщины «Палеская веда», который представляет собой систему гносеологических, мифологических, астрологических и фольклорных знаний об окружающем мире и существовании человека в нем. Музейными средствами сделана попытка возродить картину минувшей эпохи через мир женщины и мир мужчины в бесконечном колесе дней от рождения до смерти, где нет начала, нет конца, только вечный повтор.

Буквально через две минуты мы окажемся в историческом центре города – Мозырском замке. Посмотреть на мозырское замчище нужно приезжать всей семьей. Любой мальчишка не откажется от возможности внимательно изучить замковые укрепления, каждая девчонка легко представит себя здесь полоненной княжной, на помощь к которой спешит отважный рыцарь. Тем более, что замок в Мозыре – это не просто музей с интересными экспонатами, представляющими средневековую эпоху. Здесь проходит масса увлекательных мероприятий, звучит классическая и духовная музыка, проводятся молодежные дискотеки. Исторический центр Мозыря является охранной зоной с 1978 года. Замок на месте укрепленного деревянного детинца возник в конце XV века. Первое датированное упоминание о Мозырском замке относится к 1519 году, когда великий князь Сигизмунд I отдал Мозырь Альбрехту Гаштольду «за 1500 копь грошей...». На территории замка находились дворец, жилые и хозяйственные постройки, церковь Святого Спаса, колодец, три оборонные башни. Свои шрамы на неприступных стенах оставляли разорительные набеги татар (1497, 1521, 1534 года), восстание М. Глинского в 1508 году, войска Василия IV в 1535 году. В 1576 году замок был перестроен: его территория значительно расширена, добавились «Птичская» башня и башня над старым Мозырским рынком. Строительство велось под руководством Михаила Нарбута. С тех пор замок делился на «Старый» и «Новый», но объединенный совместным укреплением составлял единое целое.

С января 1649 года по приказу виленского воеводы князя Януша Радзивила, захватившего Мозырь, замок был сожжен. С этой поры он практически утратил свое оборонительное значение и больше не восстанавливался. Сегодня «Мозырский замок» – уникальный воссозданный уголок древнего города. Возведенный на Замковой горе замок – не только уменьшенная копия настоящего, но и своеобразная жемчужина деревянного зодчества. Здесь проходят вы-

ставки-продажи произведений декоративно-прикладного искусства, живописи. Каждый желающий мог ознакомиться с интересными экспозициями, стилизованными под средневековую эпоху в «Оружейной» и «Охотничьей» башнях. Маленьких посетителей не оставит равнодушными детский городок с башенками, лестницами, деревянными композициями, множеством сказочных персонажей. Следуя далее можно немного отдохнуть и вдоволь насладиться местным великолепием природы. Набраться сил, перекусить в уютном кафе и отведать белорусскую кухню. Наш путь будет пролегать через набережную прекрасной Припяти. По дороге у вас будет возможность осмотреть Церковь Св. Николая (XX в.) и Бровар (1905 г.).

Далее маршрут будет пролегать по улице Гоголя к конечной остановке нашей экскурсии. Свято-Троицкая церковь в предместье Кимборовка. История ее началась с Цистерианского монастыря. Их в Беларуси было всего три: в Вистыче Брестского района и два в Мозыре. Кимборовка, Анельская долина – такое название имел современный район Мозыря, через который проходит улица Гоголя. В Кимборовском предместье в XVIII веке разместились цистерианцы. Монахи пришли в город примерно в 1710 году. История женского монастыря началась со строительства деревянного храма при нем по инициативе Великого князя Августа II и монаха Бенедикта Режанского был построен монастырь. Казимир Сапега подарил цисциерианкам 30 тыс. злотых. На эти деньги был построен каменный храм Св. Михаила Архангела в 1743–1745. Монашки были переведены из Литвы, где в то время существовал единственный цистерианский монастырь. При монастыре была школа для девочек, где преподавали арифметику, музыку, гигиену и иностранные языки. В 1809 в школе было 28 учениц. Также там находилась библиотека, которая насчитывала в 1818 г. 104 книги, в том числе грамматики французского и латинского языков. Просуществовало женское пристанище до 1888 года. Процесс закрытия длился с 1883 года. Монастырь был передан православному ведомству, а костел переделан в церковь Св. Троицы. В 1893–1894 была перестроена деревянная колокольня и ступенчатый аттик над главным фасадом. За свою 250-летнюю историю монастырь успел побывать и хранилищем и интернатам и спортивной базой. Это шедевр белорусского барокко. И хотя храм небольшой, его главный фасад сделан профессионально и со вкусом, чем-то он напоминает театральную кулису.

Если вы устали от шумного города тогда вам стоит посетить Мозырь. Это место живет своей тихой жизнью. Город с долгой историей и своей уникальностью. Эта маленькая экскурсия включает места, которые стоят у истоков истории города. Вы сможете убедиться, что в маленьком городке тоже есть на что посмотреть, не обязательно рваться в мегаполис, достаточно оглянуться кругом и ценить то, что есть, ценить то маленькое, но настолько родное...

ОРГАНИЗАЦИЯ И УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ АГРОУСАДЬБЫ «СТАРЫ МЛЫН»)

Загорская Т.М., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Агротуризм или, как его еще называют, сельский туризм, деревенский туризм, «зеленый туризм» – это один из видов отдыха в сельской местности. Агротуризм (агроекотуризм) связан с такими видами отдыха, как экологический и оздоровительный туризм [1]. Любители агротуризма могут остановиться в деревенских домиках или комфортабельных усадьбах и почувствовать вкус сельской жизни. Пение петухов по утрам, неторопливый быт, природа и чистый воздух – неотъемлемые прелести агротуризма. «Отель» на сеновале и поход в лес за грибами и ягодами – для зарубежных туристов экзотика, для белорусской деревни – прибыль.

Агроекотуризм – явление не новое, известное, по крайней мере, в Европе, уже с 1970-х годов. Наибольшее развитие он получил во Франции, Италии и Испании. Широко распространен подобный вид отдыха на Кипре, в Хорватии и Польше. Основная причина возникновения и развития сельского туризма – потребность горожан со средним достатком отдохнуть наедине с природой, познакомиться с бытом крестьянской семьи. Причем не только попробовать свежие овощи и фрукты, мясо и молочные продукты, но и принять непосредственное участие в сельхозработах – как говорится, самому постоять у сохи. Желание клиента уважили, колесо туриндустрии завертелось, предоставив туристам на выбор сотни сельских домов, хижин и замков в комплекте с парным молоком, вином с собственного виноградника, рыбалкой, сеновалом и набором самых разных развлечений. В настоящее время сельский туризм в Европе приносит по разным данным от 10 до 20 % общего дохода туриндустрии.

Развивается агротуризм и в Беларуси. В настоящее время в нашей стране насчитывается более 700 таких усадеб. Белорусскую деревню сложно уже представить без агро- и экотуризма, потому что это дополнительный заработок для народа и способ проведения свободного времени для горожан. На сегодняшний день многие городские жители хотели бы провести свой отпуск не на море, а в деревне. В сельских усадьбах принимают гостей круглый год. Это и туры выходного дня, и семейные и корпоративные торжества на природе, охота и рыбалка, и сельская баня для любителей попариться с веничком. Развитие «зеленого» туризма в Беларуси регулирует специальный Указ Президента. Если эти меры будут действенными, то агроекотуризм должен процветать, а с ним и белорусская деревня. Таким образом, можно полагать, что агротуризм представляет собой весьма перспективный вид туризма [1].

Как пример такой агроусадьбы мы предлагаем к рассмотрению проект «Стары млын». Усадьба будет расположена в Минской области рядом с г. Клецк. Для отдыха туристам мы предложим белорусский деревянный дом (постройка в духе XIX в.) с пристройкой для приема гостей в виде большого деревянного дома мансардного типа. В 2-этажном деревянном доме ручной рубки будут расположены: каминный зал (гостиная) с выходом на открытую террасу с видом на речку и мельницу у окраины леса и территорию усадьбы, кухня с русской печью с лежанкой, полноценная комната для гостей с 2-спальной кроватью, ванная комната с туалетом и душем. На втором этаже – комнаты для гостей, детская комната и комната для хозяев усадьбы. Вся имеющаяся мебель в усадьбе будет изготовлена из натурального дерева, что положительно будет влиять на здоровье отдыхающих. В старинном домике будет находиться кухня, русская печь, которая побалуует гостей вкуснейшими блюдами национальной кухни; банкетный зал и комната для проживания.

В распоряжении наших гостей будет несколько зон отдыха:

– «шашлычная поляна» готова будет для организации пикника с приготовлением блюд на костре (усадьба предложит своим гостям мангал под навесом, барбекю, уютные деревянные беседки, качели и гамаки);

– «палаточный городок» предложит провести отпуск с детьми в походных условиях, ловить рыбу и готовить уху прямо на костре;

– «пляж» – это возможность окунуться и поплавать, насладившись прохладой в знойный день, покататься на катамаране, насладиться водными прогулками по реке, а также приобрести красивый загар. Данная зона подходит для спортивных игр – футбол, волейбол, теннис, баскетбол. В местном водоеме можно поймать плотву, щуку, сазана, окуня, линя, карпа и карася. В качестве развлечения можно здесь организовать пейнтбольные игры;

– «стары млын» – вот она, основная зона «мельницы». Так как усадьба будет организована на месте, где раньше была старая мельница, а наш старинный дом являлся домиком мельника, то почему бы ее (мельницу) не восстановить? Делаем ее пригодной для использования. А это открывает для туристов массу возможностей:

1) возможность перехода на здоровое питание, основанное на употреблении различных молотых зерновых, которые можно изготовить самим (крупы, мука), а заодно и мышцы «подкачать»;

2) соответственно рядом должна быть пекарня (или домик для приготовления), где можно выпечь, или понаблюдать за выпечкой, или приобрести свежий хлеб, очень полезные каши по старинным рецептам и пр.;

3) мельница – это еще и легенды, с ней связанные, которые тянут за собой различные ночные приключения (поиски клада, подсматривание за приведениями, русалками и т. д.), т. е. развлечения отдыхающих на основе использования традиционных мифов и легенд [2];

4) мельница – это место, где мельник (он же колдун), может предсказать судьбу, сотворить колдовство, вылечить (или наоборот) и пр. Поэтому мельни-

ца – это еще и дом травника, знахаря, ворожея. Можно использовать это для чайного кафе при бане («чайная поляна», которая пригласит наших гостей рано утром, под птичий щебет, отведать целебный чай на ароматных лекарственных травах, витаминные наливки, домашние вина и ликерные настойки на ягодах по старинным рецептам);

5) мельница – это каскады, водопады, красивые ландшафты с водой, плотина, мост и пр. Все это можно использовать, обыграть, сделать по возможности аттрактивным, применить анимацию;

6) «лесная поляна», где гости смогут порадовать свой глаз разнообразием деревьев, кустарников, декоративных растений, альпийскими горками, цветущими лианами. Также гости смогут угоститься дарами природы (малина, ежевика, клубника, земляника, голубика, смородина, вишня, сливы и виноград);

7) в подобной усадьбе уместно будет проведение всяческих этнических праздников, именин, языческих обрядов; кроме того, естественным занятием туристов станут охота, рыбалка, сбор трав, поиски дикого меда и пр., что делает пригодным использование данной усадьбы круглогодично.

Таким образом, проект «Стары млын» направлен не только на развитие агротуризма в Беларуси, но и на ревитализацию некоторых утраченных старинных ремесел, способов приготовления пищи (в рамках этнической кухни), сохранение традиционных видов трудовой деятельности, обычаев, обрядов, праздников.

1. Агротуризм [Электронный ресурс] / Туризм. – Режим доступа: <http://www.info-stio.com/agroturizm.html>. – Дата доступа: 12.02.2012.

2. Мельницы в мифах и легендах [Электронный ресурс] / Старый мельник. – Режим доступа: <http://stary-melnik.ru/melmznicy-v-mifah-i-legendah.html>. – Дата доступа: 12.02.2012.

РАЗРАБОТКА МАРШРУТА КРАЕВЕДЧЕСКОГО ПОХОДА С УЧАЩИМИСЯ ПО ТЕРРИТОРИИ РОГАЧЕВСКОГО РАЙОНА ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Зайцева Ю.В., 4-й курс

Научный руководитель – В.Е. Подлиских, канд. биол. наук

Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Использование средств активного туризма позволяет весьма эффективно вести учебно-воспитательную работу с учащимися. В частности, благодаря ис-

пользованию средств краеведческого туризма в учебных планах общеобразовательных школ возможно решение комплекса задач:

- рекреации (оздоровления) учащихся;
- образования (обучения) с использованием в качестве предмета познания географии, истории родного края и т. д.;
- воспитания гражданственности, патриотизма и иных ценных качеств личности [1].

Опыт краеведческой деятельности свидетельствует о том, что получение готового «книжного» знания о родном крае малоэффективно, если оно не подкреплено самостоятельным деятельностным изучением окружающей действительности, ее предметов и явлений. Наоборот, познание будет более эффективным, если обычные (традиционные) уроки по истории, географии и пр. будут дополняться в школе различными формами краеведческой работы (экскурсиями, походами, наблюдениями) [2]. Маршрут краеведческого похода является основой качественного обучения в походе и разрабатывается с учетом познавательных задач, возраста и туристской подготовленности учащихся и пр. Методология разработки маршрутов и проведения краеведческих походов является актуальной проблемой для исследования.

Цель настоящей работы – разработать проект краеведческого маршрута военно-исторической тематики по территории Рогачевского района Гомельской области, определить его основные познавательные объекты и технические параметры.

Маршрут пешего похода разрабатывался для использования в учебно-воспитательном процессе гимназии агрогородка (а.г.) Довск Рогачевского района, Гомельской области. К проекту маршрута предъявлялись следующие требования:

- продолжительность похода – 2–3 дня (с организацией 1–2 ночлегов в полевых условиях);
- маршрут должен проходить по рекреационно-ценной территории (в основном по лесным массивам);
- протяженность дневного перехода не более 15–20 км;
- наличие на маршруте 2–3 целевых познавательных объектов военно-исторической тематики;
- предполагаемый состав участников – учащиеся 9–10 классов.

Исходя из вышеуказанных требований, нами был разработан следующий проект маршрута краеведческого похода: а.г. Довск (старт похода) – пос. Юдичи – пос. Партизаны – р. Струменка – пос. Свержень – р. Днепр – пос. Серебрянка – а.г. Довск. Познавательные объекты подобраны с целью знакомства учащихся с событиями Великой Отечественной войны на территории района. Характеристика запланированных для посещения целевых познавательных объектов представлена в таблице.

Таблица – Познавательные объекты военно-исторической тематики краеведческого похода по территории Рогачевского района Гомельской области

Местонахождение объекта	Памятный объект	Краткая характеристика
7 км северо-западнее пос. Юдичи, на месте нежилой деревни «Партизаны»	Памятный знак 10-й Журавичской партизанской бригады	Памятник Великой Отечественной войны. Установлен в память о 10-й Журавичской партизанской бригаде, которая дислоцировалась в лесах вокруг этой деревни.
пос. Свержень	Могила неизвестного солдата	Похороненный солдат погиб в июле 1941 года во время авианалета. Он был найден в окопе на опушке леса бойцом Красной Армии, уроженцем Свержня О.Ф. Шаройко.
1,5 км от пос. Свержень	Братская могила мирных жителей, расстрелянных фашистами	В лесном массиве расположена братская могила мирных жителей деревни Свержень. На памятнике выбита пятиконечная звезда в обрамлении лавровых ветвей и надпись «Здесь похоронены 260 советских граждан, жителей д. Свержень, расстрелянных гитлеровскими палачами 27 XII 1941 г.».

Экспериментальную оценку маршрута провели в рамках похода с учащимися Довской гимназии 7–9 мая 2010 года. Продолжительность похода составила 3 дня (2 ночлега в одном месте). Протяженность маршрута – 47 км. Около 75 % протяженности маршрута учащиеся прошли по лесным рекреационным массивам с преобладанием сосновых и березовых насаждений.

«Ключевым» экскурсионным объектом посещения в походе являлся памятный знак в честь 10-й Журавичской партизанской бригады. Памятный знак расположен в 1,5 км от нежилой деревни Партизаны (во время Великой Отечественной войны она носила название Сипоровская Слобода). На месте памятного знака учащиеся прослушали рассказ о боевых действиях бригады.

Во время похода было уточнено место организации полевого ночлега группы – в 2,5 км от пос. Свержень, на берегу р. Днепр. Лагерь для ночлега располагается в сосновом бору. В районе расположения лагеря в период освобождения Беларуси от немецко-фашистских оккупантов проходила линия фронта (по р. Днепр) и велись ожесточенные бои. Участники похода имели возможность осмотреть оставшиеся со времен войны окопы, блиндажи воинов 120-й гвардейской дивизии, которой впоследствии было присвоено наименование «Рогачевской».

В итоге экспериментальной оценки маршрута была уточнена нитка маршрута, локализация места организации бивака группы, пути удобных подходов к экскурсионным объектам. Коррективы в первоначальный проект следует внести на участке маршрута пос. Серебрянка – г. Довск, имеющий низкую рекреационную и познавательную ценность.

Проведенный поход позволил определить технические параметры маршрута, необходимые для организации путешествия (зону «покрытия» района похода мобильной связью, расположение медучреждений, отделений связи, продовольственных магазинов и время их работы). Автобусное сообщение (в случае необходимости экстренного схода с маршрута) имеется на участке пос. Серебрянка – г. Довск.

Наиболее значимый итог работы – окончательное определение основных познавательных объектов на маршруте и опыт проведения экскурсионной работы на данных объектах. Наиболее интересными и значимыми для учащихся (с точки зрения показа, рассказа, воспитательной работы) являлись следующие экскурсионные объекты: памятный знак, посвященный деятельности 10-й Журавичской партизанской бригады; место боевых действий 120-й гвардейской дивизии.

1. Организация и проведение летних туристических походов со школьниками: метод. рекомендации студентам и преподавателям вузов, учителям общеобразовательных школ / подготовили Л.А. Троицкая, Г.И. Птицин, С.М. Волкова. – Витебск, 1998. – 18 с.

2. Туризм и краеведение: Образовательные программы для системы дополнительного образования детей / под ред. Ю.С. Константинова, А.Г. Маслова. – М.: Советский спорт, 2005. – 324 с.

ПО МЕСТАМ ЖИЗНИ ЗНАМЕНИТЫХ ЛЮДЕЙ – ВЫХОДЦЕВ ИЗ МОГИЛЕВА

Иванова А.Г., 1-й курс

Научный руководитель – М.А. Нагорный, канд. геол.-минерал. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

У каждого города своя история и те, кто эту историю создавал. К большому сожалению, информация об этих великих людях хранится небрежно. Рассказать или напомнить современникам о выдающихся соотечественниках – задача весьма важная и интересная. И именно эта задача стояла передо мной.

Если попросить кого-нибудь назвать имена всемирно известных выходцев из нашей страны, внесших весомый вклад в ее развитие, получишь в ответ не более десятка имен, да и то тех, которые все время на слуху. Само собой, таких имен на порядок больше.

Часто мы гуляем по улицам родного города и даже не задумываемся о том, что происходило на этих улицах сотню или тысячу лет назад. Еще на заре времен на этом месте был пустырь, позже образовались вытопанные босыми ногами тропинки, еще через время появились мощеные камнем дороги, по которым мчались запряженные лошадьми кареты, первые автомобили... и вот – стремительный и шумный XXI век, век информации и новых технологий. Время течет, и время проходит. Прошлое останется вечно прошлым. И второй раз до него никто не сможет дотянуться. Действительно, не то время, чтобы задумываться о том, что было в прошлом, когда в перспективе еще лучшее будущее.

Тем не менее, как приятно прогуляться по старым, но обновленным улочкам родного Могилева. И так замечательно осознавать то, что по тем улицам, по которым сейчас уверенно ступают нынешние модно разодетые девушки и юноши, еще совсем недавно ходили великие люди, всемирно известные первооткрыватели, выдающиеся творцы науки и культуры, ученые и храбрые революционеры. Могилев богат такими именами, например: писатели Алексеев Корней Иосифович и Бялыницкий-Бируля Витольд Каэтанович, ученые Борисенко Евгений Филиппович и Гаврилов Александр Иванович, художники Крупенин Аркадий Васильевич и Ракова Любовь Васильевна. И каждый раз, когда я гуляю по пешеходной (Ленинской) улице, у меня в памяти невольно всплывают имена двух выдающихся людей, с которыми связано здание, расположенное соответственно по этой улице, – Отто Юльевич Шмидт и Николай Константинович Судзиловский. В этом здании сейчас располагается небольшой торговый центр «Алиса». И как знать, может на том самом месте, где сейчас торгуют брюками по последней моде, был учебный класс, где гимназисты Шмидт и Судзиловский обучались различным наукам.

Предки Шмидта были немцами-колонистами. Отто родился в Могилеве. Будущий полярник прославился за 40 лет до своей северной эпопеи – в 1897 году. Тогда газета «Могилевские губернские ведомости» сообщила об удивительном происшествии: 6-летний мальчик Отто Шмидт самостоятельно переплыл бурную речку Дубровенку. До пятого класса учился в здешней гимназии. После Могилева Шмидт продолжал учиться в Киеве. Уже в студенческие годы он стал известным математиком. В 1924 году после установления в СССР твердой валюты математик переквалифицировался в издателя. Отто Юльевич стал одним из основателей и главным редактором Большой Советской Энциклопедии. В 1929 году на физико-математическом факультете МГУ он основал кафедру высшей алгебры, долгое время был ее заведующим. Еще в 1923 году Шмидт увлекся альпинизмом, а уже в 1928 году возглавил группу советских и немецких альпинистов, забрался в неисследованные высокогорные районы Памира, открыл несколько новых перевалов. В 1920-е на долю неукротимого Шмидта выпала миссия обозначить присутствие СССР в Арктике. В 1929 году к далекой северной Земле Франца-Иосифа была направлена экспедиция под руководством Шмидта на ледоколе «Седов». Основная ее цель: закрепить поднятением государственного флага принадлежность этих островов Советскому Союзу. На архипелаге предстояло основать полярную станцию.

Позднее Шмидт напишет: «Отправляясь на Землю Франца-Иосифа, я не знал, что так полюблю Арктику». Новое чувство изменило жизнь ученого. В 1933 году пароход «Челюскин» с экспедицией под началом Шмидта отправился из Архангельска в Тихий океан. Пробиваясь сквозь льды, корабль не смог выйти в Тихий океан, зимовка стала неизбежной. 13 февраля 1934 года ледяная стена высотой 8 метров двинулась на пароход. Шмидт отдал приказ о всеобщем аврале и выгрузке аварийного запаса. И только к 11 марта удалось спасти всех челюскинцев, для этого была создана специальная правительственная комиссия. Из-за прогрессирующего воспаления легких Отто Юльевич провел полгода за границей, а по возвращении в Минск его встречал митинг в тысячу человек, и каждый из них надеялся вблизи увидеть легендарного человека. Во время этого митинга столичный поэт прочел стихотворение, в котором предложил изменить название города Могилева в честь его великого сына – на город Шмидт. Однако на уровне правительства на это предложение ответили отказом.

Полярная слава Шмидта заслонила от потомков, пожалуй, главное дело его жизни – он разработал совершенно новую космогоническую теорию происхождения Земли и других планет Солнечной системы. Именно Шмидт впервые назвал точный возраст нашей планеты – 4,5 млрд лет. Современная наука экспериментальным путем доказала правильность этой цифры. Восстановить здоровье Шмидту так и не удалось. Зная, что обречен, он уходил из жизни с мудрым достоинством. За три месяца до смерти сказал: «Я благодарен судьбе за ту жизнь, которую она мне дала. Сколько было хорошего и сколько интересного! Я не боюсь умирать».

Прощались с академиком О.Ю. Шмидтом в здании Президиума Академии наук, похоронили на первой аллее Новодевичьего кладбища. Именем великого могилевчанина названы остров в Карском море, мыс в западной части Чукотского моря, пик и перевал на Памире, малая планета (астероид), кратер на Луне. В Могилеве его имя носят проспект, Центр по гидрометеорологии, мост через Днепр.

А вот хотя бы маленького переулочка, названного именем еще одного выпускника гимназии – Николая Судзиловского, – в областном центре нет и в помине. И в этом, как мне кажется, есть своя историческая несправедливость. Ученого, политика, ставшего первым президентом Гавайев, в Могилеве знают далеко не все. А ведь именно из путевых заметок Николая Константиновича, известного в мире под псевдонимом доктор Руссель, российские читатели впервые узнали о флоре и фауне островов центральной части Тихого океана. Внес Судзиловский свой вклад в развитие хирургии, изучение туберкулеза. Почему бы не говорить об этом человеке? Причем не просто говорить – всенародно гордиться. Но, вероятно, в советские времена кто-то посчитал Николая Судзиловского идеологически невыдержанным персонажем, чья деятельность выходила за рамки «Краткого курса истории КПСС». Да, был доктор Руссель народником, встречался с лидерами революционной эмиграции Лавровым и Бакуниным. Еще сотрудничал с Марксом и Энгельсом. Плюс к этому с Христо

Ботевым готовил антитурецкое Апрельское крестьянское восстание, за которым последовала русско-турецкая война 1877–1878 годов.

Начинавший с народничества и чуть не попавший из-за этого на каторгу, защитник слабых, Николай Константинович октябрь 17-го не воспринял, издевательски назвав его «зигзагом истории». И все – стал «не достойным» упоминания. Хотя именно благодаря своей активной гражданской позиции, направленной на защиту обездоленных, Судзиловский становится первым президентом Гавайев. А позже встает на путь правозащитника и просветителя. В самом начале XX века, уже живя в Шанхае, пытался наладить освобождение политкаторжан из сибирских ссылок и переправку их в Китай. Работе этой помешала русско-японская война. Во время которой – к тому времени перебравшись в Японию – Судзиловский организовал комитет помощи российским военнопленным, вел среди них просветительскую работу, в лагерях создавал школы для неграмотных. Последние годы жизни Судзиловского не отпускала мысль о возвращении на родину. Но мечте сбыться не удалось: 30 апреля 1930 года доктор Руссель умер. И самые лучшие люди уходят... Но хочется, чтобы их имена, как и их дела, были увековечены на их родине.

1. Корякин, В.С. Отто Шмидт / В.С. Корякин. – М.: Вече, 2011.
2. Шмидт, О.Ю. Исследование Арктики в Советском союзе / О.Ю. Шмидт. – М., 1934.
3. Иосько, М.И. Николай Судзиловский-Руссель. Жизнь, революционная деятельность и мировоззрение / М.И. Иосько. – Минск: Издательство БГУ им. В.И. Ленина, 1976.
4. Terence Emmons. Alleged Sex & Threatened Violence: Doctor Russel, Bishop Vladimir & the Russians in San Francisco, 1887–1892. – Stanford, CA: Stanford University Press.

ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Киреева Н.А., 3-й курс

Научный руководитель – Е.Н. Погодина, старший преподаватель
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Маркетинг является важнейшим направлением в деятельности любого современного предприятия, включая и сферу услуг, и предприятия индустрии туризма и гостеприимства. Его применение способствует достижению соответствия между ожиданиями потребителей и возможностями предприятия. Мар-

кетинговая деятельность компании направлена на поиск и реализацию эффективного пути развития, именно на основе маркетинговой информации о рынке, продукции и услугах во многом определяется стратегия фирм, производится принятие решения о введении новых видов услуг, модернизации старых, изменении цен и т. п. [1]

Маркетинг ориентирован на тесную работу с потребителем, его целенаправленное, глубокое изучение. От качества этой работы зависит то, насколько успешным будет тот или иной туристский бизнес. Именно клиент определяет, насколько успешно (а значит, и окупаемо) то или иное туристское предприятие, предлагающее именно те туристские продукты, которые пользуются спросом у потребителя, будет иметь доход, а значит, и развиваться [2].

На сегодняшний день уровень развития маркетинговой деятельности на предприятиях сферы туризма Республики Беларусь недостаточно высок. Результаты проведенного опроса показали, что у большинства предприятий отсутствует, как таковой, отдел маркетинга и даже специалист-маркетолог, данная функция, как правило, возлагается на плечи директора предприятия или его заместителя, как правило, не имеющих необходимой базы теоретических знаний и практического опыта для осуществления данной деятельности.

Основные направления исследований направлены на изучение ценовых предпочтений туристов, поиск эффективных способов продвижения турпродукта (скидки, бонусы и пр.) и определение страновых предпочтений клиентов, а также выбор видов туризма с целью разработки нового продукта. Исследования проводятся с помощью опросов потенциальных потребителей на выставках, в офисе или через интернет с помощью онлайн-анкет.

При определении целей и задач своей маркетинговой деятельности большинство предприятий не учитывают желаний потребителей, которые хотят, чтобы компании улучшали качество обслуживания клиентов и определяли уровень их удовлетворенности.

Чтобы это предотвратить, компаниям необходимо проводить более глубокие исследования, направленные на:

- улучшение качества обслуживания клиентов;
- определение уровня удовлетворенности клиентов;
- изучение мотивов потребителей, определяющих их выбор;
- изучение требований клиентов к качеству оказания туристических услуг (гостиничных, питания, экскурсионных);
- изучение потребителя с целью совершенствования продукта или разработки нового продукта;
- определения необходимых новых или дополнительных услуг.

Расширение направлений проводимых исследований даст возможность компаниям лучше прогнозировать потребности потребителей, выявлять услуги, пользующиеся наибольшим спросом, улучшать взаимоотношения с потенциальными потребителями, приобретать доверие потребителей за счет по-

нимания их запросов, понимать, чем руководствуется потребитель, принимая решение о приобретении туристских услуг, выяснять источники информации, используемые при принятии решений о покупке туров, создавать систему обратной связи с потребителями туристских услуг и налаживать эффективную работу с клиентами.

Чтобы решить эту проблему, необходим профессиональный подход к осуществлению маркетинговой деятельности, который предполагал бы наличие в компаниях маркетинговой службы или отдельных специалистов-маркетологов.

1. Стаханов, В.Н. Маркетинг сферы услуг / В.Н. Стаханов, Д.В. Стаханов. – М.: Экспертное бюро, 2001.
2. Дурович, А.П. Маркетинг в туризме / А.П. Дурович. – Минск: Новое знание, 2007.

АВТОСТОП КАК ПОПУЛЯРНЫЙ ВИД МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА

Киселев А., 2-й курс

Научный руководитель – И.В.Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Туризм в современном мире является одной из услуг, на которую люди тратят значительные средства. Так уж вышло, что человечество любит путешествовать, получая взамен новые впечатления и опыт. Среди молодежи туризм пользуется особой популярностью, ведь путешествовать «круто», путешествовать модно и весело. Кроме того, туризм как вид развлечения пропагандируется средствами массовой информации, а люди, которые часто путешествуют, пользуются в обществе особым уважением. Это явление закономерно, туризм – полезная и подвижная деятельность, которая позволяет человеку, который им занимается, не только расширить свой кругозор и узнать что-то новое, но даже начать мыслить и жить по-другому. Существуют способы путешествий, при которых затрата денежных средств значительно снижается или вовсе сводится к нулю. Одним из таких способов является автостоп.

Автостоп – бесплатное передвижение туриста на попутном транспорте с согласия водителя [1]. Цель автостопа – бесплатное путешествие с максимальным познавательным интересом. Изначально автостоп был возможен только на попутных автомашинах, однако позже развился автостоп на других видах транспорта. Появление автостопа совпадает с появлением первого автомобильного транспорта в начале XX века. Первоначально автостоп носил стихийный

характер. Большую роль в развитие автостопа внесли битники, «разбитое поколение» – предшественники хиппи, которых последние вполне основательно считают своими учителями. Автостоп давал им возможность путешествовать и знакомиться с разными людьми, не тратя денег, которых у них обычно и не было (или было мало), так как философия битников носит сугубо антибуржуазный характер [2].

Автостоп, как вид деятельности человека, несет некоторые преимущества; к ним относятся:

- значительное снижение денежных трат (так как плата за передвижение не взимается, а обменивается на общение);

- познавательная ценность (общаясь с водителями и попутчиками, узнаешь много нового и интересного);

- дает чувство осознанной и ответственной свободы (не зависишь от времени и других факторов);

Существуют разработанные и апробированные карты маршрутов для начинающих автостоперов, путеводители и методические пособия, позволяющие усвоить простые правила безопасного и комфортного передвижения. Для этих (и не только) целей существует специальный сайт www.couchsurfing.org.

CouchSurfing, также CS, каучсёрфинг – это одна из крупнейших гостевых сетей (существует в виде он-лайн сервиса). Этот портал объединяет более 3 миллионов человек в 246 странах (по статистике на август 2011). Члены сети бесплатно предоставляют друг другу помощь и ночлег во время путешествий и организуют совместные путешествия (однако иногда, по взаимной договоренности, гости платят за еду или другие расходы) [3].

Миссией каучсерфинга является «создание вдохновляющего опыта». Идея состоит в том, чтобы активизировать межкультурный обмен и общение людей в дружеской неформальной обстановке. Это дает возможность реализовать естественное желание узнавать что-то новое, обмениваться опытом в различных сферах жизни. В том числе, благодаря такому общению людей из разных стран, представителей разных культур и национальностей, они имеют возможность взглянуть на многие международные проблемы с разных сторон, научиться толерантности.

Регистрация на сайте бесплатна, все функции доступны сразу после регистрации. Зарегистрироваться может только человек, достигший 18 лет. В профиле участник может рассказать о своих увлечениях, опыте путешествий, владении языками, разместить фотографии и другое. Также там указывается, может ли участник принимать гостей. Если может, то он указывает количество, желательный пол гостей, условия проживания, какой транспорт ходит до его дома и т. п. Если участник не может принимать гостей, то он может поставить статус «готов встретиться и пообщаться».

Человек, ищущий, где остановиться, может написать личный запрос другому участнику, у которого он хотел бы остановиться, или может оставить «от-

крытый» запрос, на который может ответить любой участник, проживающий в этом городе. В запросе обычно пишут о своих планах на путешествие (дата приезда/отъезда, на чем приезжает, чем планирует заняться и т. д.), возможно, об общих с принимающим увлечениях, и другую информацию, которая может заинтересовать принимающего. Большое внимание уделяется обеспечению безопасности участников при путешествиях. Для этого существует несколько инструментов, дающих возможность узнать мнение других участников об интересующем пользователе, и система верификации имени и адреса пользователя.

Чтобы совершить путешествие автостопом, надо в первую очередь осознать и принять все плюсы и минусы данного вида туризма. И если все-таки решили ехать автостопом, то необходимо продумать все аспекты данного мероприятия, которые представлены в данной статье на примере собственного путешествия в Крым автостопом в августе 2011 года. Остановимся на анализе полученного нами опыта.

Начнем с погоды: заранее просмотренный прогноз определил набор вещей, взятых в дорогу. В нашем путешествии дождь настиг нас всего один раз под Судакком (да и прошел он очень быстро), так что мы брали преимущественно легкую летнюю одежду и пару теплых вещей (не зимних! свитера и джинсов нам вполне хватило).

Экипировка: если путешествие рассчитано на несколько дней, то лучше всего взять с собой туристический рюкзак, не перегруженный лишними вещами. Помимо вещей личной гигиены и сменной одежды, в путь мы взяли: паспорт, 1 палатку (так как это позволяло нам не зависеть от места ночлега), 3 спальных мешка и 2 туристических пенопластовых коврика; ножи, спички, карты местности и деньги; из продуктов питания: пару бутылок воды, несколько банок консервов и хлеб. Кастрюлю, чайник и другой кухонный инвентарь мы не брали, так как это бы нас излишне нагружало, на время приготовления пищи уходило бы много времени. В своем путешествии мы много времени проводили на солнце и не так сильно нуждались в еде. Не затрудняя себя приготовлением пищи, мы питались фруктами и готовыми продуктами (купленными незадолго до трапезы), консервами (которые брали с собой из Беларуси). Если позволяло место и деньги, то баловали себя кафе или столовыми.

Маршрут: мы ориентировались на дороги с большим количеством машин (наилучший вариант – автомагистрали). Наш путь до Крыма пролегал по следующим трассам: Жлобин–Гомель (М5), Гомель–граница (М20), граница–Киев (М01), Киев–Умань (М05), Умань–Николаев (Р06), Николаев–Херсон (Е58), Херсон–Ишунь (Е97), Ишунь–Симферополь (Н05), Симферополь–Бахчисарай (Н06). Нам в пути очень повезло, так как от Умани до Бахчисарая нас вез один водитель (около 640 км). Если бы повезло меньше, то ехали бы от Киева до Одессы (М05), а оттуда до Николаева (Е58). По Крыму мы ездили в основном на местных автобусах, маршрутках, дизелях (платно), так как место курортное и вероятность того, что нас бесплатно будут подбирать местные водители, была крайне мала (а неместные подвозят еще реже).

Ночлег: в путешествие мы брали палатку, чтобы не зависеть от места и людей, которые нам предоставят ночлег (в основном мы ночевали в непосредственной близости к морю и в местах, где поблизости строений нет). Но не всегда есть возможность путешествовать с палаткой. На этот случай существуют общераспространенные способы платного ночлега: гостиницы, отели, хостелы и т. д. Если не устраивает такой вариант, то можно воспользоваться услугами интернета (например, сайтом www.couchsurfing.org) и заранее найти людей, у которых можно остановиться, и обговорить с ними все нюансы (дату приезда/отъезда, количество человек и т. д.). При таком способе ночевку организовать сложнее, но удобнее и интереснее. К тому же новые знакомые по всему миру не мешают общительным людям!

В наше время грамотно примененные знания ценятся выше, чем деньги. И если правильно пользоваться полученными знаниями, значимость денег снижается. Так что, если человек хочет путешествовать и попасть в какое-либо место на нашей планете, то самое максимальное, что он должен иметь – это желание!

1. Кротов, А.В. Практика вольных путешествий / А.В. Кротов – М.: Кварта, 2002.
2. Автостоп [Электронный ресурс] / Википедия. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D> – Дата доступа: 20.12.2011.
3. Каучсерфинг [Электронный ресурс] / Туризм – Режим доступа: <https://www.couchsurfing.org/> – Дата доступа: 20.12.2011.

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФУНКЦИЙ МЕНЕДЖМЕНТА НА ТУРИСТИЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ «БОНУС ТРЭВЕЛ»

Клевжиц Т. В., 4-й курс

Научный руководитель – Л.В. Штефан, канд. геол.-минерал. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

На сегодняшний день туристические предприятия Республики Беларусь остро нуждаются в грамотном руководстве. Переход на рыночную экономику и растущая конкуренция среди туристических предприятий требует развития менеджмента предприятия, в том числе правильного осуществления его функций. Поэтому изучение функций менеджмента с целью их правильной реализации и совершенствования представляется важной и актуальной задачей. Цель данной статьи – проанализировать реализацию функций менеджмента на туристическом предприятии «Бонус трэвел» и разработать рекомендации по совершенствованию процесса управления.

В государственном производстве уровень управления, как правило, обуславливает перечень и содержание управленческих задач. В частных фирмах независимо от их размера и сферы деятельности руководители решают весь комплекс проблем от выбора выпускаемой продукции (услуг) и определения миссии (главной цели или того, для чего создана и функционирует фирма) до сбыта продукции и полной ответственности за успех или неуспех деятельности. Несмотря на это, как показывает практика, наиболее острая необходимость в совершенствовании процесса управления наблюдается именно на предприятиях государственной формы собственности. Это объясняется спецификой деятельности туристического предприятия, которая характеризуется в первую очередь резкими колебаниями спроса на туристические услуги в зависимости от сезона (подъем в летний период и на период предновогодних праздников, резкий упадок в осенний и весенний период). Во-вторых, непервичность туристических услуг обуславливает отказ от их использования потребителями при снижении уровня дохода. Нематериальность туристических услуг (неспособность к их «хранению») также является отличительным свойством данной сферы [1]. Поэтому неэффективное планирование бюджета организации, недостаточные меры по стимулированию персонала, недостаточный контроль (или избыток контроля), как правило, становятся одним из главных факторов, наносящих урон хозяйственной деятельности организации, посредством принесения убытков (в частности, штрафные санкции за незаполненные жесткие блоки мест на предприятиях размещения, а также жестких блоков на транспортных средствах).

Следует отметить, что, несмотря на довольно широкое освещение функций управления в работах отечественных и зарубежных авторов, специальных исследований, направленных на совершенствование процесса управления на предприятиях Республики Беларусь, крайне недостаточно, что еще раз подчеркивает важность и актуальность выбранной темы. Нами предложено несколько рекомендаций для совершенствования функций менеджмента на туристическом предприятии:

1. При разработке планов учитывать динамику экономических, политических и социально-демографических факторов внешней среды туристического предприятия.
2. Обеспечивать обязательную увязку плановой деятельности с маркетинговой и контрольной. Провести тщательный анализ деятельности основных конкурентов предприятия.
3. Выбрать направления, которые являются наиболее перспективными и приоритетными для предприятия (в частности, это въездной и внутренний туризм) и расширить маркетинговую деятельность по данным направлениям.
4. Создать кадровый отдел либо ввести должность менеджера по кадрам, занимающегося подбором, расстановкой и обучением персонала.
5. Чаще и более грамотно делегировать полномочия подчиненным. Следует освободить директора предприятия от работы, которая может выполняться другими работниками предприятия.

6. Скоординировать совместную работу маркетингового отдела, отдела пассажирских перевозок и отделов внутреннего, въездного, выездного туризма.

7. К материальным факторам мотивации добавить получение процентов от принесенной ими прибыли, которые перечисляются к заработной плате сотрудников без учета себестоимости рабочего труда

8. Предоставлять возможность приобретения рекламных туров за счет организации с предоставлением работнику оплачиваемого отпуска на срок тура.

9. Руководителю уделить особое внимание формированию организационной культуры предприятия. В рамках построения организационной культуры ввести систему психологических приемов, способствующих созданию в коллективе благоприятной обстановки, атмосферы доверия и уважения, поощрять инициативность и разумный риск.

10. Усовершенствовать систему контроля над работой персонала, сократить количество планерок и совещаний.

11. Реализация предложенных рекомендаций, на мой взгляд, будет способствовать совершенствованию процесса управления на ЧТУП «Бонус трэвел» и положительно скажется на экономических результатах работы предприятия.

Совершенствование функции мотивации, на мой взгляд, будет являться решающим фактором, влияющим на экономические результаты деятельности фирмы: объем продаж, выручку, прибыль, прежде всего потому, что большое значение в увеличении объема продаж и, как следствие, выручки и прибыли принадлежит именно совершенствованию работы с клиентами, улучшению качества обслуживания, что невозможно без непосредственной заинтересованности работников в улучшении этих показателей. Этому может содействовать грамотно построенная система мотивации, включающая в себя как материальные, так и нематериальные факторы.

Материальные факторы. Как уже упоминалось, в реальной жизни мотиваторами выступают размер надбавок (в частности, за выслугу лет) и объекты скрытой мотивации – мотивации временем. Этого явно недостаточно для данного вида мотивации. Сюда следует добавить индивидуальные надбавки с объемов продаж, которые перечисляются к заработной плате сотрудников без учета себестоимости рабочего труда.

Помимо этого, возможность приобретения рекламных туров за счет организации и с предоставлением работнику оплачиваемого отпуска на срок тура не только увеличит объем эмпирических знаний работника по направлению, что, несомненно, позволит увеличить объем продаж, но и выступит достаточно сильным стимулом для самого работника.

Что касается нематериальных форм мотивации, то особое внимание на месте руководителя стоило бы уделить построению собственной организационной культуры предприятия.

В данный момент организационную культуру, существующую в данной организации, можно отнести к типу «собирателей колосков», когда все в орга-

низации держится исключительно на авторитете руководителя. В рамках формирования организационной культуры можно ввести систему психологических приемов, способствующих созданию в коллективе благоприятной обстановки, атмосферы доверия и уважения. Необходимо создавать такие условия для работников, при которых они сами будут стремиться раскрывать свои собственные способности, поощрять разумный риск, ввести приз «покупательских симпатий», исходя из данных книги отзывов и предложений, а также периодически проводить опросы клиентов. Все это нужно будет закрепить какими-либо символическими подарками от фирмы. Следует обратить огромное внимание на создание и поддержание корпоративного духа, на совместное проведение праздников, совместные поездки для отдыха в свободное от работы время.

Контроль как функция менеджмента должен обеспечить предупреждение кризисных ситуаций путем сопоставления установленных планов ЧТУП «Бонус трэвел» с текущими результатами с последующим вынесением корректировок в уже существующий план, либо заменой уже существующего плана на новый, наиболее адекватно отражающий перспективы организации.

Несмотря на то, что за многолетнюю практику работы ЧТУП «Бонус трэвел» выработана система контроля, вполне достаточно выполняющая возложенные на нее функции, крайне необходимо внести некоторые изменения. Во-первых, изменить форму контроля над работой персонала. Нужно сократить количество планерок и совещаний в пользу увеличения количества рабочего времени, отведенного под непосредственные обязанности работников. Оптимальным было бы проведение планерок 1–2 раза в месяц. Вместо тщательного глубокого анализа проделанной работы и поиском ее недостатков, материальная заинтересованность работников выступала бы большим мотиватором и побуждала персонал самостоятельно искать недостатки в своей собственной работе, пути их исправления. К тому же чрезмерное обсуждение вопросов, важность которых для организации не столь велика, было бы значительно сокращено за счет ограниченности по времени. Помимо этого для совершенствования процесса контроля над персоналом организации следует ввести его периодическую аттестацию, которая определяет уровень профессиональных знаний работника, его личностный потенциал. Аттестация должна проводиться в идеале один раз в год. На основании ее результатов выявляются слабые стороны профессиональной деятельности работника, показывается направление, в котором ему следовало бы «подтянуть» свои знания, улучшить свои личностные качества. К тому же результаты аттестации стали бы неплохим подспорьем в присвоении квалификаций персоналу организации. На первых порах также было бы целесообразным вновь ввести ранее существовавшую на предприятии систему видеонаблюдения. Это обосновывается не только вопросами безопасности персонала организации или возможностью поиска компрометирующих работника моментов. Осознание небезнаказанности впустую потраченного рабочего времени, а также существования материальных доказательств нарушений рабочего поряд-

ка, выступает катализатором активности персонала, стремлением выполнить порученную ему работу максимально качественно и быстро. Дополнительным плюсом также выступает сокращение потребляемого Интернет-трафика, что в свою очередь приводит к увеличению скорости потока передачи данных, от которой в большой степени зависит качество обслуживания клиентов.

В продолжение темы следует отметить, что введение запрета на посещение социальных сетей, Интернет-ресурсов, относящихся к развлекательной деятельности, также позволит сэкономить и время работников, которое будет потрачено на самообразование в профессиональном плане, и размер трафика, а также увеличит скорость обработки информации.

1. Менеджмент туризма. Основы менеджмента: учебник / под ред. В.А. Квартальнова. – М.: «Финансы и статистика», 2002. – 274 с.

ГЕОКЭШИНГ И УРБАНТРИП КАК АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ВИДЫ ТУРИЗМА

Ковалев Т.Т., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Для большинства людей термин «туризм» ассоциируется либо с поездками по турпутевкам в дальние страны, чтобы понежиться на солнышке у теплого моря, либо с походами вглубь тайги с целью сплотиться духом и под звон комаров-людоедов спеть у костра: «Изгиб гитары желтой». Пресытившись комариной романтикой палаточных походов и «овощным» пляжным отдыхом стандарта «все включено», многие начинают искать необычные способы и нестандартные виды путешествий. Они ставят незаурядные цели для своих путешествий и создают новые, нестандартные течения.

Путешествия нестандартного плана относят к экзотическому туризму, который, в свою очередь, предполагает желание увидеть, познать и почувствовать нечто необычное, не присущее повседневной жизни, – климатические условия, необычную флору и фауну, кухню разных народов, архитектуру, национальные обычаи или еще что-либо.

Одним из таких видов туризма является **геокэшинг**. Это путешествие-приключение, поиск клада с gps-приемником в руке. Геокэшинг появился десять лет назад, когда gps-технологии, прежде засекреченные военными, стали доступны простым гражданам. Тогда в Америке был создан первый тайник. Описание и спутниковые координаты были выложены в интернете, и любой жела-

ющий с помощью gps-приемника и описания мог найти и «взять» его. Сейчас существуют десятки тысяч тайников в 177 странах мира, в том числе и в Беларуси. В тайнике обычно лежат разные полезные и приятные мелочи, сувениры, диски с музыкой. По правилам игры следует взять из тайника вещь и положить взамен свою, эквивалентной ценности. Таким образом, тайник существует и возобновляется постоянно. Координаты, описания и впечатления публикуются на сайтах геокэшеров. Традиционно тайники закладываются в туристических объектах, интересных с точки зрения краеведения или природы. Описание тайника сопровождается историей места и фотографиями. Геокэшинг удобен тем, что может быть совместим с обычными междугородними поездками или отдыхом в области [2].

В Беларуси геокэшинг является не очень распространенным видом туризма в силу своей новизны и ограниченной доступности, так как вряд ли вам предложат данный тур в туристической компании, либо вы увидите огромный баннер на дороге о таком экзотическом предложении. Информацию о проведении таких туров можно найти исключительно в интернете на различных форумах либо специализированных сайтах. Именно поэтому данный вид туризма в Беларуси распространен в большей мере в молодежной аудитории, среди людей с активной жизненной позицией, которые ищут новые впечатления, новые знакомства, которыми движет некий азарт и людей, которые в свою очередь являются активными пользователями интернета.

Можно предположить, что с течением времени геокэшинг обретет достаточно широкую популярность, так как количество пользователей информационными технологиями (в частности: интернетом и gps-системами) с каждым днем только увеличивается. Люди хотят экзотики, чего-то необычного, они устали от перенасыщенности туристического рынка однообразными турами и услугами. Геокэшинг не имеет ничего общего с турами, которые готовы предложить турфирмы. Это своего рода приключение, чем-то похожее на сказку, которое дарит незабываемые впечатления и помогает окунуться в мир детства, мир фантазий и иллюзий.

Еще одним не совсем обычным видом туризма является **урбантрип**. Появился, как движение на фоне роста интереса к «постапокалиптической романтике», популярности компьютерной игры «S.T.A.L.K.E.R.» [2].

Урбантрип не имеет специальных правил, не требует особого оборудования или физподготовки. Этот вид туризма уникален тем, что зиждется на одном лишь желании уловить необъяснимый, романтический, ностальгический дух, присущий полуразрушенным или оставленным людьми строениям. Одним из наиболее популярных мест для урбантрипа является город Припять, полностью обезлюдевший после трагедии на чернобыльской АЭС. Разрушенные заводы, шахты, мертвые деревни, недострои, брошенные города по всему миру – все это является объектами для урбантрипа. Часто у путешественников есть краеведческий интерес к объектам, историю которых они исследуют. В бело-

русских турфирмах с недавнего времени также стали организовывать поездки в чернобыльскую зону (ранее туда отправляли туристов из Киева и Москвы). Причем данные туры пользуются огромной популярностью [3].

Поездка из Беларуси занимает сутки и проходит по маршруту Минск – Чернобыль – Припять – Минск. Уже по дороге пассажиров погружают в нужную атмосферу: история трагедии, фильмы. Проверка документов, инструктаж. Смотровая площадка в Чернобыле – и напрямик в Припять. Именно в городе-призраке проходит основная экскурсия. В конце дня – ужин в зоне. И домой. Это самая простая программа. Но есть много отступлений.

По желанию (и за дополнительную плату) – кладбище техники, хранилище отходов ядерного топлива, ржавые поезда, домики самоселов, заброшенные предприятия и т. п. Подойти к тому самому четвертому энергоблоку можно метров на двести, увидеть в стенках саркофага гнезда птиц.

Оформить разрешение на въезд в зону может совершеннолетний гражданин любой страны. Из более понятных правил – закрытая одежда, обувь на толстой подошве, ничего не трогать, на землю не садиться, от группы не отбиваться.

Маршруты, уверяют в турфирмах, проложены в безопасных местах. Но все приезжие должны понимать: опасность здоровью все равно существует. Есть альтернатива – виртуальная экскурсия. На экране компьютера ты путешествуешь по зоне, как в компьютерной игре. Эти впечатления неполные, но безопасные. Так что выбор только за туристом.

Также еще одним направлением такого вида туризма являются туры на Фукусиму. Правительство Японии решило привлечь больше туристов в страну и придумало акцию: все желающие смогут получить бесплатную визу, чтобы «погулять» по Фукусиме. Такая «заманчивая» акция начала действовать с 15 ноября и продлится в течение пяти лет. В рамках программы всем желающим посетить три префектуры – Фукусима, Мияги и Иватэ, наиболее пострадавшие от цунами и землетрясения, документы будут выдавать бесплатно. Чтобы получить бесплатную «путевку», туристы должны заполнить специальный бланк и ответить на несколько вопросов, в частности, указать маршрут и время своего вероятного пребывания. Одним из условий является ведение блога во время пребывания в Японии, в котором путешественники будут описывать свои впечатления.

Урбантрип связан с большим риском для жизни, так что если решите стать его поклонником, отправляться на объект следует с опытным проводником и избегать мест, где существует опасность падения в шахты или обрушения зданий.

Туризм – это не только отдых на пляже или посещение достопримечательностей. Видов туризма очень много, и каждый может выбрать себе уже имеющийся или придумать свой. Туризм многолик, и для каждого у него найдется что-то особенное. Будущее – за такого рода туризмом, так как он позволяет найти интересное занятие для каждого, а ограничивается он только лишь нашим воображением!

1. Познавательный журнал «Школа жизни» [Электронный ресурс] / Школа жизни. – Режим доступа: <http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-41996/> – Дата доступа: 17.03.2012.

2. Группа свободных сталкеров [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://freestalkers.ucoz.ru/index/0-2> – Дата доступа: 17.03.2012.

3. Чернобыль, Припять, Чернобыльская АЭС и зона отчуждения [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://chornobyl.in.ua/stalker.html> – Дата доступа: 18.03.2012.

ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Колтаченко А.И., 5-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Международный образовательный туризм – сравнительно новое направление, включающее в себя как туристическую деятельность, так и деятельность по предоставлению образовательных услуг. Понятие образовательного туризма на данный момент еще мало изучено и встречается в основном в исследованиях по истории туризма. Также упоминается в связи с развитием академической мобильности как термин «международная образовательная поездка». В немногочисленных научных публикациях понятие «международный образовательный туризм» появляется с начала XXI века.

Исходя из анализа литературных источников и в соответствии с существующим законодательством Республики Беларусь, международный образовательный туризм – это поездка резидентов одной страны в иную страну на срок не более 12 месяцев для приобретения знаний и умений с целью удовлетворения образовательных потребностей, совмещенных с отдыхом.

Традиция получения образования за рубежом имеет древнюю основу. Еще в Древнем Риме молодые люди обязательно получали образование в Греции. После, в Средние века, когда начали возникать университеты, путешествия с целью обучения значительно выросли. Студенты всей Европы активно перемещались из одного университета к другому, вслед за преподавателями, либо услышав об интересном предмете, изучаемом в том или ином месте.

В настоящее время изменилось не многое. Студенты по-прежнему выбирают более интересные и престижные учебные заведения. В этом им помогают рейтинги, составляемые каждый год различными организациями образовательного туризма. Благодаря рейтингам можно легко найти центры наибольшей привлекательности для студентов, кроме того, сами университеты, стремящи-

еся попасть в заветные списки, будут предпринимать многое для достижения цели. Исходя из рейтинга сайта *topuniversities*, можно сказать, что лучшие университеты находятся в США и Великобритании, кроме того, активно развиваются университеты Японии, Сингапура и Гонконга [4].

Однако при выборе университета необходимо не только пользоваться рейтингами, но и знать, что многие страны имеют свою специализацию в международной системе образования. Например, Италия специализируется на гуманитарных дисциплинах, Швейцария предлагает элитное образование, Германия – классическое образование, в США выбор специальностей очень высок. В настоящее время активность студентов проявляется в основном в виде академической мобильности. А образовательный туризм – это нечто среднее между академической мобильностью и туризмом. Главными характеристиками являются: краткосрочность, возможность участия всех групп населения и организация в основном туроператорами.

К образовательному туризму относят не только получение высшего и последипломного образования, а также: учебные поездки с целью изучения иностранного языка или других специальных предметов, получение среднего образования, ознакомительные поездки в учреждения, организации и предприятия, научные и учебные стажировки, участие в семинарах, конференциях, творческих мастерских и мастер-классах, цель которых – обмен опытом и получение новой профессионально важной информации [3].

По целям образовательный туризм можно отнести к познавательному направлению, наряду с такими видами, как деловой, научный и культурно-познавательный (экскурсионный) туризм. Все перечисленные виды туризма имеют образовательную составляющую. Однако деловой туризм предполагает участие в различных конгрессах и ярмарках как часть производственного процесса, научный туризм собирает материалы для исследования или налаживает научные контакты, а во время культурно-познавательного туризма человек осматривает достопримечательности.

По данным Всемирной молодежной и студенческой образовательной туристической организации (WYSTO), услугами образовательного туризма чаще всего пользуются школьники – это 70 % всех туристов данного направления. 25 % составляют студенты и 5 % люди старше 25 лет [1, с. 48]. То есть 95 % клиентов образовательного направления туризма – молодежь в возрасте до 29 лет.

Образовательный туризм представляет собой туристический продукт, состоящий из основной и дополнительных услуг. Основной услугой является освоение краткосрочной обучающей программы, в рамках которой можно выделить основной и сопровождающие курсы. Под основным курсом понимается преобладающий по времени изучения тематический блок (иностранное языковое обучение и т. д.). В качестве сопровождающих курсов могут быть предложены несколько различных по времени и содержанию тематических блоков (обучение видам спорта, кулинария и т. д.). Дополнительными услугами при-

нято считать разработку, предоставление и расчет оплаты обучающей программы; бронирование билетов по различным тарифам; услуги по страхованию; оформление необходимых документов и виз; предоставление услуг транспорта и доставка; размещение, питание и бытовое обслуживание туристов; экскурсионные услуги, услуги гидов и переводчиков; выдача дипломов, сертификатов и удостоверений, подтверждающих успешное усвоение знаний; иные услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия [2, с. 29].

Формируют туристический продукт образовательные агентства. Они немного отличаются от туристических агентств, однако не намного. Образовательное агентство действует так же, как и туроператор. Менеджер заключает договор со школой, колледжем или университетом и на основе этого договора формирует услугу: транспорт, размещение, питание и др. Менеджер образовательного агентства должен решить все вопросы по размещению, получению визы, организации перелета и трансфера. Он должен знать системы образования стран, с которыми он работает, процедуры поступления, правила признания дипломов, подбирать оптимальный вариант обучения для каждого клиента, учитывать возможности – финансовые, в учебе, склонности и интересы.

Сейчас рынок образовательного туризма Республики Беларусь находится на стадии активного развития. Конечно, с Москвой сравнивать пока что рановато, ведь в Москве огромное количество фирм и огромный выбор программ. Однако в Беларуси открывается все большее количество фирм, занимающихся этим видом туризма. На данный момент в Минске более 20 компаний предлагают услуги в сфере образовательных поездок. Среди них есть разные агентства: предоставляющие только образовательные услуги (Work and Travel Centre, **GoStudy** и другие), имеющие отделы образовательного туризма (КонтурЛАМН, МастерТур, РВС-курорт). К сожалению, несмотря на растущее количество образовательных агентств, их количество остается непостоянным, однако их рост говорит о том, что данное направление туризма коммерчески выгодно. Например: в России доходы этого сегмента рынка составляют \$180 – 200 млн. А спрос на различные языковые курсы растет примерно на 30 % в год.

Наибольшей популярностью пользуются языковые курсы во время каникул. В этой сфере наиболее популярны такие страны как Великобритания, Мальта, Кипр, Германия, Франция, США. Также в образовательные агентства часто обращаются за помощью при поступлении в вузы. Ведь образовательные агентства помогут не только собрать необходимые документы, но и посоветуют при выборе места образования. Жители Беларуси предпочитают ехать учиться в Россию, Украину, Литву, Польшу, Чехию. Во Францию уезжают немногие, хотя образование там недорогое. Популярным местом является США, ведь там огромный выбор специальностей и огромный разброс цен. Также желанным местом обучения является Великобритания, однако при поступлении придется столкнуться с большим количеством трудностей, ведь система образования в Англии значительно отличается от нашей.

Возможностей учиться за границей множество: поступить самостоятельно и получать стипендию, либо же параллельно работать и платить за учебу; участвовать в различных программах и получить грант; обратиться в образовательное агентство и не беспокоиться о многих формальных вещах. Все варианты возможны, и в любом случае главным является знание иностранного языка, много терпения и готовность учиться напряженно и продуктивно. А раз возможностей много, то и количество желающих будет постоянно расти. Так что образовательный туризм – это весьма прибыльный и перспективный вид туризма.

1. Гельман, В.Я. Состояние и перспективы развития образовательного туризма / В.Я. Гельман // Вестник Национальной академии туризма. – 2009. – № 1. – С. 48–52.

2. Козлова, Н.А. Методологические подходы к формированию лояльности клиентов услуг международного образовательного туризма / Н.А. Козлова // Вестник Национальной академии туризма. – 2008. – № 2 (6). – С. 28–32.

3. Малиновская, Е.И. Туризм: виды и тенденции развития: учебно-методическое пособие / Е.И. Малиновская. – Самара: Изд-во Филиал ФГОУВПО «РГУТиС», 2009. – 132 с.

4. Рейтинг университетов мира [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2011> – Дата доступа: 28.03.2012.

ОТДЫХ – ЭТО ЗДОРОВО

Кононович К.Н., Игнатович В.Н., Седлер А.А., 3-й курс

Научный руководитель – Х.Х. Лавинский, д-р мед. наук, профессор
Белорусский государственный технологический университет,
Республика Беларусь

Вдохнуть полной грудью чистый лесной воздух, напоенный запахом листьев и терпким ароматом смолы, почувствовать себя моложе и беззаботнее, хоть на время позабыть о суете и спешке цивилизации – разве не об этом вы мечтаете, выбираясь на отдых подальше от городов – «муравейников»? А что, если к целебным и успокаивающим свойствам живой природы добавить целенаправленное воздействие на организм профессиональной медицинской техники, но не в строгих кабинетах лечебного учреждения, а в уютных, со вкусом обустроенных комнатах оздоровительного учреждения, расположенного на берегу живописнейшей речки? Именно наше проектируемое туристско-оздоровительное учреждение «Тур +» может решить вышеперечисленные задачи.

Местом организации «Тур +» является национальный парк «Припятский», который обладает всеми качествами для обеспечения полноценного от-

дыха, а также оздоровления туристов. Также этот национальный парк сохраняет уникальные творения природы, которые являются благоприятными как для здоровья, так и для познавательной деятельности, охоты, рыбалки, фотоохоты, пляжного отдыха, различных видов похода и т. д. Следует обратить внимание также и на то, что, кроме оздоровления и отдыха, наше туристско-оздоровительное учреждение преследует следующие цели: организация различных типов путешествий (пешком, на пароходе, верхом на лошади и т. д.); предоставление экстремального вида услуг (прыжки с парашютом); организация всех видов охоты, рыбной ловли, фотоохоты (по окончании поездки изготовление и предоставление охотничьих трофеев); предоставление различных услуг по оздоровлению, восстановлению моральных и физических сил человека; предоставление максимально комфортабельных условий для проживания туристов и укрепления их здоровья; организация культурно-массовых мероприятий в процессе знакомства с самобытной культурой Туровщины; на основе диагноза отдыхающего – обеспечение его диетическим питанием, а гурманам, не страдающими заболеваниями пищеварительного и желудочно-кишечного тракта, предоставление блюд белорусской кухни; для детей-сирот и детей, проживающих в неблагополучных семьях, организация учебного процесса (включено также проведение различных видов прогулок, экскурсий по памятным местам Туровщины, оздоровление и т. д.).

Туристско-оздоровительный комплекс «Тур +» включает в себя гостиничный комплекс, физкультурно-оздоровительный комплекс (бассейн, тренажеры, спортзалы, теннисный корт и т.д.); корпус медицинского обслуживания (лечебные ванны, массаж, СПА-процедуры, бальнеотерапия и т. д.); кафе, столовую, ресторан; корпус для досуговых занятий (бильярд, боулинг и т. д.); актовый зал, музей, подземный паркинг, технический корпус, зона отдыха, барбекю, детскую площадку, спортплощадку, лодочную станцию, автостоянку. Наш комплекс принимает клиентов, не требующих санаторного режима, с более легким течением болезни (после 40 лет), спортсменов с целью реабилитации после травм; дети сироты и дети из неблагополучных семей обслуживаются бесплатно.

Гостиничный комплекс планируется строить из исключительно экологически чистых материалов: древесины, камня и т. д. В них размещаются клиенты с более легким течением заболевания, которым не требуется санаторный режим. Также отдельно, но в том же гостиничном комплексе располагаются дети-сироты и дети из неблагополучных семей, которые обслуживаются бесплатно (до 20 человек). За ними во время отдыха присматривает воспитатель. В корпусе для досуговых мероприятий располагаются учебные классы, а также библиотека. На территории туристско-оздоровительного комплекса для них оборудованы детская площадка, бассейн. Также в их распоряжении теннисный корт, спортзалы, тренажерный зал, пляж (строго под присмотром воспитателя) и т.д. Для них периодически организуются концерты, дискотеки, культурно массовые мероприятия, экскурсии, различные походы и т. д. В обязательном

порядке ведется оздоровление детей (кислородные коктейли, бальнеотерапия, массаж, лечебные ванны, контрастный душ и т. д.). Отдых организуется в осенне-весенне-летний период.

Туристско-оздоровительный комплекс «Тур +» будет использовать следующие методы лечения: физические методы лечения – воздействие воды (контрастный душ, лечебные ванночки, закаливание, обливание водой, обливание холодной водой) и методики лечебного дыхания; травоцелительство (фитотерапия), ароматерапия, методы рефлексотерапии и массаж (игло-, электро- и акупунктура, С.-Джок терапия и точечный массаж), бальнеологические технологии оздоровления, натуротерапия (аэрофитотерапия, гелиотерапия, гирудотерапия, дендротерапия, ландшафтотерапия, литотерапия и т. д.). Также в нашем комплексе будут использоваться нетрадиционные методы лечения: кумысолечение, апитерапия (воздействие на организм пчелиного яда с лечебной целью), энотерапия (винолечение). В оздоровительном комплексе «Тур +» предусмотрены и СПА-процедуры: водные процедуры с пресной водой (гидропатия), бальнеотерапия (прием минеральных ванн), талассотерапия (использование морской воды и климата), термальные процедуры, массаж, обертывание, аппликации, косметический уход за кожей лица, тела, ног, рук (маникюр, педикюр), уход за волосами и кожей головы и т. д.

Прибыв в наш туристско-оздоровительный комплекс, турист сразу будет окружен заботой и вниманием высококвалифицированного персонала, который исполнит любую прихоть. Отдыхающие даже не заметят, как быстро пролетит время их отдыха, так как каждый день их будут ждать захватывающие приключения среди древнейших лесов национального парка, фотоохота, охота на диких животных, птиц, которых они не только увидят сами, но и смогут забрать с собой трофеей. Также для туристов будет организована занимательная и интереснейшая фотоохота по «Сафари-парку», прохождение маршрутов (посещение Церкви всех святых, экскурсия к Царь-дубу, экскурсия к Царь-сосне, экскурсия на верховое болото).

Оздоровительный туризм – это только развивающаяся отрасль. Поэтому наша задача – не только развивать туристическое направление в Беларуси, но и подходить к этому делу с экологической точки зрения: минимум отходов, исключение загрязнения окружающей среды и т. д. Этот принцип надо учитывать и при постройке туристско-оздоровительных учреждений:

- не строить много зданий на прибрежной полосе, так как это приводит к уменьшению песчаной полосы, а также загрязнению вод, увеличению сброса отходов и т. д.;

- не допускать большого скопления автотуристов, так как это ведет к загрязнению атмосферного воздуха, а также вытаптыванию почвы, уменьшению биоразнообразия фауны и флоры;

- не допускать большого количества туристических пароходов на воде, так как это ведет к загрязнению вод.

Все это поможет сохранить окружающую среду в первозданном виде для наших потомков, а также удовлетворить требования туристов.

Так, целями оздоровления являлись:

- восстановление моральных и физических сил отдыхающих;
- знакомство с ландшафтным разнообразием Национального парка «Припятский», его биоразнообразием;
- знакомство с самобытной культурой полешуков;
- организация различных экскурсий;
- предоставление возможности попробовать экстремальные виды спорта;
- предоставление возможности изменить свой стиль и ритм жизни и пр.

В конце концов, мы уверены, что после достижения всех целей, перечисленных выше, ни один турист не останется равнодушным и станет постоянным клиентом нашего туристического спортивно-оздоровительного комплекса «ТУР +».

АГРОТУРИЗМ КАК ОДНО ИЗ ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Королёва Е.А., 5-й курс

Научный руководитель – Д.А. Бессараб, доцент

Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

По мере экономического роста все большее значение для национальной экономики приобретает сфера услуг, среди которых особое место может быть отведено туризму. Агротуризм или сельский туризм – это относительно молодое, но достаточно перспективное направление развития современного туризма, который, по некоторым оценкам, уже охватывает более 10% мирового туристского рынка [1].

История пансионатов, сельских гостиниц, аренды дач уходит в века, и положить точку начала агроэкотуризма не представляется возможным. Агроэкотуризм, как сектор современной туристической индустрии, появился в Европе в начале 70-х годов прошлого столетия. В те времена остро встала проблема экологии во многих крупных городах и у людей возникла потребность в общении с природой, в чистом воздухе и натуральных продуктах питания. Сегодня данный вид туризма развивается весьма быстрыми темпами и в некоторых странах оттягивает на себя часть иностранного туристского потока. Прародителями агроэкотуризма считаются Франция, Италия, Великобритания и Германия.

В Беларуси агротуризм начал развиваться в первом десятилетии XXI века. В связи с чем были утверждены законодательные акты, которые способствуют развитию агроэкотуризма. В числе основных выступают: Закон Республики Беларусь «О туризме»; Указ Президента «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь»; Национальные программы развития туризма в Республике Беларусь на 2006–2010 и 2011–2015 годы; Государственная программа возрождения и развития села на 2005–2010 годы; Государственная программа укрепления аграрной экономики и развития сельских территорий на 2011–2015 годы и ряд других.

В стране так же существуют и неправительственные организации, работающие в сфере агротуризма. Самые весомые из них это общественные объединения «Агро- и экотуризм» и «Отдых в деревне».

Согласно официальным данным, на 1 января 2012 г. в 110 районах Беларуси насчитывалось 1 823 агроусадьбы (их количество по сравнению с 2011 г. увеличилось почти на 30 %), 82 агротуристических комплекса созданы на базе сельскохозяйственных организаций [2]. По данным БОО «Отдых в деревне», реально из них готовы принять туристов около 900 усадеб.

Такие высокие темпы развития агротуризма связаны со следующими факторами:

- сравнительно малая затратность в оформлении усадьбы (не требуется регистрация в качестве индивидуального предпринимателя или юридического лица);
- возможность получения льготного кредита (под 5 % годовых);
- упрощенное налогообложение (одна базовая величина для владельца агроусадьбы);
- возможность для самореализации и дополнительного заработка (особенно для жителей деревни) и т.д.

В настоящее время агротуризм Беларуси имеет три основные разновидности:

1. Организованный отдых в деревне на выходные дни (Week-end);
2. Этнический агротуризм;
3. Активный агротуризм.

Изучение агроусадьб Беларуси показало что более 80 % из них позиционируют себя как отдых выходного дня (Week-end). Главным критерием месторасположения усадьбы является близость к городу. Дом в виде коттеджа с основными элементами: баней, шашлыком, бильярдом, караоке. Данный вид отдыха предпочитают компании молодых людей и корпоративные клиенты.

Основная цель этнического агротуризма – познание сельского быта, культуры и традиций страны. Располагаются данные агроусадьбы, как правило, в отдалении от крупных городов, в аутентичных деревнях и селах. Отличительными элементами его являются: деревенский дом (не новострой), скотный двор, русская печь, сеновал, национальная белорусская кухня или «деревенская еда». Такой вид отдыха предпочитают иностранные туристы и люди, интересующиеся историей, культурой и традициями своей земли.

Активный агротуризм – это смесь экологического, спортивного и сельского туризма. Основная цель – отдых на лоне природы и занятие спортом (в том числе охотой и рыбалкой). Усадьбы, обычно в виде коттеджей, располагаются в относительно небольшой отдаленности от города, вблизи водоема и/или лесного массива. Основная целевая группа – семьи с детьми, группы молодых людей, корпоративные клиенты (обучение и конференции, тимбилдинг, корпоративные вечера). Данные агроусадьбы располагают банкетным залом и/или конференц-залом, большой стоянкой для автомобилей, баней/сауной. Одним из обязательных условий является возможность выхода в интернет.

Для оценки стоимости проживания в Белорусских агроусадьбах были проанализированы предложения тридцати усадеб, расположенных в различных регионах страны. В результате было выявлено, что средняя стоимость проживания в сутки составляет порядка \$25 (по курсу национального банка на момент расчетов). Проведенный анализ показал, что существует зависимость стоимости проживания от ряда факторов:

- месторасположения усадьбы;
- отдаленность от города (чем ближе к крупному городу тем дороже);
- живописности местности;
- наличие озера, реки, ухоженного леса и т. д.;
- количества и качества предлагаемых услуг;
- уровня комфорта и обслуживания; и т. д.

Наблюдение показали, что агроусадьбы ведут достаточно гибкую систему ценообразования, на которую влияют следующие факторы:

1. Агроусадьбы предлагают как комплексные услуги, так и просто размещение. Комплексные услуги включают проживание, питание по системе НВ (трехразовое) и дополнительные услуги (мастер классы, катание на лошадях, прокат велосипедов, экскурсии и т. д.), перечень этих услуг у каждой агроусадьбы индивидуален. При покупке только размещения остальные услуги (питание \$10–30), баня (от \$20), прокат лодок (от \$4/час) и т. д.) оплачиваются отдельно.

2. Все агроусадьбы разделяют цены на выходные дни (пт. суб. вск.) и будни. На выходные стоимость поднимают примерно на 25%. К примеру, отдохнуть в агроусадьбе «Ганка» в будние дни стоит \$25, а в выходные и праздничные – до \$40. Причем цены на свои услуги владельцы агроусадоб устанавливают самостоятельно (так, например, на новогодние праздники цена может вырасти в 4–5 раз).

3. Агроусадьбы сдают как отдельные комнаты, так и дома полностью. К примеру усадьба «Над Неманом» предлагает снять комнату за \$30 с чел в сутки, или снять усадьбу полностью за \$270 (на 10 чел.).

4. Большинство агроусадоб предлагают скидки при проживании более 3 дней и компаниям больше 8 человек – от 10 % от стоимости размещения (например, агроусадьба «Боярская сказка»). Некоторые агроусадьбы размещают детей до 5–7 лет бесплатно («Деда Талаша», «Аколица»), а детям до 10 лет предоставляют скидку в 50 % («В Прилесье»).

Констатируем, развитие агротуризма в Беларуси находится на этапе становления, в намеченной тенденции до настоящего времени не прослеживаются специфические национальные черты.

1. Житкевич, Г.Я. Агрэкотуризм в Республике Беларусь: состояние и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции / Я.Г. Житкевич. – Барановичи, 2009.

2. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: Статистический сборник – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2012.

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Королева Ю.Н., 4-й курс

Научный руководитель – Л.В. Штефан, канд. геол.-минерал. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

В настоящее время благоприятный имидж является одним из важных факторов, определяющих успех организации. Одним из основных аспектов общего восприятия и оценки компании является впечатление, которое она производит на свои целевые аудитории, поэтому современные предприятия вплотную сталкиваются с необходимостью формирования и развития своего позитивного имиджа.

Позитивный образ туристической фирмы создается основной деятельностью предприятия и рекламно-информационной работой. Только позитивный имидж повышает конкурентоспособность фирмы, привлекает потребителей и партнеров, способствует успешной деятельности предприятия в долгосрочной перспективе, увеличивает известность, что отражается на уровне продаж. Это фактор доверия потребителя к фирме и ее продукции, а следовательно, фактор процветания самой фирмы, ее владельцев и ее работников.

Имидж организации можно рассматривать как существующую в сознании людей систему представлений (образов) и оценок, объектом которых она является. Неотъемлемым атрибутом любой системы является структура. По мнению В.М. Шепель, автора книги «Имидж. Как нравится людям», структура имиджа корпорации может включать до восьми основных компонентов:

1. Имидж товаров или услуг отражает представления людей относительно уникальных характеристик, которыми, по их мнению, они обладают; при этом функциональная ценность товара или услуги является основной, дополнительная ценность обеспечивает товару или услуге отличительные свойства.

2. Имидж потребителя товаров или услуг включает представления о стиле жизни, общественном положении, статусе некоторых личностных, в частности, психологических характеристиках клиентов. Большое значение имеет способ-

ность сотрудников организации устанавливать обширные долговременные деловые контакты. Всех партнеров и постоянных клиентов желательно знать лично.

3. Внутренний имидж организации содержит представления сотрудников о своем учреждении, при этом основными его детерминантами являются культура организации и социально-психологический климат.

4. Имидж лидера организации или основных руководителей включает представления о способностях, установках, ценностных ориентациях, социально-психологических характеристиках, имидже руководителя.

5. Имидж персонала представляет собой собирательный, обобщенный образ всех сотрудников, раскрывающий наиболее характерные для него черты. Он формируется на основе прямого контакта с работниками организации.

6. Визуальный имидж организации включает представления о ней обществу, которые возникают на основе зрительных ощущений, фиксирующих информацию об интерьере офиса, демонстрационных помещениях, фирменной символике.

7. Социальный имидж организации содержит представления широкой общественности о социальных целях, роли организации в экономической, социальной, культурной жизни города, региона, страны.

8. Бизнес-имидж организации включает в себе представления об организации с точки зрения деловой активности [1].

Схематично структура анализируемого понятия представлена в публикации М.В. Томиловой «Модель имиджа организации» (рисунок) [2].

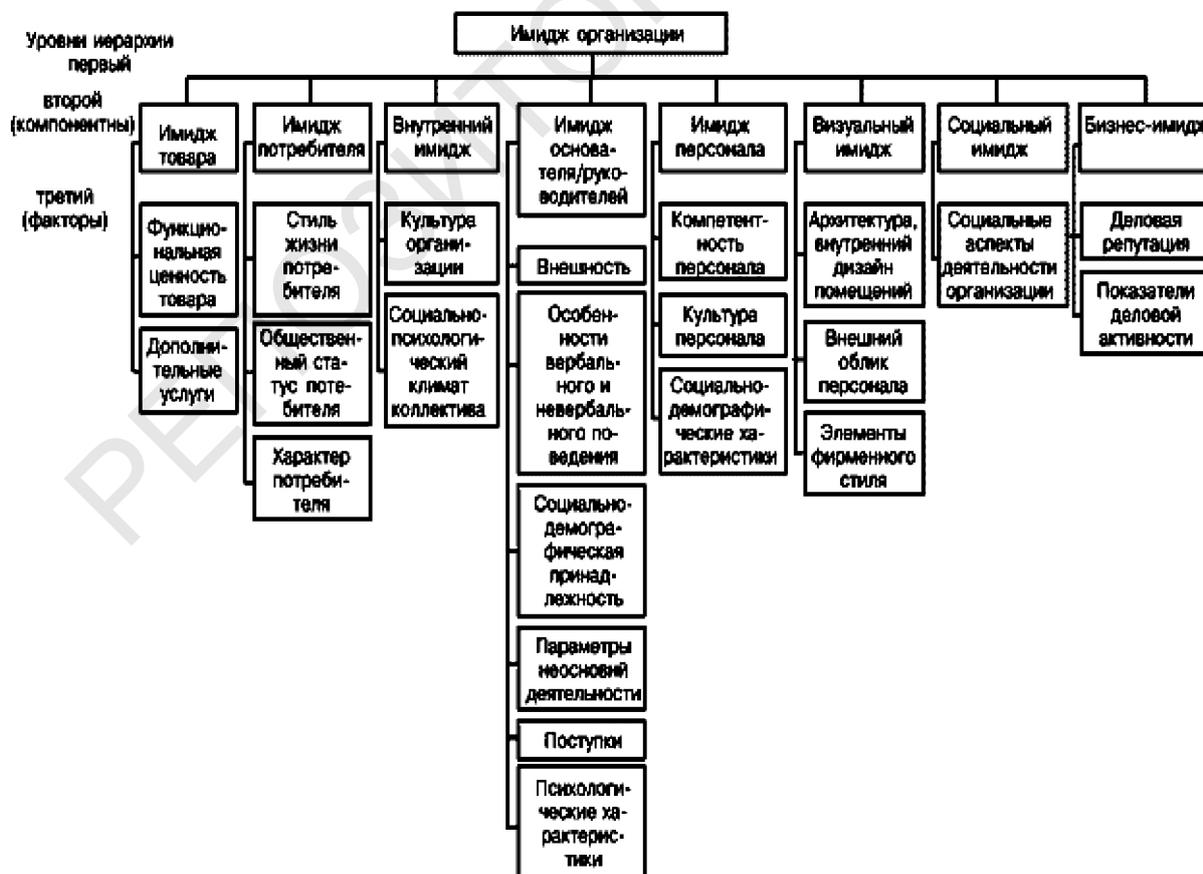


Рисунок – Модель имиджа организации

Туристическое предприятие должно стремиться к тому, чтобы его образ в сознании целевых аудиторий как можно больше соответствовал образу, сконструированному специалистами. Из общего положения вытекает ряд следствий, которые в целом можно назвать правилами формирования положительного имиджа фирмы:

1. Созданный специалистами образ должен основываться, а привнесенные специалистами характеристики должны вытекать из реальных достоинств фирмы.

2. Имидж должен иметь точный адрес, то есть привлекать определенные целевые группы.

3. Имидж должен быть оригинальным, то есть отличаться от образов других фирм и легко распознаваться.

4. Имидж должен быть простым и понятным, не перегруженным информацией, с тем чтобы легко запоминаться и свести к минимуму возможные его искажения.

5. Имидж должен быть пластичным, то есть, оставаясь легко узнаваемым, он должен оперативно меняться в ответ на изменение экономической, социальной, психологической ситуации, моды, а также под воздействием восприятия его потребителем [3].

Имидж это сложное явление, состоящее из разных факторов, сливающихся воедино. Поэтому для успешного формирования и поддержания положительного имиджа предприятия необходимо обращать внимание на все мелочи, тщательно анализируя каждый шаг и обдумывая каждое решение. Таким образом, объективно необходима первоначальная разработка плана формирования имиджа предприятия и следование ему в течение жизнедеятельности компании. Важно помнить, что все элементы плана должны быть взаимосвязаны и работать как единое целое.

Формирование имиджа предприятия – это искусство, которое требует длительной и трудоемкой работы. Важно стремиться к тому, чтобы желаемый имидж соответствовал реальному. Чтобы созданный образ отвечал требованиям общества и отражал индивидуальность фирмы. С помощью управления имиджем можно воздействовать и управлять эмоциями потребителей, что является основной ценностью в условиях современного рынка.

Таким образом, формирование и постоянная оценка эффективности имиджа является важным этапом в жизни любой организации в условиях рынка, что обуславливает актуальность выбранной темы.

1. Шепель, В.М. Имидж. Как нравиться людям / В.М. Шепель. – М.: Народное образование, 2002. – 210 с.

2. Томилова, М.В. Модель имиджа организации [Текст] / М.В. Томилова // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. – № 1. – С. 26–29.

3. Режим доступа: <http://katalog.turkompot.ru/turizm/C/6.7..php> [Электронный ресурс]. – Дата доступа: 14.03.2012.

ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ТУРИСТИЧЕСКО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА

Котова К.А., Колтунова Н.В., Гречихина К.А., 3-й курс

Научный руководитель – Х.Х. Лавинский, д-р мед. наук, профессор
Белорусский государственный технологический университет,
Республика Беларусь

Сегодня иметь свой коттедж за несколько десятков километров от основного места проживания не имеет смысла, даже для финансово успешных людей. А вот арендовать коттедж на время отпуска, выходные, праздники становится все популярнее год от года. Тем более, если коттедж находится не просто в пригороде, а на прекраснейшем озере, где в любое время отличная рыбалка, много дичи, прекрасные леса с грибами и ягодами. И просто великолепная природа для отдыха. А также эти места прекрасно подходят для лечебно-оздоровительного туризма.

Лечебно-оздоровительный туризм – это вид туризма, направленный на лечение и оздоровление. Здесь обязателен индивидуальный подход к каждому клиенту, в зависимости от состояния здоровья и потребностей конкретного человека к конкретному способу лечения и оздоровления. Как правило, это достаточно длительный отдых (в среднем 24–28 дней), осуществляемый преимущественно на курортах, в санаториях, домах отдыха.

Вашему вниманию мы хотим представить проект туристическо-оздоровительного комплекса «Заозерье». В рамках данного проекта планируется создание базы оздоровления и отдыха из 5 коттеджей с 2-этажным жилым корпусом с рестораном, бильярдом, сауной, тренажерным залом в Бельничском районе Могилевской области на озере Заозерское. Природно-климатические условия данного района характеризуются умеренно мягкой, преимущественно облачной зимой, умеренно теплым летом, с преобладанием солнечной погоды. Средняя температура января – 7,5 °С, июля – 18,2 °С. За год выпадает 644 мм осадков.

Лесистость района 24 %. Здесь созданы гидрологические заказники местного значения Варатей, Городенка, Погост, Раманьки, Прибрежье. Лесами занято 57 тыс. 787 га – преимущественно хвойные, березовые и еловые. В рамках данного проекта предполагается построить базу отдыха из 5 коттеджей общей площадью 140 м² и стоимостью строительства 200 млн. руб. каждый и 2-этажного жилого корпуса общей площадью 200 м² и стоимостью строительства 400 млн. руб. на земельном участке 2 га.

База отдыха будет располагаться на берегу озер в окружении соснового бора. Территория базы будет облагорожена и ограждена. Недалеко от туристического комплекса расположена спортивная база. Физкультурно-спортивная

база района включает в себя городской стадион с трибунами на 3 тысячи мест, 16 спортивных залов, 69 плоскостных спортплощадок и футбольных полей. На территории Бельничского района действует детско-юношеская спортивная школа, в которой занимается более 500 человек на отделениях гандбола, дзюдо и легкой атлетики.

Помимо физкультурно-оздоровительной базы, следует отметить культурно-исторический потенциал данного района: Аллея Героев, артиллерийское орудие времен Великой Отечественной войны, Бельничская икона Божьей Матери и храм в Ее честь, здание винокуренного завода XIX века, Ильинская гора и другое.

Наше учреждение предназначено для семейного отдыха. Рост интереса к семейному туризму аргументирует их устойчиво повышающиеся материальные и духовные потребности. На сегодняшний день уже большое количество семей предпочитают отдых на туристических маршрутах, и главной задачей является предоставление им всех необходимых условий. Отдых с детьми примечателен тем, что Вы сможете не только сами увидеть необычайные объекты архитектуры, создаваемые на протяжении веков народами полуострова, побывать в заповедных зонах, наполненных уникальными представителями флоры и фауны, но и показать все это великолепие своим детям.

Данное туристическо-оздоровительное учреждение предоставляет широкий спектр платных услуг. Имеет хорошо организованное питание в соответствии с правилами и требованиями, санитарными нормами. Обслуживающий персонал соблюдает свои обязанности, права в соответствии с должностными инструкциями.

В настоящее время сектор туристических услуг занимает ведущее положение. Его рассматривают как средство сохранения и укрепления здоровья – важнейшего ресурса для успешного развития общества. Спрос на услуги пансионатов, баз отдыха, туристическо-оздоровительных учреждений довольно постоянен и с каждым годом становится все популярнее. Поэтому сейчас легко планировать доходность туристическо-оздоровительного учреждения. Клиентами этих учреждений являются в основном городские жители.

По мнению специалистов, популярность такого отдыха связана с тем, что населению стали приедаться турецкие и египетские песчаные пляжи. Все больше людей хотят провести летний отдых активно и интересно. Однако в Беларуси эта ниша туристического бизнеса еще мало развита.

Озеро Заозерье в этом смысле более доступно, и по удаленности от основных потребителей, и по цене. Все желающие могут позволить себе провести выходные на озере. Оно является прекрасным местом отдыха, где представлены различные услуги туристического комплекса «Заозерье». Здесь каждый может найти себе отдых для души: охота, рыбная ловля, катание на лыжах, лошадях, туристические походы, оздоровление, плавание.

УСЛОВИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ

Коцюра А.В., 4-й курс

Научный руководитель – И.А. Черкасов, канд. филос. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

В современных условиях туризм стал одним из ведущих направлений социально-экономической деятельности большинства государств, мощным фактором социального развития, взаимодействия и взаимопонимания между народами и государствами мира, а туристическая индустрия – неотъемлемым элементом потребительских моделей и социального поведения значительной части населения.

Для предпринимательской деятельности в индустрии туризма характерна высокая степень конкуренции. Под конкуренцией понимается соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими или физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели.

Переход Беларуси к рыночной экономике в начале 90-х годов XX века вызвал исчезновение государственной монополии на туризм – начал развиваться свободный конкурентный рынок туристических услуг. Бурное создание новых туристических фирм привело к жесткой конкуренции на рынке.

Конкуренция среди туристических фирм в Республике Беларусь огромна. Каждый год на рынок туризма выходят все новые и новые фирмы, каждая со своими особенностями, преимуществами, новинками, видами обслуживания, своими наработками.

В ближайшие годы усилится тенденция концентрации туроператорского бизнеса. Особенно сильно это коснется производителей турпродукта на направлениях массового спроса: острая конкуренция и, как следствие, тотальный демпинг и низкая норма прибыли резко сократят число тех, кто хочет и может продолжать борьбу за выживание.

Реальная ситуация, сложившаяся в туристической индустрии, ставит перед менеджментом новые задачи: рационально планировать свою деятельность, поднять качество и конкурентоспособность услуг и фирмы, обеспечить эффективный сбыт услуг.

Под конкурентоспособностью понимают характеристику продукции, которая показывает ее отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение.

Главными задачами анализа конкурентоспособности являются:

– оценка и прогнозирование конкурентоспособности туристических услуг, предлагаемых фирмами;

- изучение факторов, воздействующих на уровень конкурентоспособности;
- разработка мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности.

Оценка конкурентоспособности основывается на исследовании потребностей покупателей и требований рынка.

При выборе конкурентной стратегии руководство ОДО «Вояжтур» исходит из своих возможностей обеспечения качества, а также из потребностей рынка. В настоящий момент цены на отдых за рубежом имеют тенденцию к медленному росту. В то же время цены на отдых внутри страны устойчиво растут для иностранных граждан. Это обусловлено тем, что развитию внутреннего туризма в последнее время уделяется значительное внимание, как со стороны государства, так и со стороны частных инвесторов. В то же время сформировался довольно широкий слой населения с высоким и, главное, стабильным доходом, нуждающийся в выездном туризме.

ОДО «Вояжтур» располагает всеми необходимыми слагаемыми для обеспечения высокого качества предоставляемых туристических услуг:

- в ОДО «Вояжтур» работают сотрудники с соответствующим образованием;
- фирма располагает хорошим оборудованием.

Приняв во внимание вышеперечисленные факторы, менеджеры ОДО «Вояжтур» избрали конкурентную стратегию, ориентированную на качество, надеясь со временем расширить диапазон конкуренции и прийти к стратегии, направленной на уникальность и лидерство по качеству оказания услуг. Отбор инвестиционных проектов производится в соответствии с избранной стратегией конкуренции.

Одним из важных направлений работы по повышению конкурентоспособности туристического предприятия является работа с персоналом. Персонал предприятий туристической индустрии, хотя и не принимает непосредственного участия в материальном производстве, однако оказывает содействие его осуществлению и образованию национального дохода страны. Поэтому проблема повышения конкурентоспособности персонала предприятий туристической индустрии является довольно актуальной и требует внимания. Отсюда высокие личные и профессиональные требования к персоналу туристической фирмы. К первой группе требований относятся личные характеристики. Большинству профессий туристической индустрии присущи естественная приветливость, творческий подход к выполнению обязанностей, быстрая реакция, отличная память, порядочность.

Ко второй группе относятся требования, которые касаются профессиональных знаний и умений, приобретенных в процессе обучения и трудового стажа, к которым относят: уровень квалификации, умение общаться, владение иностранными языками, производительность работы, трудовая дисциплина, качество работы.

Свойствами персонала, которые обеспечивают соответствующий уровень квалификации, есть эрудированность, профессиональная компетентность работников, знание, умение, привычки и др. Для персонала туристической фирмы несоответствие должности, которая занимается, приводит к ошибкам при осуществлении отдельных действий, манипуляций и операций, которая увеличивает время их выполнения (при организации трансферов, экскурсий, путешествий в пределах страны и за границей в туристическом бизнесе).

ОСОБЕННОСТИ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ОСНОВЕ ИСТОРИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ БЕЛАРУСИ

Крук С.И., 3-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

В современном мире люди все чаще стремятся покинуть крупные, шумные города, чтобы окунуться в покой и умиротворенность природы, обновить физические и моральные силы.

Минимальным набором ресурсов для экологического и познавательного туризма может обладать любая местность, но для его массового развития требуется определенная концентрация объектов культурного наследия, среди которых можно выделить: памятники археологии, культовую и гражданскую архитектуру, памятники ландшафтной архитектуры, малые и большие исторические города, сельские поселения, музеи, театры, выставочные залы и др. [1]. На фоне возобновляющегося интереса к культуре, истории и религии Беларуси, все более актуальным становится развитие таких видов туризма, где сочетались бы отдых, единение с природой и обогащение духовного потенциала. Одним из вариантов такого сочетания можно считать использование элементов экологического туризма с посещением памятников архитектуры.

Кроме того, сам культурно-экологический туризм, по определению А.В. Квартального, построен на туристическом интересе к взаимодействию природы и культуры, к природно-культурным памятникам, посещении природно-культурных ансамблей, участия в культурно-экологических программах [2].

Наташа К. Вард подразделяет существующие определения экотуризма на пассивные и активные. К числу первых она относит определение М. Майя: «Экотуризм координирует, помогает и стимулирует использование культурных и природных туристских ресурсов, признавая важность сохранения местного культурного наследия и природных ресурсов области (региона) для местного населения и будущих туристов» [3].

Примером «активного определения» может служить мнение Международного общества выживания: «Экотуризм поощряет главенство интересов местных жителей в туристском освоении территории, защищает местную флору и фауну и обеспечивает местных жителей экономическими стимулами сохранять окружающую среду».

В Беларуси насчитывается множество позабытых, не восстанавливаемых объектов древней архитектуры. Как вариант решения этой проблемы рассматривается привлечение внимания к исчезающим, разрушающимся уникальным образцам белорусской храмовой архитектуры в ходе реализации проекта экологического туризма «Хрупкая Беларусь».

Экологический туризм связан не только с посещением природных зон, отличающихся чистотой и девственностью природы. Как составная часть этого вида туризма рассматривается участие в экологических акциях, различного рода восстановительных и охранных мероприятиях. Активный отдых для части экологических туристов связывается с осуществлением полезной и конструктивной деятельности по восстановлению природных ландшафтов и водоемов, очистке лесных массивов и охране редких видов растений и животных. Архитектура, находящаяся в состоянии запустения и разрушения, как и природный мир, не способна себя защитить или восстановить. Лишь люди – ее творцы и разрушители, но также единственные ценители и хранители – могут активно повлиять на будущее уникальных архитектурных сооружений.

Целью проекта является привлечение туристов к активному участию в восстановлении и охране архитектурных памятников, находящихся в состоянии, близком к руинному. В задачи проекта также входит распространение информации о критическом состоянии некоторых архитектурных памятников (косвенно данная задача может повлиять на поиск инвесторов или меценатов), разработка мероприятий, связанных с активными экологическими акциями и начальными реставрационными работами в рамках экологического и археологического туризма.

В начальной фазе проекта нами рассматривается несколько интересных с точки зрения культурно-исторического наследия объектов, расположенных в Витебской и Могилевской областях Беларуси. Но основным объектом нашего проекта является монастырь Успения Пресвятой Богородицы.

Монастырь Успения Пресвятой Богородицы находится в двух километрах к югу от деревни Пустынки, на границе со Смоленской областью России, и в 7 км к северу от г. Мстиславля Могилевской области. Он был основан в 1380 году мстиславским князем Семеном (Лугвенном), сыном великого князя Ольгерда. Архитектурный ансамбль включает три храма: Свято-Успенский собор, церковь Рождества Пресвятой Богородицы, Свято-Покровскую церковь, а также колокольню, школу, каплицу, два хозяйственных строения и три жилых дома. Отличается стилевым разнообразием: барокко, классицизм, ретроспективно-русский стиль.

Согласно легенде, князь Лугвен сильно заболел и ослеп. Во сне ему явился старец с предложением: «Если желаешь вновь обрести зрение, иди в пустынь и умойся водой из криницы, тогда и получишь желаемое...». Умыв глаза, князь вернул зрение и в ветках липы увидел образ Божьей Матери. На этом месте князь основал монастырь. Благодаря щедрым пожертвованиям монастырь уже в XV веке обладал значительными владениями. В 1560 году во время Ливонской войны монастырь сильно пострадал и на долгое время пришел в упадок [4].

Внутреннее пространство храма разделено на 3 нефа мощными пилонами и поддерживающими арками между ними. Апсида выделена четырьмя колоннами на массивных постаментах. В толще алтарной стены по углам апсиды расположены две спиральные лестницы. Похожая лестница во фронтальной стене ведет на колокольню. В западной части расположены хоры. В 1869 году создан иконостас. Он содержал почитавшийся патриарший образ «Матерь Божья» в серебряной ризе [5].

Следует указать, что на данный момент завершены отделочные работы по реставрации колокольни, полностью восстановлено здание школы, где находится нерукотворный образ Христа и где монахи изучают богословие. Начались работы по восстановлению Троицкой церкви. Функционирует церковь Рождества Пресвятой Богородицы, а также купель рядом с ней.

Пустынский монастырь является объектом экскурсионного маршрута «Историко-культурное наследие Могилевского края». Монастырь часто посещается паломниками, многие из них привозят воду для освящения, а также набирают ее из святых источников. Уникальность данного объекта может являться предпосылкой для развития не только паломничества в монастырь, но и для таких видов религиозного туризма, как познавательный и научный.

Привлечение туристов к активному участию в восстановлении и охране архитектурного наследия, организация исследовательских экспедиций в целях изучения состояния архитектурных памятников с занесением их в официальный государственный реестр, распространение информации о критическом состоянии некоторых памятников, поиск и привлечение меценатов и инвесторов (включая государственные программы восстановления культурно-исторического наследия, а также поддержку со стороны внутренних и зарубежных религиозных иепархий), разработка мероприятий по проведению активных экологических акций и начальных реставрационных работ – основа для развития культурно-экологического туризма и восстановления историко-культурных объектов Беларуси.

1. Манильская декларация по туризму [Электронный ресурс] / – Режим доступа: http://www.businesspravo.ru/.../DocumShow_DocumID_33268.html. – Дата доступа: 17.03.2011.

2. Квартальнов, В.А. Туризм / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2002.

3. Монтанер Х. Монтехано. Структура туристического рынка / пер. с исп. – Смоленск: Изд-во СГУ, 1997.

4. Чантурия, В.А. История архитектуры Беларуси (дооктябрьский период) / В.А. Чантурия. – Минск: Высшая школа, 1985.

5. Климов, С.В. Пустынский хронограф / С.В. Климов. – Могилев: Майстар, 2008.

КОНФЛИКТЫ НА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ: ТИПОЛОГИЯ, МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ

Кушнерчук К.В., 5-й курс

Научный руководитель – В.М. Разуванов, заведующий кафедрой менеджмента туризма и гостеприимства

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры, Республика Беларусь

Конфликты в организации неизбежны, поскольку цели, ценности и потребности групп и отдельных людей не всегда совпадают. С самого начала изучения этого сложного психологического явления не утихают споры о том, что есть конфликт – благо или зло. Ряд ученых утверждает – благо, потому что он помогает выявить проблему и различные точки зрения на нее, способствует движению вперед через разрешение противоречий, дает возможность учиться на своих ошибках и впредь не допускать их. Сторонники другой точки зрения утверждают, что конфликт – зло, так как он ухудшает социально-психологический климат в организации, мешает выполнению персоналом своих функциональных обязанностей, влияют на самооценку человека и на имидж компании и т. д. Однако очевидно, что конфликт обладает как положительной, так и отрицательной сторонами, а понимание природы конфликта и обладание навыками их разрешения является неотъемлемой составляющей управленческого искусства [1].

Нами было проведено исследование, направленное на изучение причин конфликтных ситуаций и поведения сотрудников в процессе предоставления туристической услуги. Основными целями исследования являлось измерение удовлетворенности потребителей полученной услугой, в том числе качеством обслуживания и отношением специалистов, исследование структуры конфликтных ситуаций, причин их возникновения и формы проявления, а также выявления возможностей по совершенствованию организации туристического обслуживания.

Исследование проводилось в 2 этапа. На первом в результате серии интервью с потребителями были выявлены основные причины возникновения конфликтных ситуаций в туризме, на втором было проведено анкетирование.

Опрос был проведен на базе туристической компании «Ростинг». Были опрошены 6 сотрудников, 24 клиента фирмы, кроме того, анкетирование было проведено и среди клиентов конкурирующих предприятий. В итоге в исследовании приняло участие 40 респондентов.

Полученные данные представлены ниже в виде диаграммы.

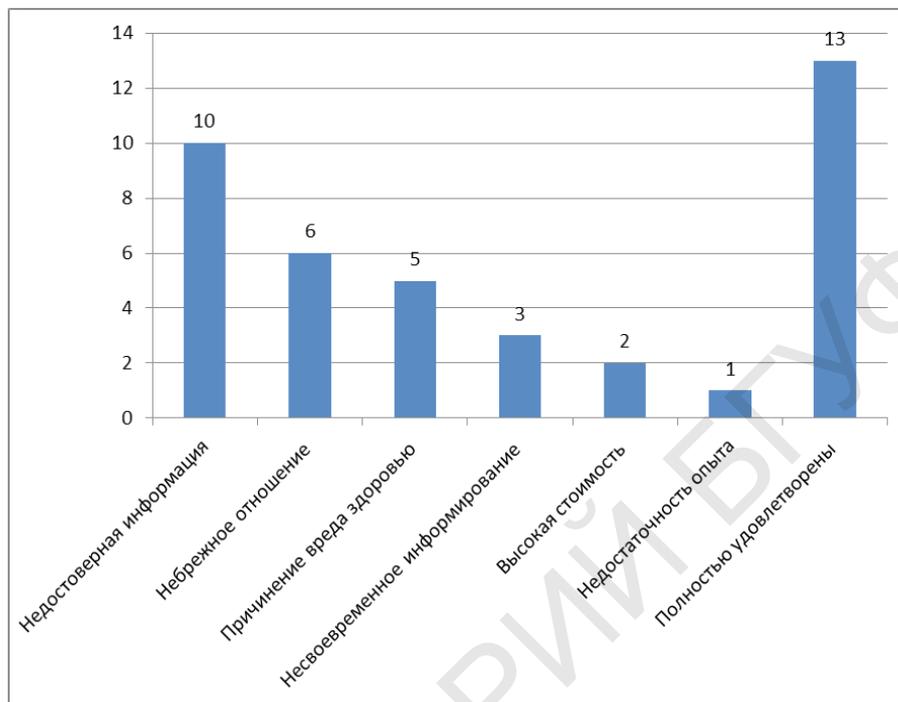


Рисунок – Структура причин конфликтных ситуаций в туризме

В результате исследования было выявлено, что главной причиной конфликтных ситуаций в сфере туризма является предоставление недостоверной информации туристам о приобретаемой услуге. Это может быть преднамеренная дезинформация клиента о свойствах услуги, которыми она в действительности не обладает, например, вид из окна, расстояние до моря, либо неинформирование клиента о недостатках, например, о приводящемся в отеле ремонте, отсутствии кондиционера или горячей воды. Из этого следует, что работники турфирм должны донести до отъезжающего всю информацию, необходимую для попадающего в чужую среду обитания человека.

На втором месте по итогам проведенного анкетирования находится небрежное отношение персонала к потребностям клиентов, недостаточная скорость оформления документов, неаккуратность, а также споры и пререкания с клиентом, навязывание потенциальному потребителю собственного, субъективного мнения. Однако следует отметить, что потребители могут серьезно отличаться друг от друга как по опыту потребления, индивидуальным интересам, так и по психотипу. Так, например, многим «активным» личностям по душе скорое обслуживание, однако офис турфирмы посещают и неопытные потребители, и такого клиента менеджер может оттолкнуть быстротой обслуживания, агрессией в общении и навязыванием личного мнения.

На третьем месте конфликты, которые возникают в связи с причинением вреда здоровью во время поездки. По большей степени эти конфликты связаны с боязнью получить травму, например, во время поездки в автобусе, которым управляет водитель, превышающий дозволённую скорость движения.

Трое участников анкетирования были недовольны несвоевременным информированием об изменениях в условиях обслуживания. Реже встречаются конфликты на фоне малоопытности персонала или высокой стоимости услуг. Для того чтобы гарантировать сообщение одной и той же информации всем клиентам в равном объёме, продажа любой туристской путёвки должна сопровождаться передачей туристу информационного листка, содержащего минимум достоверной информации, необходимой для совершения путешествия. При этом турист обязан в присутствии работников туристского агентства ознакомиться с содержанием информационного листка, в доказательство чего расписаться на экземпляре, остающемся у работников турфирмы. Эта процедура минимизирует риск возникновения конфликтной ситуации.

Компания ничего не выигрывает, если возложит всю работу по жалобам клиентов на менеджера по претензиям. Работа с жалобами и претензиями – это составная часть основного процесса продаж. Умение расторгнуть договор, предоставить ценовую скидку или найти иное компромиссное решение не менее важно, чем умение заключить выгодную сделку. Работа с клиентами требует постоянного обучения персонала. Изучение типологии клиентов, анализ конфликтных ситуаций, методов разрешения конфликтов, тщательно продуманные бланки договоров – все это должно быть в актуальном состоянии в компании.

Урегулирование жалоб потребителя – ключевой момент в деле сохранения фирмы. Если жалоба потребителей была серьёзной, то большинство из них уже не обратятся в компанию снова, но если эта жалоба была быстро урегулирована, то более половины из них вновь воспользуются услугами. Удовлетворение жалоб снижает отток клиентов.

Однако существует и такая категория потребителей, которые не жалуются, они не дают менеджерам шанса урегулировать возникшие у них недовольства. Такие клиенты сразу покидают компанию и более не возвращаются. Поэтому, когда клиент предъявляет претензии, жалуется, руководство компании должно реагировать на это весьма позитивно. Жалующийся клиент даёт администрации возможность решить проблему, повысить качество обслуживания и имидж компании. На письменные жалобы необходимо отвечать незамедлительно либо письмом, либо по телефону. Если формой ответа является письмо, необходимо выразить признательность за обращение, указать, что вы ознакомлены с содержанием жалобы, и перечислить, что будет предпринято, чтобы предотвратить повторение подобных случаев. Клиенту должно быть сообщено об итогах урегулирования жалобы. Однако наиболее эффективный путь урегулирования проблемы – с помощью телефона. Телефонный звонок позволяет лично пообщаться с клиентом и точно выяснить, что в действительности случилось, разрядить напряжённость, наладить личный контакт.

На наш взгляд, внедрение указанных рекомендаций позволит туристическим компаниям значительно повысить качество обслуживания и выйти на новый уровень.

1. Алиферов, Б.П. Социальные и гуманитарные науки / Б.П. Алиферов, Г.И. Маринко // Отечественная и зарубежная литература. Серия 2: Экономика. Реферативный журнал. – 1999.– № 1. – С. 91–95.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОБЛЕМ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Лазаревич А., 4-й курс

Научный руководитель – Т.Ю. Гайдаш, старший преподаватель
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

– А Вы бывали в Беларуси!?

– Нет, еще не приходилось бывать ...

– Ну что Вы?! Обязательно посетите эту замечательную страну
при первой же возможности!

Так каждому из нас, кто причастен к туристическому делу в нашей стране, хотелось бы слышать отзывы иностранных граждан, наших будущих туристов, о Беларуси. Для нас она всегда будет родным домом, неповторимым и приветливым богатым природным краем. Поэтому цель специалистов по туризму – разжечь у иностранных туристов интерес к нашей стране, привлечь их своим гостеприимством, культурой и туристическими ресурсами посредством различных информационных источников, а также создать такую внутреннюю инфраструктуру, которая будет отвечать европейскому уровню и запросам даже изыскательных интуристов.

Реализация данной цели возможна, если планомерно решать следующие задачи:

а) реконструкция и обновление гостиничного фонда республики, а также присвоение средствам размещения соответствующей классификации;

б) наладка системы контроля за состоянием природных территорий и объектов туристического показа, на которые существует туристический спрос;

в) развитие инфраструктуры обслуживания на туристических маршрутах и по стране в целом;

г) расширение придорожного сервиса, повышение его частоты на дорогах страны;

д) издание соответствующей законодательной базы, четкая координация функций тех или иных туристических организаций, конкретное распределение обязанностей между ними и контроль за исполнением со стороны государства.

Что касается модернизации и наращивания гостиничного фонда, то эта задача решаема при помощи выделения необходимых денежных ресурсов и привлечения инвестиций, учитывая такие детали, как сколько строить и где.

Контроль за состоянием природных территорий должен осуществляться локальными ведомствами и специализированными организациями по охране природы. Для этого следует привлекать молодежь, проводя специальные краеведческие мероприятия (походы выходного дня, посадку деревьев, поддержание природных туристических объектов в чистоте и порядке).

Слабая туристическая инфраструктура – одна из главных проблем, препятствующая полноценному выходу Беларуси на международный туристический рынок. Здесь требуется системный подход и коррекция функционирования транспорта и придорожного сервиса, торговой сети и даже образования. Поощрение малого бизнеса могло бы поспособствовать росту придорожных объектов, предоставляющих «транзитным» путешественникам определенный набор туристических услуг. Ведь большинство туристов – люди, которые посещают Беларусь с деловыми целями, а туристический интерес у них лишь вторичен. Поэтому организация придорожного обслуживания, а именно: быстрое и качественное питание в национальном духе, размещение при необходимости, доступность наличного и безналичного расчета за услуги, – формирует у посетителей хорошее впечатление и желание узнать о Беларуси больше.

Наиболее перспективным направлением, которому специалисты по туризму обещают в будущем еще большее развитие, является экологический туризм. Жителям больших и перенаселенных городов, уставшим от работы, суеты и каменных городских стен, рано или поздно хочется отдохнуть, вдохнуть свежего воздуха, хоть ненадолго вернуться к природе. Экологический туризм – это лучшее, что позволит человеку получить необходимую релаксацию, отвлечься, почерпнуть у природы новые силы, а также узнать много нового о тех или иных природных местах, флоре, фауне, традициях и культуре.

Стимулируя данное направление, можно повысить спрос как внутри страны, так и за ее пределами. Но для этого нужно четко разбить пригодные для экологического туризма районы на туристско-рекреационные места, мини-центры с собственной инфраструктурой и набором соответствующих услуг. В этих районах должно быть налажено транспортное сообщение, услуги питания и размещения различного класса, экскурсионное обслуживание и торговля. Вся система должна быть настолько тщательно спланирована, чтобы, находясь на экологическом маршруте, тропе, местечке, туристу не приходилось тратить много сил и времени на получение какой-либо интересующей его информации, удовлетворения своих потребностей. Нужно найти такую золотую середину, чтобы у туриста было одновременно как чувство «оторванности» от привычно-

го ему мира, уединенности с природой и гармонии, возможно, даже азарта, так и чувство полной безопасности, спокойствия и надежности.

Одним из атрибутов экологического туризма является привлечение местного населения к планированию, развитию и осуществлению экотуристической деятельности, которая способствует повышению его благосостояния. Поэтому для людей, проживающих в районах, где развивается экологический туризм, необходима мотивация, заинтересованность в привлечении каждого туриста. Общественное настроение должно быть таким, чтобы мы, жители Беларуси, хотели и могли встретить и развлечь иностранных гостей. Не просто оставить хорошее впечатление о стране и людях, а постараться гарантировать еще неоднократное посещение Беларуси иностранными гостями. Следует отметить, что большое количество инициативных граждан Беларуси занимается агротуризмом, имеет во владении усадебные участки и дома в привлекательных природно-рекреационных зонах. И, как показывает практика, предоставляя хорошую рекламу и реализуя туристам качественные услуги по приему, размещению, питанию, активному отдыху (например, организация тематических вечеров, праздников, рыбалки, охоты, бани и экскурсий), владельцы агроусадоб обеспечивают себе постоянно растущую и благодарную клиентскую базу.

В заключение хотелось бы подчеркнуть, что без помощи государства, проведения соответствующей политики в области туризма достичь хороших результатов и решить все поставленные задачи будет весьма не просто. Общество и государство должно осуществлять эту программу как единое целое, конкретно распределив обязанности и функции каждого. Нация должна быть заинтересована и способна поставить туризм в стране на тот высокий уровень, к которому мы так стремимся!

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ МАРКЕТИНГА ДЕСТИНАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА ПРИМЕРЕ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Лапковская М.А., 4-й курс

Научный руководитель – Донских С.В., канд. культурологии, доцент
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,
Республика Беларусь

Туристская дестинация является решающим элементом туристской системы. Сама дестинация и ее имидж привлекают туристов, мотивируют визит и активизируют всю туристскую систему. В условиях роста конкуренции между туристскими дестинациями субъекты туризма заинтересованы в использовании маркетинга дестинации как современного подхода к управлению туристским регионом, а также в разработке и осуществлении комплексной маркетин-

говой туристской стратегии, направленной на формирование привлекательного туристского имиджа региона [1].

В настоящее время маркетинг территории Гродненщины как туристской дестинации осуществляется в рамках Региональных программ развития туризма, разработанных Управлением физической культуры, спорта и туризма Гродненского облисполкома на 2006–2010 гг. и 2011–2015 гг.

Наибольший интерес с научной точки зрения вызывает Региональная программа на 2006–2010 г. Это связано как с ее завершением, так и с более благоприятными условиями финансирования программы. Последнее дает возможность ее объективной оценки без учета негативных инфляционных тенденций 2011 г. Для формирования привлекательного имиджа Гродненской области, согласно Региональной программе развития туризма на 2006–2010 г. в рамках маркетинговой стратегии были проведены мероприятия по следующим направлениям:

Первое направление – «Формирование единого туристско-информационного пространства»:

- открыты туристско-информационные центры в Гродно, Слониме и Новогрудке;

- оснащены туристской информацией информационные уголки на основных международных пунктах пропуска в Республику Беларусь через Гродненскую область;

- создан интернет-сайт по туризму Гродненской области (<http://tourgrodno.by/>);

- оснащены информационными щитами здания (вне зависимости от формы собственности) – памятники архитектуры с краткой информацией об объекте.

Однако оставляет желать лучшего обновление информации на интернет-сайте по туризму Гродненской области, а также полнота этой информации на иностранных языках. Также следует отметить, что информационные щиты на зданиях и памятниках в массе своей содержат неинформативные для туристов сведения о том, что тот или иной объект является памятником истории и культуры определенного века. Там нет информации об исторических событиях, известных людях или художественных стилях, с которыми связан тот или иной памятник. Помимо этого, информация дается исключительно на русском и/или белорусском языках.

Второе направление – «Подготовка, издание рекламно-информационных материалов о туристских возможностях региона»:

- изготовлены и установлены рекламно-информационные щиты об основных историко-культурных объектах и объектах туристской инфраструктуры вдоль автомагистралей (за 2010 год 18 знаков на трассах республиканского значения, 5 – на трассах местного значения и 16 рекламно-информационных щитов туристской тематики);

- подготовлен, издан и переиздан рекламно-информационный материал о туристских возможностях Гродненской области, городов и районов, туристских зон (в 2010 году управлением по туризму переиздана рекламная продукция на

сумму 160,0 млн. рублей (русский, польский языки) общим тиражом 27,0 тыс. экземпляров, изданы диски по Гродненщине на 3-х языках на сумму 60,0 млн. рублей), изготовлен путеводитель по Августовскому каналу;

– опубликованы в средствах массовой информации материалы о туристском потенциале Гродненской области, проводимых мероприятиях по туризму.

В целом реализацию второго направления маркетинговой стратегии можно признать более успешной. Однако за исключением серии публикации в печатных СМИ Израиля в 2010 г., все остальные публикации вышли на русском или белорусском языках в региональных СМИ, и их влияние на продвижение регионального туристического продукта оказалось низким.

Третье направление – «Выставочная деятельность»:

– участие в международных туристических выставках отдельным стендом по туризму в 2008 г. – г. Брно (Чешская Республика), г. Белосток и г. Варшава (Республика Польша), г. Минск; в 2009 г. – г. Белосток, г. Варшава (Республика Польша), г. Вильнюс (Литовская Республика), г. Минск; в 2010 г. – г. Белосток, г. Варшава (2), г. Познань (Республика Польша), г. Киев (Украина), г. Минск (2);

– проведены в г. Гродно ежегодные туристские ярмарки: «Лето-2008», «Лето-2009», «Лето-2010»;

– это традиционная для Республики Беларусь форма маркетинга дестинации, эффективность которой периодически ставится под сомнение, особенно в свете возрастающего значения интернет-источников;

Четвертое направление – «Связи с общественностью»:

– обеспечена в СМИ пропаганда вопросов развития туризма в городах и районах и размещен информационный материал по имеющемуся туристскому сервису, услугам и проводимым культурным мероприятиям;

– выпущен областной, городской и районные календари по проводимым культурно-массовым и физкультурно-спортивным мероприятиям;

– организовано ежегодное культурно-массовое традиционное мероприятие «Замок Гедимины» в г. Лида.

Однако проведение вышеперечисленных мероприятий должно носить системный и непрерывный характер и осуществляться в комплексе с другими программами социально-экономического развития территории. Для успешного маркетинга туристского региона считаем необходимым на базе городского координационного Совета по туризму внедрить модель частно-государственного партнерства, которая предполагает следующее распределение ролей:

1. Роль бизнеса (туристических предприятий):

– объединение в профессиональную отраслевую организацию и наличие единой стратегии развития отрасли;

– софинансирование продвижения отрасли всеми участниками организации на паритетной или пропорциональной основе: те, кто не платит, не участвуют в программе;

– обеспечение организации профессиональными активными кадровыми ресурсами.

2. Роль государства (совета по туризму):

- согласование маркетинговой туристской стратегии региона с государственными программами развития;
- оказание административной поддержки деятельности отраслевых организаций, проводимых мероприятий и программ;
- софинансирование продвижения отрасли путем прямого финансирования в объеме не менее 30–35 % от общего бюджета;
- представление отрасли на высшем государственном региональном уровне.

Кроме предложенной модели партнерства, для формирования, продвижения и позитивного развития привлекательного для туризма образа Гродненской области считаем необходимым провести следующие мероприятия:

- провести маркетинговые исследования для точного определения целевых рынков для создания полноценного регионального туристского бренда;
- публиковать в специализированных и зарубежных средствах массовой информации материал о туристском потенциале Гродненской области, проводимых мероприятиях по туризму;
- организовывать ознакомительные туры по Гродненской области для представителей отечественных и зарубежных СМИ;
- разработать и внедрить межрегиональные маршруты для повышения эффективности внутреннего туризма.

Таким образом, маркетинг туристских территорий может быть осуществлен только при условии объединения ресурсов органов государственной власти и бизнеса (модель частно-государственного партнерства), а также при разработке и осуществлении комплексной маркетинговой туристской стратегии, направленной на формирование привлекательного туристского имиджа региона.

1. Тарасенок, А.И. Маркетинг туристических дестинаций / А.И. Тарасенок. – Минск.: БГЭУ, 2011.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПЕШЕХОДНЫХ ЗОН В РАМКАХ ГОРОДСКОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА МИНСКА)

Ласковец В.А., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Пешеходные зоны (в современном понимании этого термина) впервые стали устраиваться с 1950-х гг. в Западной Европе. Первым примером принято считать 600-метровую пешеходную зону в Роттердаме (арх. Я. Бакема, И. ван Брук), связавшую центр города с районом вокзала.

Потребность в появлении пешеходных зон была вызвана новым для Европы явлением – массовым туризмом и необходимостью развития этого оказавшегося чрезвычайно выгодным бизнеса. Перенасыщенные транспортом узкие улочки и небольшие площади старинных городов препятствовали развитию туризма и росту его доходности. Поэтому старые центры исторических городов (особенно средневековых) стали интенсивно освобождаться от транспорта и максимально возможным образом преобразовываться в пешеходные зоны. После этого тема пешеходных зон оказалась приложима и к районам новостроек – пешеходные зоны здесь также оказались выгодными для бизнеса, хотя они и были лишены туристической компоненты. Муниципальные интересы также выигрывали при этом [1].

Наиболее известными пешеходными зонами в Европе являются: Арбат и Камергерский переулок в Москве; Малая Садовая и Малая Конюшенная улицы в Санкт-Петербурге; а также пешеходные зоны в Копенгагене, Праге, Мадриде, Париже, Берлине, Мюнхене, Венеции, Падуе, Вероне, Риме, Пизе, Кракове и множество других.

Во многих крупных городах также Беларуси существуют пешеходные зоны, которые являются излюбленным местом отдыха для местных жителей и туристов. Наиболее крупными являются: пешеходная зона в городе Бресте – ул. Советская, пешеходные зоны в городе Гродно, Витебске, Могилеве.

Минск является столицей нашего государства. На его территории располагается множество объектов, интересных для посещения туристам. Однако из мировой практики известно, что туристы всех стран просто обожают пешеходные зоны. В городе существует прекрасная историческая и очень красивая зона, которая в дальнейшем смогла бы стать визитной карточкой и замечательным местом отдыха жителей нашей столицы.

По замыслу генерального плана развития Минска пешеходные зоны откроются в историческом центре столицы – Верхнем городе – к 2013 году. Реализация программы реконструкции, реставрации и восстановления исторического центра столицы началась в 2004 году. Ее цель – создание единого архитектурного комплекса этой части Минска. КУП «Минская спадчына» создано решением Мингорисполкома в феврале 2004 года для обеспечения комплексного подхода по реконструкции, реставрации, воссозданию, эксплуатации и сооружению зданий исторической части Минска – квартала «Верхний город», Троицкого и Раковского предместья, Замчища. В границах его территории расположено более 200 зданий и сооружений.

К настоящему времени на улице Революционной в городе Минске территория освобождается от движения транспорта полностью (тогда необходимо решить проблемы транспортной загрузки объектов пешеходной зоны со стороны прилегающих улиц) или частично (в этом случае загрузка объектов торговли и обслуживания может быть произведена в ночные часы). При этом оставляется возможность проезда в любое время пожарных машин, машин скорой помощи, милиции и т. п.

Производится реставрация, реконструкция застройки, вынос объектов с функциями, не соответствующими пешеходной зоне. Приспосабливаются помещения, особенно в уровнях первого этажа, приближенных к человеку, активно осваиваются ранее малоиспользуемые подвалы для размещения:

1) специализированных учреждений торговли (прежде всего, сувенирной продукции);

2) заведений общественного питания (ресторанов, кафе, баров), причем чаще всего «тематических», экзотических, порой даже уникальных;

3) учреждений обслуживания (в значительной степени с туристическим уклоном, например, мастерские, где любой желающий мог бы поработать на старинных инструментах или оборудовании, скажем, выполнить прядение на прялке);

4) зрелищных учреждений (относительно небольших – кабаре, варьете и др.);

5) небольших музеев, выставочных залов и др.

Одним из главных принципов создания пешеходной зоны в конкретном месте является необходимость «выжать» из данной местности максимум возможностей (историко-культурный потенциал, дифференциальную ренту, «пиар» и т. д.) с «нажимом» на уникальность, экзотичность, неповторимость данной территории.

В городе Минске существуют и другие чудесные зоны, которые впоследствии могут стать пешеходными и отличным местом отдыха горожан и приезжих туристов. На наш взгляд, такими улицами являются: улица Карла Маркса, а также зона, которая находится за ТЦ «Торговый дом на Немиге», улица Торговая, Кирилла и Мефодия, Герцена, переулок Музыкальный и площадь Свободы.

Мы предлагаем разместить на этих территориях:

1) торгово-пешеходную зону, которая будет связана между двумя или несколькими социально значимыми (уникальными) объектами массового систематического посещения исторического, культурного, торгового, бытового, зрелищно-развлекательного или многофункционального характера;

2) социально-значимые объекты с системой мелких сопутствующих объектов (истории, культуры, торговли, общественного питания и бытового обслуживания), представляющих посетителям торгово-пешеходной зоны возможность выбора видов, форм и уровня дополнительного обслуживания;

3) определить подзоны активности в зависимости от интересов различных слоев населения, их возрастного и имущественного ценза, времени года и суток.

Кроме того, следует четко разделить территорию торгово-пешеходной зоны на пешеходную и транспортную составляющую с целью обеспечения максимальной безопасности пешеходного движения, удобного подъезда пассажирского, грузового и индивидуального транспорта и достаточного количества

мест хранения последнего (открытого и закрытого типов). Далее неминуем последовательный вынос с территории формируемой торгово-пешеходной зоны несвойственных ей диссонирующих объектов или их диверсификация в соответствии с главной функцией торгово-пешеходной зоны.

Для формирования выразительного образно-индивидуального архитектурного ансамбля торгово-пешеходной зоны, отвечающего ее статусу, специфике конкретных климатических и градостроительных условий территории и акцентирующего торгово-пешеходную зону в структуре центра, следует создать на территории формируемой торгово-пешеходной зоны высокого эксклюзивного уровня благоустройства в части тротуарного покрытия, декоративного озеленения, обводнения, освещения, монументального искусства, рекламы и малых архитектурных форм.

В итоге, на наш взгляд, в Минске будет создана мощная зона притяжения, как для туристов и приезжих, так и для самих горожан, причем люди будут посещать пешеходные зоны не столько для того, чтобы быстро «отвариться» и уйти, сколько для того, чтобы полноценно провести досуг и получить максимум удовольствий и общения. Одновременно, создаваемая зона преобразует прежде запущенные территории, комплексно решая их многочисленные проблемы (инфраструктуру, техническое состояние фондов, благоустройство и т. д.). Она повысит их привлекательность и престижность для жителей, арендаторов, собственников, инвесторов, инициирует создание новых рабочих мест, требуемых как для создания пешеходной зоны, так и для последующей эксплуатации этой зоны и находящихся на ней многочисленных объектах.

Однако проживание в пешеходной зоне неминуемо создаст для жителей определенные неудобства – многолюдность, шум и т. п. Поэтому жилые дома, которые нельзя изолировать или защитить от вышеназванных неудобств, можно преобразовать в небольшие, иногда даже семейные (содержащиеся одной семьей) гостиницы, апартамент-отели, меблированные комнаты и т. п.

Необходимым качественным условием для создаваемой пешеходной зоны в Минске является ее информационная насыщенность. Здесь имеются в виду архитектурный декор, аудио- и видеореклама, события, объекты, притягательные для посетителей пешеходной зоны, и т. д., что позволит сделать ее демократичной.

1. Пешеходная зона [Электронный ресурс] / Город Уфа. – Режим доступа: <http://www.gorodufa.ru>. – Дата доступа: 10.03.2012.

2. Торгово-пешеходная зона [Электронный ресурс] / Городская архитектура. – Режим доступа: <http://www.moyby.com/news>. – Дата доступа: 10.03.2012.

АРХИТЕКТУРНЫЕ ПАМЯТНИКИ МОГИЛЕВА КАК ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

Леоненко А.Н., 1-й курс

Научный руководитель – М.А. Нагорный, канд. геол.-минерал. наук,
доцент

Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Могилев всегда являлся одним из самых высокоразвитых городов на территории современной Беларуси. Он часто посещался как российскими, так и европейскими коронованными особами (Екатерина II, Николай II, Иосиф II). За свое долгое существование Могилев перенес немало разрушений и пожаров. Много строений было сожжено в 1708 г. В то время Россия вела войну со Швецией, именовавшуюся Северной войной. В марте-июле 1708 г. в городе находились русские войска, которые желали получить от города как можно больше провизии, оружия и подвод. В июле 1708 г. Могилев был занят шведскими войсками, которые тоже получали от города провиант. После ухода шведов российский царь Петр I приказал выжечь город. В результате было сожжено 1700 домов и почти все церкви и костелы. Несмотря на разрушительный пожар 1708 г., в Могилеве сохранились архитектурные памятники XVII–XVIII вв.

Могилев развивался вокруг укрепленного замка, который являлся центром планировки города и к нему сходились улицы. Таким образом, получалась радиально-кольцевая структура. Могилевский замок был заложен около 1267 г. и располагался на высокой горе, окруженный реками Днепр и его притоком Дубровенкой, имел укрепления. К сожалению, описания замка не сохранилось, но известно, что для ведения оборонительных действий было построено три линии обороны. В 1526 г. был возведен новый замок, который был полностью построен из дерева. Замок имел мощные укрепления и два подземных хода. Один шел в сторону Дубровенки, другой – Днепра. Предполагается, что в 1706 г. в замке находилась взятая в плен служанка мариебургского пастора Марта Скавронская, будущая императрица Екатерина I.

В 1633 г. замок по неизвестной причине почти целиком сгорел. До середины XVII в. замок служил оборонительным пунктом, позже стал административно-хозяйственным центром Могилевской королевской экономии. Чуть дальше замка, за Дубровенкой, на ул. Быховской, в XVII в. была построена кирпичная Крестовоздвиженская церковь. Заложена она была сначала как каменный одноэтажный дом, который в XIX в. был перестроен под церковь. Стены церкви украшали фрески, на которых были изображены растительные узоры на белорусский мотив, но они не сохранились, а вот церковь – да, сегодня это крестильный храм при Крестовоздвиженском соборе.

А теперь пройдем на Торговую площадь, находящуюся сразу за замком. Она являлась центром хозяйственной жизни города. Здесь стояли лавки зажиточных купцов, ремесленников и скупщиков. В центре площади находился позорный столб, возле которого били плетью или казнили провинившихся горожан. А в 1679–1698 гг. на площади возвели каменную ратушу. Возводилась она местными мастерами Феской и Афанасом, имела восьмигранную башню, высота которой вместе со шпилем составляла 46 м. Здание было крыто черепицей, окна имели оловянные рамы, а на башне были установлены часы. На первом этаже ратуши были сени, большой зал, канцелярия и магистрат. В подвале находилась казна, склады, тюрьма и комната сторожа. Парадные помещения находились в корпусе башни. Их украшали иконы и портреты королей. Ратушу считают лучшим произведением гражданской архитектуры XVII в. Сейчас в ратуше располагается Музей истории города Могилева.

Двигаемся дальше от Торговой площади на улицу Ветряную (Ленинскую), которая являлась главной улицей города. Здесь была до 1708 г. деревянная Спасо-Преображенская церковь. Позже, в 1762 г., ее построили из камня. Строительство церкви велось благодаря епископу Георгию Конисскому. По распоряжению епископа на куполе более полувека был установлен не крест, а сделанный из меди позолоченный образ Архангела Гавриила с мечом в правой руке. Церковь являлась примером виленского барокко. После Второй мировой войны она была уничтожена. В 1762–1785 гг. на территории Спасского монастыря был построен архиерейский дворец (резиденция архиепископа Конисского), который сохранился до наших дней. Архитектурный стиль дворца сочетает в себе элементы барокко и раннего классицизма. В советское время здание использовалось как жилой дом, сейчас оно принадлежит Могилевско-Мстиславской епархии.

На ул. Ветряной можно увидеть сохранившееся здание постройки XVII–XVIII вв. (точная дата строительства неизвестна). Дом имеет большой подвал. Здание принадлежало купцу Оношко. Сегодня оно используется в качестве музея им. Бялыницкого-Бирули. Постройка является памятником архитектурного стиля барокко. Далее от ул. Ленинской переместимся к пойме Днепра, возле которой находится участок, именуемый в народе Подником. Здесь сохранился единственный в Восточной Беларуси комплекс Никольской церкви, построенной в стиле белорусского барокко. Первоначально церковь была деревянной. Каменная была построена в 1672 г. Интерьер церкви украшали уникальные фрески XVII в., но в середине XX в. они были уничтожены. Особенно привлекает внимание четырехъярусный иконостас с позолотой, выполненный в XVII в. (сейчас полностью отреставрирован). Церковь действующая, и ее предложено внести в список ЮНЕСКО ценных сооружений в стиле барокко. Возвращаемся на ул. Ленинскую, а с нее – на ул. Комсомольскую. Здесь находится сохранившийся Станиславовский костел. В 1604 г. здесь был построен каменный фарный костел Св. Казимира, позже – деревянный кармелитский костел с монастырем. В 1708 г. во время большого пожара все сгорело, но в 1730-х гг. было заново отстроено.

Существует легенда о строительстве костела. В 1733 г. в город стал приезжать шляхтич Зенкович из Любужа. Он бил и грабил православных мещан. Горожане решили проучить обидчика. Спасаясь от них, он спрятался в костеле. Мещане ворвались туда и убили Зенковича. Слухи о происшествии дошли до короля Яна Собеского, который в наказание за убийство велел горожанам построить новое строение из кирпича от своих домов и печей. Новый костел 1752 г. получил название Успения Богородицы, а позже – Станиславовский (по имени нового епископа). Интерьер костела выполнен в стиле барокко. Костел сохранился, и здесь находится один из наиболее полных в Беларуси евангельских циклов росписи (выполнены во второй половине XVIII в.). Предполагается, что под стенами костела находится подземный ход. На ул. Первомайской (Шкловской) на месте сегодняшнего музея этнографии находился костел Св. Ксаверия (в XIX в. был реконструирован и открыт как Воскресенская церковь). Первоначально, в 1686 г., костел был деревянный, а каменный возвели в 1725 г. При нем существовало каменное двухэтажное здание коллегиума. Костел являлся представителем барокко. Почти напротив строения находилась возведенная в 1636 г. каменная Богоявленская церковь. Она была крыта жостью и украшена позолоченным куполом. Интерьер церкви тоже был богато отделан, стены украшала роспись. Особое восхищение вызывал деревянный четырехъярусный позолоченный иконостас. Иконы имели серебряные оклады. Церковь являлась памятником белорусского барокко. К сожалению, до наших дней она не сохранилась...

Несмотря на то, что многие архитектурные памятники были уничтожены в результате борьбы Советской власти с религией, все же в Могилеве сохранились, пусть и немногие, памятники XVII–XVIII веков, которые являются не только культурно-историческим наследием, но туристическим потенциалом города.

ПРОЦЕСС И ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ «РАЙСКИЙ УГОЛОК»

Максимов К.В., Неманков А.И., Засадыч Е.В., 3-й курс

Научный руководитель – Х.Х. Лавинский, д-р мед. наук, профессор
Белорусский государственный технологический университет,
Республика Беларусь

За последние 15 лет количество поездок с целью оздоровления увеличилось в мире на 10 %. В системе общемировых курортно-туристических отношений лечебно-оздоровительный туризм занимает особое место. Однако, исследовав некоторые показатели, можно сделать вывод, что этот вид туризма имеет менее 1 % в общемировом туристском обороте, а в структуре доходов – не более 5 %, т. е. это наиболее не денежнoемкая отрасль туризма. Объектом

нашего изучения стал процесс организации лечебно-оздоровительного учреждения. С целью более точного и всестороннего анализа этого явления в работе были поставлены следующие задачи:

1. Предпринять попытку создания (в теории), лечебно-оздоровительного учреждения «Райский уголок».

2. Получить сведения о санитарно-гигиенической, физико-климатической и эпидемиологической обстановке выбранной местности.

3. Собрать необходимый пакет документов для организации и успешного функционирования лечебно-оздоровительного учреждения «Райский уголок»

4. Изучить процесс создания материально-технической базы для организации лечебно-оздоровительной деятельности.

Разработка лечебно-оздоровительного учреждения «Райский уголок» включала в себя следующие этапы:

1) Привязка к местности

Лечебно-оздоровительное учреждение «Райский уголок» будет располагаться в Минской области, Пуховичском районе, в 6 км от города Марьины Горка, в лесном массиве, вблизи озера Михайловское.

2) Физико-климатическое описание местности

Температура в январе в среднем составляет $-6,9^{\circ}\text{C}$, с абсолютным минимумом $-16,3^{\circ}\text{C}$ (1987) и максимумом $+0,3^{\circ}\text{C}$ (1989); в июле средний показатель $+17,7^{\circ}\text{C}$, от $+14,2^{\circ}\text{C}$ (1979) до $+22^{\circ}\text{C}$ (1936). Ежегодное количество осадков 631 мм – средний показатель для страны. Вегетационный период составляет 188 суток. Изучив данные показатели, можно сделать вывод, что климатические условия способствуют организации в выбранной местности сезонного (летнего) отдыха.

Лечебно-оздоровительное учреждение «Райский уголок» расположено в 400 метрах от озера Михайловское, на берегу которого созданы все условия для качественного отдыха. Также в данном районе протекает река Титовка шириной 20–40 м. На реке создано водохранилище – Марьины Горка.

3) Описание категорий отдыхающих людей (сегментация рынка). Продолжительность оздоровления

Лечебно-оздоровительное учреждение «Райский уголок» предлагает отдых для людей от 18 до 60 лет. Опираясь на климатические характеристики данной местности наиболее целесообразно организовывать лечебную деятельность в летний период.

4) Санитарно-гигиеническое и санитарно-эпидемиологическое состояние Пуховичского района

Изучение санитарно-гигиенического и санитарно-эпидемиологического состояния района проходило по следующим показателям:

- бактериальные и вирусные кишечные инфекции;
- бактериальные инфекции дыхательных путей;
- вирусные респираторные инфекции;
- кровяные и инвазивные инфекции;

- паразитарная заболеваемость;
- кожные и венерические заболевания;
- рабическая инфекция.

Исследования показали, что данная территория может использоваться для организации лечебно-оздоровительной деятельности.

5) Водоснабжение

Лечебно-оздоровительное учреждение «Райский уголок» будет подключено к системе водоснабжения населенного пункта «Загай», который в свою очередь связан с системой водоснабжения г. Марьина Горка. Для водоснабжения г. Марьина Горка используются бывшие ведомственные артезианские скважины, качество питьевой воды соответствует нормам.

Нами также проводились исследования по следующим разделам:

- 6) Окружающая среда. Гигиена атмосферного воздуха
- 7) Гигиена почвы и благоустройство населенных мест
- 8) Гигиена водных объектов
- 9) Гигиена физических факторов
- 10) Радиационная гигиена

Основные выводы по этим разделам:

1. Основными источниками загрязнения атмосферного воздуха являются автомобильный и железнодорожный транспорт, групповые котельные населенных пунктов и котельные предприятий, организаций и учреждений, ТЭЦ-5.

2. В целях повышения санитарно-эпидемического благополучия населения района требуется дальнейшее совершенствование инженерной инфраструктуры населенных пунктов, их комплексное благоустройство.

3. Санитарные характеристики озера Михайловское позволяют организовывать водные процедуры.

4. Источником электромагнитных полей в г. Марьина Горка является трансформаторная станция РЭС и предприятия мобильной телефонной связи стандарта GSM-900/1800, а также сооружения радиосвязи войсковой части. Эти объекты обеспечены санитарными паспортами, зарегистрированы, размещены в соответствии с санитарными нормами.

5. Объектов, использующих открытые или закрытые источники ионизирующего излучения, в районе нет. Территории, загрязненные радионуклидами в результате аварии на ЧАЭС, в Пуховичском районе также отсутствуют.

На основании вышеизложенного, можно говорить о том, что данная территория подходит для размещения лечебно-оздоровительного учреждения «Райский уголок».

11) Инфраструктура

Лечебно-оздоровительное учреждение «Райский уголок» представляет собой полифункциональное трехэтажное здание. На первом этаже здания располагается: 1) приемное отделение; 2) бухгалтерия; 3) приемная врача-терапевта; 4) гостиная; 5) столовая. На втором этаже – жилые комнаты, оборудованные

санузлами. На третьем: 1) комната для массажа; 2) комната для фитотерапии; 3) комната для ароматерапии; 4) комната для музыкотерапии.

12) Питание

Столовая расположена в главном здании на 1 этаже.

График питания:

Завтрак: 08:30–09:30

Второй завтрак: 11:00–11:30

Обед: 13:30–14:00

Полдник: 16:00–16:30

Ужин: 18:30–19:00

Второй ужин (кефир): 21:00–21:30

Подбор диет в индивидуальном порядке осуществляет врач-диетолог.

Список работников туристическо-оздоровительного учреждения «Райский уголок»:

Директор, заместитель директора, юрист, бухгалтер, секретарь, менеджер, электрик, врач-терапевт, врач-диетолог, фитотерапевт, врач-физиолог, инструктор по плаванию, специалист по ароматерапии, врач-массажист, шеф-повар, повара (4 человека), официанты (4 человека), уборщицы (2 человека), сантехник, охранники (3 человека).

Виды предлагаемого лечения: ароматерапия, фитотерапия, игло-, электро- и точечный массаж, гелиотерапия, ландшафтотерапия, музыкотерапия, хроно-терапия.

Итак, процесс разработки лечебно-оздоровительного учреждения «Райский уголок» требует тщательного изучения множества моментов: начиная от физико-климатического и санитарно-гигиенического описания местности, заканчивая вопросами размещения и питания туристов. Также, на наш взгляд, большое внимание требуется уделить безопасности отдыхающих, чтобы путешествие с целью оздоровления действительно являлось таковым.

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ БЕЛАРУСИ И ФИНЛЯНДИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ СОТРУДНИЧЕСТВА

Максимчик И.А., 4-й курс

Научный руководитель – Н.Б. Журавлева, канд. ист. наук, доцент
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,
Республика Беларусь

Процесс расширения контактов между странами и народами, обусловленный многоуровневыми интеграционными процессами, способствует беспрецедентному росту туристических потоков. В современном мире туризм является

одной из ведущих отраслей мировой экономики. Беларусь, молодое, динамично развивающееся государство, еще не в полной мере использует свой богатый туристический потенциал. Именно поэтому изучение опыта других стран в этой сфере представляется весьма продуктивным и полезным. Одной из таких стран, безусловно, является Финляндия, которую принято считать периферийным районом международного туризма.

Однако за последние десятилетия эта страна сделала огромный скачок в туристической индустрии, развитию которой способствует отличная экология, большое количество лесных и водных ресурсов, прекрасные возможности для горнолыжных курортов, хорошая инфраструктура и повсеместные, очень живописные места для спокойного отдыха. Сегодня, когда все туристические маршруты уже изъезжены, а пляжные курорты заполнены туристами из разных концов света, многие потенциальные путешественники обращают свой взгляд на соседние финские курорты, где прекрасные озера манят своей первозданной чистотой.

Кроме того, возрастанию роли этой страны в системе международного туризма способствовали быстрое развитие транспорта и увеличение продолжительности отпусков. Приток туристов в эту страну возрастал очень быстро: в 1950 г. – 66 000, в 1960 г. – 500 000, в 1970 г. – около 3 млн. человек [1, с. 272]. По данным Департамента статистики Финляндии, летом 2009 г. в стране побывали 3,4 миллиона туристов, что на 2 % меньше аналогичных показателей предыдущего года. В мае-октябре 2011 года страну посетило 4,3 млн. туристов, что на 19 % больше, чем за аналогичный период 2010 года.

Туристическими преимуществами Финляндии являются общепризнанные безопасность и стабильность общества, экологически чистая природа, малая плотность населения, возможности для активных видов туризма, развитая сеть высококачественного туристического сервиса [2].

Однако при всем разнообразии туристических ресурсов на сегодняшний день, к сожалению, нельзя сказать, что Финляндия и Беларусь активно сотрудничают в этой сфере и пользуются большой популярностью друг у друга. Беларусь для финнов пока малоизвестная страна, и поток белорусских туристов в Финляндию в настоящее время невелик. Из-за недостаточной информации о нашей стране финны несколько настороженно относятся к Беларуси. Поэтому обычных путешественников из Финляндии в нашей стране не много, исключение составляет лишь деловой туризм, представленный финскими бизнесменами. И это при том, что относительно небольшая отдаленность наших двух государств является большим преимуществом. Однако в последнее время вопрос сотрудничества в сфере туризма между нашими двумя странами начинает конструктивно решаться.

Важный шаг в этом направлении был предпринят в июне 2011 года, когда Минск посетила делегация представителей туристического бизнеса Финляндии. В роли принимающей стороны в Беларуси выступила компания «Белинтурист».

Гости прибыли в белорусскую столицу рейсом «Белавиа» Хельсинки – Минск, открытие которого состоялось 1 июня 2011 года. В ходе этого визита белорусские коллеги представили туристические возможности нашей страны. Особое внимание было уделено санаториям и базам отдыха, а также национальным паркам и биосферным заповедникам. Гости из Финляндии интересовались особенностями развития активного отдыха в Беларуси, в частности, охотой и рыбалкой.

Все представители делегации были в Беларуси впервые, и многих поразила схожесть условий, в которых развивается внутренний туризм двух стран, основанный на природе и активном отдыхе. У нас так же, как и у них, ярко выражена сезонность, много рек и озер, только климат мягче. Так же, как и в Беларуси, многообразие пейзажей и уникальные природные явления позволяют именно природу считать главным туристским ресурсом Финляндии.

В обеих странах есть все условия и для развития познавательного туризма. В Финляндии насчитывается более 300 музеев. Финны с удовольствием знакомят своих гостей с местными традициями и обычаями. И в этом наши народы тоже похожи. По завершении визита участники обменялись контактами в надежде на дальнейшее сотрудничество на взаимовыгодных условиях [3].

Беларуси, прежде всего, будет полезно познакомиться с опытом Финляндии в организации хорошо развитой туристической инфраструктуры, которая предлагает широкий спектр услуг и развлечений в зимнее время. Это сочетание высокого уровня сервиса и здоровой экологии. Сфера сервиса очень хорошо развита: в ней занято 67 % всего населения Финляндии. В целом же в мировом масштабе туристская сфера сегодня создает рабочие места около 240 миллионам человек, и на ее долю приходится порядка 10 % мирового ВВП. Характеризуя нынешнее состояние белорусского туризма, необходимо отметить, что, несмотря на положительную динамику прибытий туристов в Беларусь, доля страны в общерегиональном обмене не превышает 0,1 % от уровня стран Восточной Европы.

Сходство Беларуси и Финляндии проявляется в оказании большого внимания развитию активного вида туризма. Финны – спортивный народ, и страна много делает для развития здорового образа жизни, вкладывая средства в строительство спортивных комплексов и сооружений по всей стране, что тоже дает положительные результаты.

Активное развитие сферы услуг – стратегическая задача развития Беларуси на современном этапе, так как по сравнению с Финляндией Беларусь пока отстает в этой сфере туризма. В целом такое отставание характеризуется рядом специфических особенностей:

- весь предшествующий период до 1990 г. Республика Беларусь не имела самостоятельного выхода на туристический рынок, отсутствовал и конкурентоспособный национальный туристский продукт;

- деловые контакты с международными и национальными зарубежными туристскими организациями были минимальными;

– практически отсутствовали учебные заведения по подготовке туристских кадров;

– фактически отсутствовала нормативно-правовая база туризма [4, с. 205].

За последние годы в республике произошли значительные перемены в развитии туристической инфраструктуры, реконструируется и обновляется согласно общепризнанным мировым стандартам гостиничный фонд. За 2000–2008 гг. количество туристических объектов размещения и отдыха выросло на 50 единиц. В 2008 г. введено в строй 222 новых и реконструированных объекта туризма (в 2 раза больше, чем в 2007 г.). По состоянию на начало 2011 г. в Беларуси насчитывалось 289 гостиниц и 21 гостиничный комплекс, 3 мотеля, 4 кемпинга и 42 других вида средств размещения с единовременной вместимостью 26,7 тыс. мест. Созданная инфраструктура должна способствовать динамичному развитию туризма. Вторым привлекательным ресурсом для коллективного размещения граждан являются санаторно-курортные, оздоровительные и другие организации. По данным 2010 г., функционировали 334 специализированных средства размещения – санаторно-курортные и оздоровительные организации, в их числе 67 санаториев, 13 детских реабилитационно-оздоровительных центров, 4 дома отдыха, 2 пансионата, 83 базы отдыха, 6 туристско-оздоровительных комплексов, 12 туристских баз, 23 оздоровительных центра (комплекса) [5].

Устойчивое развитие туризма – процесс длительной перспективы, требующий поступательных грамотных решений в краткосрочном периоде. Туризм, развивающийся устойчиво, позволяет повысить доходы национальной экономики, стимулировать развитие других отраслей, укрепить здоровье населения, развить инфраструктуру курортов и лечебно-оздоровительных местностей, сохранить культурное наследие и природные лечебные ресурсы, поэтому знакомство с организацией туризма в других странах и, в частности, в Финляндии, является чрезвычайно актуальным.

1. Вабара, М.М. География Финляндии / М.М. Вабара. – М.: Издательство «Прогресс», 1982.

2. Туризм в Финляндии. – Режим доступа: http://www.infofin.ru/p_43.php.

3. Минск посетила финская делегация из региона Оулу // Портал газеты «Туризм и отдых». – Режим доступа: <http://www.tio.by/newspaper/5162>.

4. Гайдукевич, Л.М. Международный туризм в системе взаимодействия стран Центральной и Восточной Европы в конце XX – начале XXI века / Л.М. Гайдукевич. – Минск: Четыре четверти, 2007.

5. В Беларуси насчитывается 289 гостиниц, 21 гостиничный комплекс, 3 мотеля, 4 кемпинга. – Режим доступа: <http://www.tio.by/news/7364>.

ЭКСКУРСІЙНЫ МАРШРУТ «ПОМНІКІ ГРЭКА-КАТАЛІЦКАЙ ЦАРКВЫ Ё ЗАХОДНІМ РЭГІЁНЕ БЕЛАРУСІ (БРЭСТ– РУЖАНЫ– АЛЬБЕРЦІН– ЖЫРОВІЧЫ)» У КАНТЭКСЦЕ РЭЛІГІЙНАГА ТУРЫЗМУ

Масалёва Т.А., 5-й курс

Навуковы кіраўнік – В.А.Сабалеўская, кандыдыт культуралогіі, дацэнт
Гродзенскі дзяржаўны ўніверсітэт імя Я.Купалы, Рэспубліка Беларусь

Экскурсіны маршрут «Помнікі грэка-каталіцкай царквы ё Заходнім рэгіёне Беларусі (Брэст – Ружаны – Альберцін – Жыровічы)» дазваляе рэалізаваць магчымасць асваення помнікаў сакральнай архітэктуры грэка-каталіцкай царквы на Беларусі ё межах экскурсіна-пазнавальнага напрамку рэлігійнага турызму. У межах дадзенага накірунку прадугледжваецца наведванне манастыроў, помнікаў сакральнай архітэктуры, месцаў, звязаных з дзейнасцю святых, жыццём славурых святароў і г. д. Турысты атрымліваюць магчымасць на ўласныя вочы ўбачыць цэнтры існуючых рэлігій, краіны і рэгіёны з багатымі рэлігійнымі традыцыямі. Іх цікавіць рэлігійная спадчына – культавыя прадметы і архітэктурныя формы розных рэлігій.

У межах распрацаванага праз аўтара экскурсінага маршруту робіцца спроба распавесці пра багатыя рэлігійныя традыцыі грэка-каталіцкай царквы на Беларусі, гісторыю гэтай царквы ад яе заснавання і да цяперашняга часу. Узгаданы турыстычны прадукт уключае ё сябе разгляд архітэктурных формаў, якія з’явіліся ё розныя перыяды гісторыі царквы, таму ён дае шырокія магчымасці для турыстычнага асваення помнікаў сакральнай архітэктуры грэка-каталіцкай царквы на Беларусі, а разам з тым выхавання талерантнасці да вернікаў іншых канфесій, абуджэння пачуцця нацыянальнай годнасці і гонару за мастацкія дасягненні свайго народа, што прамаўляе на карысць актуальнасці нашага праекту.

Пры распрацоўцы экскурсінага маршруту «Помнікі грэка-каталіцкай царквы ё Заходнім рэгіёне Беларусі (Брэст – Ружаны – Альберцін – Жыровічы)» былі выкарыстаны наступныя храмы: царква Святых Пятра і Паўла, манастыр базыльянаў, царква Святога Мікалая ё Брэсце; Петрапаўлаўская царква ё Ружанах; Успенскі сабор, Багаяўленская царква і царква Узвышэння Святога Крыжа ё Жыровічах, прадмесце ўсходняй місіі айцоў-езуітаў у Альбярціне. Працягласць экскурсінага маршруту 383 км, падарожжа адбываецца на працягу 9,5 гадзін.

Першым прыпынкам на маршруце з’яўляецца горад *Брэст*. Сёння гэта адзін з цэнтраў грэка-каталіцкай царквы на Беларусі. Менавіта ё гэтым горадзе пачыналася яе гісторыя. У Брэсце захаваліся рэшткі храмаў, з якімі атаясамляецца першы этап станаўлення ўніяцкай царквы на Беларусі. Абодва аб’екта знаходзяцца на тэрыторыі Брэсцкай крэпасці. Экскурсавод распавядае

пра месца храмаў у гісторыі падпісання Берасцейскай уніі і станаўлення грэка-каталіцкай царквы.

Экскурсія працягваецца ў *Ружанах*, куды экскурсантаў едуць аўтобусам па трасе Брэст – Кобрын. У г. Ружаны турысты наведваюць Петрапаўлаўскую царкву. Зараз яна апякуецца праваслаўнымі. Царква знаходзіцца на плошчы 17 верасня. Фасад храма спалучыў у сабе ўсе формы і дэталі архітэктуры барока. Экскурсантам распавядаюць пра асаблівасці інтэр'еру ўніяцкага храма. У Петрапаўлаўскай царкве захоўваецца абраз «Маці Божая Адзігітрыя». Як сведчыць Т. Габрусь, абразу 1865 г. на дошцы з арыгінальным фонам «Маці Божая Адзігітрыя» прыпісваецца захаванне храма ад пажару 5 мая 1895 г., што амаль цалкам знішчыў мястэчка [1, с. 194–195]. Ужо больш за стагоддзе ён з'яўляецца мэтай паломніцтва вернікаў з усёй Беларусі.

Наступным прыпынкам у экскурсійным маршруце з'яўляецца *Слонім*, а дакладней прадмесце Альберцін. Да месца экскурсантаў едуць аўтобусам па трасе Ружаны – Слонім. Альберцін – гэта невялікая мясцовасць, адлеглая на 4 км ад Слоніма. Менавіта тут быў створаны Экзархат усходняга абраду. У межах дадзенага маршруту мы звярнуліся да аналізу гісторыі прадмесця і толькі ўскосна ўзгадваем пра былую ўніяцкую царкву, якая захавалася ў гэтым месцы. Гісторыя місіі езуітаў усходняга абраду ў Альбярціне каля Слоніма ў апошнія гады выклікае значную цікавасць сярод гісторыкаў. Для езуітаў былой Рэчы Паспалітай альбярцінскі кляштар быў адзінай місіяй нелацінскага абраду. Асаблівая ўвага надаецца вопыту выхаваўчай і выдавецкай працы місіі айцоў-езуітаў у Заходняй Беларусі. «Сёння будынак езуіцкай місіі ў Альбярціне, у якім знаходзіўся ў савецкія часы інтэрнат, стаіць пусты і паступова руйнуецца. Пабудаваная езуітамі царква ўсходняга абраду перададзеная Праваслаўнай Царкве, а царкву лацінскага абраду абслугоўваюць айцы капуцыны са Слоніма. У гонар айцоў-езуітаў усходняга абраду вернікамі гарадзенскай грэка-каталіцкай парафіі ў 1997 годзе паміж царквой і касцёлам у Альбярціне ўсталяваны крыж» [2, с. 4].

Наступным этапам экскурсійнага маршрута з'яўляецца знакаміты *Жыровіцкі манастыр*. Да Жыровіч экскурсантаў едуць аўтобусам па трасе Слонім – Жыровічы. Пад час экскурсіі турыстам даецца магчымасць панаваму ўбачыць гісторыю храма, таму што лёс манастырскага комплексу будзе разглядацца ў кантэксце гісторыі ўніяцкай царквы. На першым этапе турысты знаёмяцца з узнікненнем манастыра, яго лёсам і сучасным станам. Неабходна адзначыць, што наведванне манастыра было традыцыяй польскага каралеўскага дома. «Пасля таго як кароль Уладзіслаў IV (1644) з жонкай наведваў Жыровіцкі манастыр, каралі традыцыйна лічылі сваім абавязкам пакланніца цудатворнаму абразу Маці Божай Жыровіцкай» [3, с. 427]. Пры расказе варта надаць увагу асветніцкай місіі манастыра, распавесці пра арганізацыю адукацыйнага працэсу ў школах, якія дзейнічалі пры манастыры. У завяршэнні знаёмства з манастыром неабходна дадаць кароткія звесткі аб яго лёсе ў савецкі час.

У Жыровіцах захавалася вялікая колькасць архітэктурных помнікаў уніяцкай царквы: Успенскі сабор, Багаяўленская царква, царква Узвышэння Святога Крыжа. На другім этапе турысты знаёмяцца з узгаданымі помнікамі сакральнай архітэктуры, а таксама даведваюцца пра гісторыю знакамітага абраза маці Божай Жыровіцкай.

Прыведзены экскурсійны маршрут можа зацікавіць вернікаў грэка-каталіцкай царквы і ўсіх тых, хто цікавіцца гісторыяй Беларусі. Апошнім часам да грэка-каталіцкай царквы далучаецца шмат моладзі, для якой маршрут можа стаць добрай нагодай даведацца пра гісторыю сваёй царквы, пра лёс і сучасны стан яе помнікаў.

1. Габрусь, Т.В. Мураваныя харалы: сакральная архітэктура беларускага барока / Т.В. Габрусь. – Мінск: Ураджай, 2001. – 287 с.
2. Крот, А. Езуіты / А. Крот. – Гродна. – 5 с.
3. Слюнькова, И.Н. Монастыри восточной и западной традиции. Наследие архитектуры Беларуси / И.Н. Слюнькова. – М.: Прогресс – Традиция, 2002. – 600 с.

СТИМУЛИРОВАНИЕ И МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Мисевец Ю.В., 4-й курс

Научный руководитель – Е.Ф. Зайцева, магистр психологических наук
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Персонал в индустрии туризма является важнейшей составной частью конечного продукта, одним из основных ресурсов конкурентных преимуществ организации, и, следовательно, качество обслуживания в туристских организациях зависит от мастерства и сознательности служащих. Удовлетворение клиента в сфере обслуживания достигается вежливостью персонала и его отзывчивостью. Эффективное управление людьми в последнее время занимает лидирующие позиции в туристских организациях.

Управление персоналом – обширная отрасль, включающая в себя и коучинг, и менеджмент, и кадровые проблемы. Оно ориентируется на определение будущих потребностей и развитие потенциала работника, а также на осознание каждым работником собственных задач, создание команды и благоприятного трудового климата, мотивирующего персонал на достижение поставленных целей [2].

Цель управления персоналом в любой индустрии, и индустрия туризма не исключение, состоит в том, чтобы мотивировать служащих на предоставление клиентам качественного и удовлетворяющего их обслуживания. Все это невоз-

можно без соответствующей координации действий персонала, командообразования, мотивации и формирования корпоративной культуры, повышающей лояльность потребителей к туристской организации.

Мотивация – это работа менеджера, направленная на активизацию сотрудников фирмы в плане повышения эффективности их труда для достижения как личных целей, так и целей фирмы [1].

Для мотивации трудовых отношений чаще всего используется комплексный подход, который включает в себя: а) совокупность стимулов, побуждающих работников к активной трудовой деятельности; б) степень сформированности групповой мотивации; в) направленность личности (группы) на достижение успеха и получения положительного результата деятельности; г) степень удовлетворенности сотрудника трудом [3].

В качестве прямых мотиваторов чаще других организациями используют следующие:

- 1) стимулирование, с помощью внешних факторов (материальное и моральное стимулирование);
- 2) мотивирование, т.е. создание у работников внутреннего побуждения к труду.

В настоящее время в условиях научно-технического прогресса, широкой автоматизации и информатизации производства, значение мотивации в управлении персоналом еще более возросло, усложнилось содержание управленческой деятельности. Для эффективной деятельности организации руководителю требуются ответственные и инициативные работники, высокоорганизованные и стремящиеся к трудовой самореализации личности. С помощью традиционных форм материального стимулирования и строгого внешнего контроля, зарплаты и наказаний, невозможно обеспечить эти качества работника. Для успешной работы организации и для достижения поставленных целей приглашают психологов, бизнес-тренеров, топ-менеджеров [2].

Приглашенные специалисты предлагают следующие виды мотивации:

- установление набора критериев (принципов), которые наиболее сильно влияют на поведение сотрудника;
- создание атмосферы, благоприятной для мотивации рабочих;
- активный коммуникативный процесс в диадах «руководитель-подчиненный», «менеджер-потребитель»;
- моральное поощрение сотрудников.

Методы стимулирования персонала могут быть самыми разнообразными и зависят от проработанности системы стимулирования на предприятии, общей системы управления и особенностей деятельности самого предприятия.

Популярная классификация методов мотивации, основанная на мотивационной ориентации методов управления, выглядит следующим образом: а) организационно-распорядительные (организационно-административные) методы; б) экономические и социально-психологические методы [1]. В зависимости от

ориентации на воздействие на определенные потребности методы управления подразделяются на:

1) экономические методы управления, обусловленные экономическими стимулами (материальная мотивация);

2) организационно-административные методы, основанные на директивных указаниях. Методы базируются на властной мотивации, основанной на подчинении закону, правопорядку, старшему по должности и т. п., и опирающейся на возможность принуждения;

3) социально-психологические методы, применяемые с целью повышения социальной активности сотрудников.

Для эффективного управления мотивацией персонала руководителю необходимо использовать в управлении предприятием все три группы методов. Так, использование только властных и материальных мотиваций не позволяет мобилизовать творческую активность персонала на достижение целей организации. Для достижения максимальной эффективности необходимо применение морально-этической мотивации.

В современном менеджменте применяются следующие группировки методов стимулирования:

1) экономические стимулы всех типов (зарплата во всех ее разновидностях, включая контрактную, премии, льготы, страховки, беспроцентные кредиты и т. п.). Успешность их воздействия определяется тем, насколько коллектив понимает принципы системы, признает их справедливыми, в какой мере соблюдается неотвратимость поощрения (наказания) и результатов работы, их тесная связь во времени;

2) управление по целям. Система широко используется в США и предусматривает установление для личности или группы цепи целей, способствующих решению главной задачи организации (достижение определенных количественных или качественных уровней, повышение квалификации персонала и т. п.). Достижение каждой цели автоматически означает повышение уровня зарплаты или другую форму поощрения;

3) обогащение труда – эта система в большей степени относится к неэкономическим методам и означает предоставление людям более содержательной, перспективной работы, значительной самостоятельности в определении режима труда, использовании ресурсов. Во многих случаях к этому добавляется рост оплаты труда, социальный статус;

4) система участия в настоящее время существует в многообразных формах: от широкого привлечения коллектива к принятию решений по важнейшим проблемам производства и управления (Япония) до соучастия в собственности путем приобретения акций собственного предприятия на льготных условиях (США, Англия).

В рамках вышеизложенных методов мотивирования персонала разрабатываются отдельные методики и системы стимулирования. Ведь процесс мо-

тивирования предполагает, что сотрудник реагирует на внешние стимулы в соответствии со своим мотивационным профилем. При этом реакция может быть положительная, нейтральная или отрицательная, что позволяет установить связь между «чистыми» мотивационными типами и приемлемыми для них формами стимулирования.

1. Бовыкин, В.И. Новый менеджмент: управление предприятием на уровне высших стандартов: теория и практика эффективного управления / В.И. Бовыкин. – М.: Экономика, 2007. – 219 с.

2. Самоукина, Н.В. Эффективная мотивация персонала при минимальных затратах / Н.В. Самоукина. – М.: Из-во ООО «Вершина», 2005.

3. Трофимов, Н.С. Современное управление персоналом организации / Н.С. Трофимов. – СПб.: Канди, 2005.

МАРШРУТЫ НОСТАЛЬГИЧЕСКИХ ТУРОВ ПО БЕЛАРУСИ

Михеева Е.А., 5-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Ежегодно в мире путешествуют миллионы людей. Причины их поездок абсолютно разнообразны. Однако в общей массе путешественников выделяется один определенный тип – люди, которые не собираются возвращаться обратно – это эмигранты. На протяжении всего периода формирования любого государства миграционные потоки были основной причиной создания того или иного этноконфессионального состава населения: люди уходили туда, где жизнь была лучше. Но в определенный момент человек начинает тосковать по дому, которого больше нет, по той среде, где было сформировано его «я», по эмоциям и воспоминаниям, полученным когда-то – в человеке просыпается чувство ностальгии.

Ностальгия (от лат. *nostalgia* – тоска по родине, по прошлому) – комплекс устойчивых долговременных негативных психических переживаний, который может носить различную содержательную нагрузку, а также быть сопряжен с предельно разнородными ассоциациями [1]. Сейчас на западе очень «модно» помнить свои корни, собирать старые фотографии, формировать генеалогические древа – ностальгировать по прошлому. Но что может быть лучше, чем посещение этих давно покинутых мест? В современном туризме есть ответ на этот вопрос – ностальгический туризм.

Ностальгический туризм – явление довольно молодое, именно поэтому среди специалистов и ученых в сфере туризма нет единого мнения: к какому

более крупному виду туризма его относить – этническому или религиозному, либо же выделять его в самостоятельный вид. В данной работе уместнее всего связывать ностальгический туризм с религиозным, так как у рассматриваемого нами этноса – евреев – религия является одним из важнейших элементов жизни. На сегодняшний день отнести к религиозному туризму можно многие путешествия. Достаточно сказать о том, что в настоящее время более 90 % объектов туристского интереса в мире так или иначе связаны с религией и культом, пусть и некоторая их часть утратила свое первоначальное значение, а Всемирная туристическая организация отмечает, что число паломников в мире ежегодно растет на 50–65 % [2].

Актуальность развития в Республике Беларусь религиозного туризма в настоящее время выражается не столько в географическом, сколько в историческом плане: множественные этносы проживали на территории современной Беларуси и оставили после себя значительные культурные пласты. Согласно статье 16 Конституции Республики Беларусь, «религии и вероисповедания равны перед законом». Беларусь – поликонфессиональное и веротерпимое государство. Согласно данным на июль 2010 года, предоставленным аппаратом Уполномоченного по делам религий и национальностей Республики Беларусь, 58,9 % населения считают себя верующими. Из них 82,5 % принадлежат к Русской православной церкви (Белорусский экзархат), 12 % причисляют себя к Римско-католической церкви, 4 % населения относится к исламу, а также к индуизму и бахаи, 2 % к протестантским деноминациям (пятидесятники, баптисты, адвентисты седьмого дня, лютеране, свидетели Иеговы и др.), а также к старообрядцам. Менее одного процента занимают иудеи.

Пестрота этноконфессионального состава населения современной Республики Беларусь напрямую связана с географическим положением нашего государства, а также его историческим развитием. Территория Беларуси всегда была вовлечена в миграционные процессы, так как через нее проходили как торговые пути, так и военные походы. В истории нашего государства принято выделять три массовые миграционные волны белорусского населения. Первая – массовая экономическая эмиграция XIX–XX вв. Эта волна трудовой эмиграции, она положила начало формированию белорусской диаспоры как процесса постоянного проживания значительной части белорусского народа за пределами своей родины. Вторая массовая волна белорусской эмиграции была вызвана Первой мировой войной, революционными событиями 1917 г., германской и польской оккупациями Беларуси. И третья эмиграционная волна стала результатом Второй мировой войны, немецкой оккупации, геноцида.

Всего 80 лет назад на гербе БССР были надписи на четырех языках, которые тогда были государственными: белорусском, русском, польском и идиш. Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) полагает, что народ, проживший на определенной территории пятьсот лет, считается коренным. Высказываются различные точки зрения ка-

сательно даты появления евреев на территории Беларуси, однако бесспорным фактом является куда более чем пятисотлетнее их проживание на этих землях. Однако первый летописный источник от 24 июня 1388 года – привилей Витовта – уже определял порядок расселения и права евреев на территории Беларуси. До 20-х гг. XX века евреи составляли значительную часть белорусского населения (в некоторых местечках – до 80 %). И это естественно, что после того, как большая часть еврейского населения покинула нашу страну, нам в наследство остались многочисленные памятники архитектуры. На сегодняшний день самые большие потоки ностальгических туристов – израильтяне. Только по данным компании «Белавиа» ностальгические туры в Беларусь ежегодно совершают около 10 тыс. израильских туристов. Тысячи людей, чьи корни берут начало на белорусской земле, приезжают в места, откуда начался их род, чтобы прикоснуться к истокам [3].

Наличие объектов и субъектов ностальгического туристического интереса – неоспоримо. В настоящее время Беларусь не может похвастаться большим количеством хорошо сохранившихся архитектурных объектов иудаизма – Вторая мировая война, под девизом геноцида, уничтожила большую часть еврейского наследия в нашей стране. Однако самые значимые объекты сейчас восстанавливаются. В данные маршруты были заложены те объекты, которые имеют наибольшее значение для иудеев – как мигрантов, так и местного населения.

Первый маршрут – по Восточной Беларуси: Шклов – Могилев – Быхов – Бобруйск. Он включает в себя самые старинные белорусские синагоги. В маршруте их более 10, большинство их них в Бобруйске. Сам маршрут – линейный (т. е. начало пути в одном пункте, конец – в другом), вытянутый с севера на юг (~180 км). Центральным объектом экскурсии является Бобруйск – административный центр Бобруйского района Могилевской области – как «столица восточнобелорусского еврейства». Экскурсантам будут представлены самые старые каменные синагоги Беларуси. Маршрут находится в стадии доработки.

Второй экскурсионный маршрут – кольцевой (т. е. начало экскурсии и ее конец – в одном и том же пункте), двухдневный, с ночевкой в Гродно: Минск – Слоним – Ружаны – Гродно – Ивье – Воложин (~550 км). Выезд в пятницу утром. Начало маршрута в Минске – посещение 4 синагог: бывшей Хоральной (ныне театр им. М. Горького), на ул. Раковская (шахматно-шашечная школа), Китаевская синагога – в Троицком предместье (Дом природы) и действующая главная синагога на ул. Даумана. Переезд в Слоним – четыре синагоги, в их числе Большая синагога возле рынка, 1642 г. Ружаны – синагогальный двор из трех синагог XVIII–XIX вв. Гродно – по приезде расселение и ночевка. Утром – посещение Хоральной синагоги, служба, прогулка по еврейскому кварталу. Переезд в Ивье – синагогальный двор с тремя синагогами XVIII и XX веков. Воложин – здесь сохранилась синагога, но осталась самая старая в Беларуси ешива, в которую приезжали учиться не только из Европы, но и из Африки и даже Японии. Обратный переезд в Минск [4].

Итак, опираясь на долгий период развития Беларуси как европейского государства, обладающего богатой этнической и религиозной составляющей, наличие значимых памятников архитектуры и культа, а также людей, заинтересованных в паломническом и ностальгическом туризме по Беларуси, мы можем смело прогнозировать возрастание туристических потоков и необходимость создания новых туристических продуктов по религиозному, этническому и ностальгическому туризму.

1. Энциклопедический словарь медицинских терминов. – М.: Советская энциклопедия, 1982–1984. – 968 с.

2. Христов, Т.Т. Религиозный туризм: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Т.Т. Христов. – 2-е изд., испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 288 с.

3. Карнялюк, В.Р. Праблема гісторыка-дэмаграфічнай характарыстыкі бежанцаў з беларускіх зямель / В.Р. Карнялюк // Веснік Гродзенскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя Янкі Купалы. Серыя 1. – Гродно, 2000. – № 2 (4).

4. Шахотько, Л.П. Миграционные процессы в Республике Беларусь / Л.П. Шахотько // Социологические исследования. – 1999. – № 3. – С. 12–18.

РОЛЬ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Онишко А.В., 5-й курс

Научный руководитель – Л.В. Штефан, канд. геол.-минерал. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

В условиях рыночных отношений профессионализм становится залогом успеха в управленческой деятельности, и поэтому деловому человеку необходимо уметь понятно и тактично излагать свои мысли, а также слушать окружающих. Общаться нам приходится письменно и устно, при личной встрече и по телефону, и от того, насколько доходчиво мы сможем выразить наши мысли, требования или просто информацию, будет зависеть и конечный результат деятельности организации.

Деловое общение направлено на организацию взаимодействия деловых партнеров, то есть на такое взаимное регулирование деятельности участников, которое соответствует их индивидуальным или совместным планам и способствует организации и оптимизации того или иного вида предметной деятельности и достижения необходимого результата. Одной из слабых сторон обслуживания потребителей в индустрии туризма является недостаточная готовность к профессиональному межличностному общению специалистов по сервису и туризму, другими словами, недостаточно развитую коммуникативную компетентность.

Коммуникативная компетентность сегодня рассматривается как обязательная составляющая профессионального мастерства специалистов в сфере туризма. Она обеспечивает успешность осуществления основных задач общения и самореализации личности и выражается во владении лингвистическими умениями, соблюдении специфических социально-культурных норм речевого поведения. Именно коммуникативная компетентность помогает сотруднику предприятия сферы туризма, находясь в постоянном общении с другими людьми, организуя и направляя их деятельность, полностью реализовать свои профессиональные цели.

Коммуникативная компетентность, в целом, – понятие достаточно широкое. Оно соотносится с навыками не только речевого действия (грамотность построения фраз, простота и ясность изложения мыслей, образная выразительность и четкая аргументация, адекватный ситуации общения тон, темп, интонация, дикция), но также с культурой мимики и жестов [1]. Воплощение любого решения невозможно без передачи информации, т. е. воплощение любого решения невозможно без коммуникационного процесса в организации. Информация является одним из инструментов управления в туристической организации, поэтому от того, как пользуются этим инструментом, во многом зависит воплощение принятых решений.

Деловое общение является важной частью ведения дел туристического предприятия. Регулярное общение с коллегами, начальниками, подчиненными, клиентами позволяет узнать их нужды, представить свои результаты. Ежедневно специалистам туристической индустрии приходится решать множество задач – принимать в офисе туристов, подыскивать им тур, оформлять заявки и отправлять их операторам, разговаривать с туристами по телефону и следить за ходом бронирования. Менеджер, не обладающий должной чувствительностью к общению, как правило, много времени и энергии тратит впустую, усиливая этим недовольство подчиненных. Руководитель должен понимать, что умение общаться – не менее значимый элемент его профессиональной деятельности, чем специальные знания и навыки работы.

Профессиональное и деловое общение в ходе предметной деятельности работника непосредственно связано с выполнением профессиональных обязанностей и обусловлено решением профессиональных задач. Если сотрудник туристической организации выполняет функции менеджера, то посредством профессионального общения он ставит перед подчиненными задачи, оказывает им помощь в решении проблем, обучает и консультирует сотрудников, дает квалифицированную оценку способов и результатов действий сотрудников.

Работник туристической организации как специалист должен отвечать следующим основным требованиям: заботиться об истинности и полноте своих знаний, быть открытым к новым знаниям; владеть технологией применения этих знаний для решения задач профессионального и делового общения, способами анализа и предотвращения ошибок; владеть приемами анализа и

оценки эффективности своих действий. Любая туристическая организация как социальный институт включает в себя совокупность писанных и неписанных норм и ценностей, и в этом отношении она – часть социальной организации общества.

Все вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что эффективное деловое общение – одна из основных функций менеджеров в туристических организациях и является их важнейшей профессиональной компетенцией, которую необходимо развивать.

1. Власова, Т. И. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма: учеб. пособие / Т.И. Власова, А.П. Шарухин, М.М. Данилова. – М.: Академия, 2007. – 256 с.

ОСОБЕННОСТИ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ТЕАТРАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Орловская А.А., 5-й курс

Научный руководитель – И.В.Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Современная туристическая индустрия – это быстро развивающаяся отрасль, и основная тенденция ее развития в том, что туризм никогда не стоит на месте. Постоянное появление новых технологий, улучшение качества жизни – это все оказывает большое влияние на потребности человека. Если рассматривать пирамиду иерархии потребностей А. Маслоу, то, удовлетворив свои физиологические потребности, а также потребности в защите, человек стремится удовлетворить социальные – потребность в общении с группой единомышленников. Тематический туризм, в некоторых источниках его еще называют хобби-туризмом, – это разновидность культурно-познавательного и развлекательного туризма, где человек может заниматься любимым делом в среде единомышленников во время отдыха и путешествия. При организации таких туров составляется определенная программа, направленная в первую очередь на объект интереса (спроса). Большую роль играет зрелищность и развлекательный характер программ культурно-познавательного туризма [1].

Театральный туризм – это не только познавательные экскурсии, посвященные истории театра и его деятелей. Это вид культурно-познавательного туризма, где театр является основным инструментом передачи информации людям [1]. Интерес театра в том, что информация подается не просто словесно, а через спектакль. С помощью современных технологий и возможностей можно говорить не просто о театральной экскурсии, которая заключается в осмотре

театра, знакомстве с его историей через архитектуру, в настоящее время можно активно использовать мультимедийные средства, а также придать экскурсиям анимационный характер, для того чтобы непосредственно вовлечь зрителя в сам процесс.

За счет чего интересен сам театр? С самой древности театр был неотъемлемой частью человеческой культуры. Видимо, уже только появившись на этой странной планете, человечество ощутило нужду в виде искусства, способного отразить эмоции, чувства, мысли каждого своего представителя. Вполне можно понять интерес к театральному искусству древнего грека – диапазон развлечений был не так уж велик. Но что побуждает идти в театр современного человека, в распоряжении которого Интернет, телевизор, DVD-плеер, музыкальный центр? Видимо, среди этого мира виртуальных явлений нам не хватает чего-то настоящего, реального. А в театре возможно только настоящее: актеру на сцене некуда и не за что спрятаться. С развитием человечества развивался и театр, сейчас это синтез всех искусств, он включает в себя музыку, архитектуру, живопись, кинематограф, фотографию. Неизменным остается одно – влияние театра на общество [2].

Развитые страны, страны с великой историей и культурой, уже признали привлекательность таких тематических экскурсий, как театральные, и активно используют их для привлечения внимания к театрам, а также для культурного воспитания людей. Развитие театрального туризма не ограничивается созданием анимационных театральных экскурсий. Внедрение театра в жизнь людей может происходить через уличные представления, театральные фестивали, театральные вечера и кафе. Туристическая анимация – это разновидность туристской деятельности, которая вовлекает туристов в разнообразные мероприятия через участие в специально разработанных программах досуга. Если использовать ее при организации театрального туризма, то интерес к данному виду увеличится за счет возможности человека самому принять участие в действии, а не наблюдать со стороны.

Театральные туры по городу Минску – это ставшие традиционными экскурсии по театрам нашей столицы, сопровождающие просмотр спектакля в одном из действующих театров. Такие экскурсионные туры были весьма популярны в 80–90-х годах, когда покупка билета в театр была делом достаточно проблематичным, а интерес к новым постановкам был сопоставим с фанатским. На время практика театральных туров была несколько свернута, поскольку и на этом виде туристической деятельности сказались экономические кризисы, реконструкции театров, преобразования в самой туристической деятельности. Возрождение театральных туров на некоторых туристических предприятиях города сделало актуальным проектирование данного вида туризма в расчете на целевую молодежную аудиторию.

Целевой аудиторией, на которую ориентирован разрабатываемый продукт, являются подростки среднего и старшего школьного возраста, проживающие в

малых городах в радиусе 120 км от г. Минска. Подобный выбор основывается на том, что современное подрастающее поколение слишком сильно подвержено влиянию быстро развивающейся сферы информационных технологий, весьма ограничивая ею свой досуг. В этом смысле искусство театра призвано оказать огромное влияние на образовательный процесс. Для человеческого общества театр является традиционным видом искусства. Он уже не одно тысячелетие многопланово влияет на личность: объясняет мир, создает эмоциональные импульсы к различного рода деятельности, выполняет огромную воспитательную роль, и тем самым способствует формированию качеств, необходимых для жизни в условиях того или иного общества.

Театр – лучшая школа жизни, потому что он выступает в качестве источника информации о мире, о жизни, дающего повод для работы мысли. Таким образом, одна из важнейших функций театра – это познавательная функция. Благодаря ей осуществляется передача социального опыта от одного поколения к другому, от одних стран и народов к другим. Поэтому так важно приобщение к театру юного поколения [3].

Важной частью работы над проектом стала разработка предварительного варианта технологической карты и текста экскурсии. Минск, столица Республики Беларусь, обладает огромным потенциалом для развития театрального туризма – в городе насчитывается более 20 действующих театров, практически во всех высших и средних специальных учебных заведениях имеются театральные кружки. Это говорит о наличии хорошей базы для развития анимационных театральных экскурсий и поможет реализовать скрытый на данный момент потенциал как самих театров, так и актеров. Перечисленные выше факторы стали определяющими для выбора основного пункта туристического маршрута.

Данный маршрут позиционируется и как познавательный, так и образовательный тур, а его основной целью является показать роль театра в жизни людей, и целого города. Программа экскурсии включает в себя автобусно-пешеходную экскурсию по г. Минску с осмотром театров города. Также в программу экскурсии входит посещение Государственного музея истории театральной и музыкальной культуры Республики Беларусь с тематической экскурсией по музею. Основными объектами показа планируется сделать Белорусский государственный театр кукол и Белорусский республиканский театр юного зрителя, поскольку они имеют наиболее удобное расположение (находятся в центре города, на одной улице), имеют собственные музейные экспозиции и более чем полувековой опыт работы. Завершается данный театральный тур просмотром спектакля в одном из этих театров.

Развитие театрального туризма, начиная с Минска, а потом и на территории Республики Беларусь в целом, – это потенциальная возможность открыть новый сегмент туристического рынка страны. В будущем данный проект будет способствовать стимулированию внутреннего и въездного туризма, продвижению национального туристического продукта на международный уровень.

1. География международного туризма: пособие для студентов вузов. – В 2 ч. – Ч. 2. – География видов туризма / Д.А. Бессараб, Л.В. Штефан. – Минск: ТетраСистемс, 2011. – 224 с.

2. История кино и театра [Электронный ресурс] / Кино и театр. – Режим доступа: <http://www.rivena.com.ua/theater.php> – Дата доступа: 13.11.2011.

3. Драматические театры [Электронный ресурс] / Белорусский театральный форум. – Режим доступа: <http://teatr.belarusforum.net/t21-topic> – Дата доступа: 30.03.2012.

СЦЕНАРИЙ МИСТИЧЕСКОГО ТУРА В УСАДЬБУ СВЯТОПОЛК-ЧЕТВЕРТИНСКИХ

Павлюк В.А., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Усадьба Святополк-Четвертинских расположена на территории Беларуси в городском поселке Желудок Щучинского района Гродненской области. Согласно историческим данным, владельцем замка был Владимир Четвертинский из рода Рюрика. В состав дворцового ансамбля входят двухэтажный особняк в стиле необарокко, красивый сад, флигель, пруд и небольшой одноэтажный домик, где в позапрошлом веке жили желудокские помещики [1].

Это сооружение вот уже более сотни лет окутано поистине жуткими легендами. Они гласят, что поместье населено беспокойными духами его бывших владельцев. По ночам можно услышать женские голоса, звук шагов и грохот дверей. Гости и посетители замка чувствуют необъяснимые перемещения воздуха, ощущают дрожь, тяжесть и душевное беспокойство. Дети здесь начинают беспричинно капризничать и плакать, а животные и вовсе не хотят заходить в здание. Потому последних в усадьбу лучше не брать.

Лязг цепей, подвывания и крики, вздохи, запах сырости, непонятные отражения в зеркалах, пропажа вещей... Вы считаете, что подобная связь с потусторонним миром не столько пугает, сколько привносит элемент романтики? Тогда добро пожаловать в усадьбу...

Итак, представим себе... Группа высаживается из автобуса у главных ворот поместья. Туристов дружелюбно встречает женщина лет 50 в старомодных, немного затертых одеяниях прошлых веков. Это экскурсовод. Она приглашает группу, состоящую из 13 здоровых, сильных морально и физически людей, в таинственный дом. Двери особняка открываются томно, половицы скрипят, а из дома веет холодом. Свечи, расположенные по периметру стен, тускло освещают помещение. Атмосфера рождает напряжение и легкое беспокойство.

Экскурсовод пересчитывает туристов, разделяет на группы и выдает ключи от комнат. Они, как и дом в целом, передают дух того времени, прекрасно обустроены, комфортабельны, но все же есть в них что-то отталкивающее. Посетители распаковывают вещи, знакомятся с соседями по комнате. Ощущается непривычное холодящее покалывание кожи, легкий ветерок и чувство, будто кто-то касается тебя невидимой рукой. Шарканье ног у главной лестницы, шорох, шепот, глухие удары и постукивания заставляют сердце биться чаще...

История этого дома мрачна и трагична, и, конечно же, связана с любовью и страстью. В 1910 году вокруг дочери хозяина усадьбы Анны разразился скандал. Она была известна как вспыльчивая, страстная и очень упрямая особа. Несмотря на принадлежность к именитому роду, Анна позволила себе влюбиться в простого садовника. Любовное приключение закончилось внезапной смертью последнего – по легенде, ему отрубил голову коварный слуга князя. Дочь вельможи безутешно оплакивала возлюбленного, бродя по окрестностям поместья, а затем лишилась рассудка и покончила с собой. До сих пор ее стенания и тихий плач можно услышать в доме и в саду... [2].

Время ужина. Группа собирается в огромном зале, где при неровном свете свечей туристам демонстрируют фотографии и видеосюжеты страшных убийств, произошедших в этих местах после смерти Анны Четвертинской. Официанты и экскурсоводы заgrimированы под оживших мертвецов: хозяев дома, кухарок, гувернанток, экономок, поварих и дворецких.

После ужина туристы расходятся по комнатам, а после полуночи их выводят в темный сад, где раздаются жуткие стоны и завывания (прим.: звуки издают развешенные на деревьях специальные трубочки. В особняке и хозяйских постройках прибегают к голографии и лазерной проекции изображения. Столкнуться с рукотворным «привидением» можно в коридоре и даже в собственном номере. А на улице трудно пройти мимо висящего в небе призрака сумасшедшей Аннушки или влюбленного садовника...).

Дом и прилегающие постройки пропитаны страхом и ужасом. В зеркалах являются чужие отражения (прим.: эффект «третьего слоя»), из окон вглядываются изуродованные лица, периодически тухнут свечи и слышится пронизывающий, истошный крик.

Это ночь кажется самой долгой в жизни. Кто-то невидимой рукой гладит по волосам (прим.: трубочки с воздухом), посетителей бросает то в жар, то в холод (прим.: регулирование температуры). Несколько раз туристы просыпаются от того, что одеяло лежит посреди комнаты, а оконные ставни вдруг оказываются распахнутыми, и ветер шевелит занавески на окнах. Сон сбывается лишь ближе к рассвету.

Следующий день предвещает массу интересных забав. К полудню в лесном массиве для туристов организуется любительская спортивно-интеллектуальная гонка. Цель квеста – найти артефакт времен жизни хозяев дома, спрятанный на территории участка. Участников формируют в команды по 3–4 человека.

Они решают логические задачи, учатся ориентироваться на местности, строят оптимальные маршруты перемещения, ищут подсказки и оригинальные решения. Связанные одной сюжетной линией задания разбросаны по внушительной территории и благодаря своей динамичности не дают туристам скучать [3].

Затем проводится экскурсия на близлежащее кладбище, исследование подземных ходов, просмотр старинных хоррор-фильмов и подготовка к вечерней тематической вечеринке. К тому же у туристов достаточно времени самостоятельно изучить дом. К полуночи их ожидает вечеринка-карнавал – нарядившись в костюмы дам и господ того времени, они с усердием вытанцовывают вальс, кадрили и польку, плавно переходящие в современный клубный танец.

А дом? Дом все так же пугает. Заунывные песни, лязг цепей, устрашающие портреты на стенах держат посетителей в тонусе, в постоянном ожидании того, что кто-то вот-вот схватит и утащит их в подземелье. Дом все также одержим расправой над всеми, кто находился в нем. Но на следующее утро туристы уезжают домой – наш тур на уикенд подходит к концу, потому пропитаться страхом и ужасом напоследок хочется сполна.

Примечание: Перед покупкой тура туристы подписывают документ, где говорится, что они адекватно оценивают свои силы и способны легко переносить стресс и испуг. Более того, они жаждут встречи со страшными, не поддающимися логическому объяснению явлениями и желают быть напуганными, чтобы получить максимальный всплеск адреналина.

Пока же в Беларуси не распространен мистический туризм, дома с привидениями будут просто сносить под новое строительство или полностью изменять современной планировкой. Тем не менее, появление интереса к этой теме может положительно сказаться как на развитии новых видов бизнеса, так и на сохранности исторических зданий! Потому, взяв за основу заброшенную усадьбу Святополк-Четвертинских, отреставрировав ее и создав в ней соответствующую атмосферу, мы намерены устроить любителям приключений незабываемый отдых, сделав тем самым это место привлекательным для туристов.

1. Родовое поместье князей Святополк-Четвертинских [Электронный ресурс] / Беларусь. Гостеприимство без границ. – Режим доступа: http://belarustourism.by/catalog/14_16691.html – Дата доступа: 10.03.2012.

2. Самаль, А.А. Заброшенные усадьбы как объекты приключенческого туризма / А.А. Самаль, В.Ю. Павлюк // Теоретические и организационно-практические аспекты в туризме и гостеприимстве: материалы второй Междунар. студ. науч.-практ. конф., Минск, 12 мая 2011 г. / Инст-т туризма БГУФК; редкол.: А.Г. Фурманов (гл. ред.) [и др.]. – Минск: БГУФК, 2011. – С. 181–184.

3. Мистические индивидуальные туры [Электронный ресурс] / Разнотематический блог FOR PEOPLE. – Режим доступа: <http://blogspeople.ru/archives/mistichjeskije-individualnyje-tury> – Дата доступа: 10.03.2012.

ПАМЯТНИКИ АРХИТЕКТУРЫ XIII–XVIII ВВ. В БЕЛАРУСИ И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КАК ТУРИСТИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ

Павлюченко Л.И., 6-й курс,

научный руководитель – О.Г. Дранкевич, старший преподаватель
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Важным элементом туристической привлекательности Беларуси служат памятники архитектуры, наиболее широко представленные в Брестской и Гродненской областях. Сохранившиеся произведения белорусского зодчества представляют развитие национальной архитектуры от IX века до наших дней.

Актуальность данной темы продиктована самой жизнью. С одной стороны – в первое десятилетие XXI века наблюдались две феноменальные по своим масштабам тенденции. Первая – невероятно быстрый рост количества путешествующих людей, в результате чего туризм из малозначимой сферы экономической деятельности превратился в одну из крупнейших и наиболее прибыльных индустрий мира. Вторая – распространение идей охраны окружающей среды, которые стали неслыханно популярны среди представителей цивилизации, особенно западной.

В результате возник спрос на виды туризма, альтернативные массовому, – всякого рода познавательные путешествия. А Беларусь – идеальная страна для всех видов путешествий: экологических, сельских, приключенческих, этнографических [1].

С другой стороны – включение ценного историко-культурного и природного наследия Беларуси в сферу международного туризма. «Если ценные природно-территориальные ландшафты Беларуси являют собою неповторимую и во многом уникальную часть ландшафтов Европы, то памятники истории и культуры являют собою вклад белорусского народа в культурную сокровищницу мировой цивилизации. Степень сохранности, благоустройство памятников и историко-градостроительных заповедников, их доступность для туризма благоприятствуют общению данной страны с иными народами мирового сообщества, в значительной степени формируют мнение о благополучии государства, что в конечном итоге благоприятствует развитию деловых и культурных контактов» [2].

Целью данной работы является анализ использования памятников архитектуры XIII–XVIII вв. Беларуси в туристско-экскурсионном показе и выдвижение некоторых рекомендаций по их включению в экскурсии как самостоятельных культурно-исторических и архитектурных достопримечательностей. Задачи исследования:

1. Рассмотреть историко-культурное наследие Беларуси.
2. Изучить памятники архитектуры XIII–XVIII вв. Беларуси.

3. Дать рекомендации по использованию памятников XIII–XVIII вв. Беларуси в туристско-экскурсионном показе.

Данная работа состоит из трех частей. В первой части рассмотрен историко-культурный потенциал Республики Беларусь.

Во второй части описывается территориальное распределение памятников архитектуры XIII–XVIII вв. и их использование в туристско-экскурсионном показе Республики Беларусь как туристических объектов. В третьей части выдвигаются некоторые предложения по использованию памятников архитектуры XIII–XVIII вв. как туристических объектов в экскурсионном показе, основанные на изучении литературы, истории, статей, Интернет-ресурсов.

Проведенные нами исследования позволяют утверждать, что в разнообразных стилях белорусских церквей, замков, дворцов и крепостей отражено влияние как восточной, так и западной культуры. Несмотря на сложную историю, полную войн и разрушений, многие архитектурные ценности Беларуси сохранились. Наиболее древние сооружения относят к Средневековью. Различные направления в искусстве и религии повлияли на формирование архитектуры Беларуси. В стране можно найти образцы романского стиля и готики, барокко и классицизма, модерна и эклектики.

Статистические данные свидетельствуют, что в настоящее время посещение культурно-исторических объектов в нашей стране длится не более одного дня, а если они расположены не в областных центрах, то продолжительность уменьшается до 3–4 часов максимум. Основной причиной такого низкого использования туристского потенциала городов Беларуси является плохо развитая туристическая инфраструктура как в самих городах, так и вокруг объектов туристического показа. Именно она делает последние малопривлекательными и неэффективными с экономической точки зрения.

В процессе проведения исследований по территориальному распределению историко-культурных объектов было определено, что наиболее перспективными направлениями развития туризма в целом являются Гродненская, Минская и Могилевская области.

К сожалению, проанализированные нами исследования показали, что достаточно большая часть архитектурных памятников XIII–XVIII вв. не сохранилась до наших дней либо находится в плачевном состоянии. На этот счет ЮНЕСКО уже давно бьет тревогу по поводу «проблемы сохранения ценных природных и историко-культурных территориальных комплексов. И это проблема не только последних лет. Уже с начала 1990-х годов в мире особое внимание начинает уделяться культурным ландшафтам как особому типу наследия, обеспечивающему взаимодействие, взаимопроникновение и взаимозависимость природных и культурных компонентов наследия. В качестве культурно-ландшафтных феноменов начинают исследоваться выдающиеся по художественным характеристикам и исторической значимости дворцово-парковые ансамбли, дворянские усадьбы, монастырские комплексы, поля сражений, ар-

хеологические комплексы» [2]. Одним из возможных путей сохранения культурно-исторических объектов может быть создание так называемой СЭЗ «Золотое кольцо Беларуси» [2].

Таким образом, изучив памятники архитектуры XIII–XVIII вв. на территории Беларуси, мы определили, что в целом состояние наследия достаточно высоко. Но необходимо проведение реставрационных работ, а также создание достаточно сильной рекламы.

1. Культурный ландшафт как объект наследия / Под. ред. Ю.А. Веденина, М.Е. Кулешовой. – М.: Институт Наследия; СПб.: Дмитрий Буланин, 2004. – 620 с.

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

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КУЛЬТУРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ГОСТЕЙ В КАФЕ «ТРАДИЦИЯ»

Пархимович П.А., 5-й курс

Научный руководитель – Л.В. Штефан, канд. геол.-минерал. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Ресторанный бизнес, относящийся к сфере общественного питания, производит продукт, который, в отличие от продукта промышленной сферы, потребителям труднее оценить по критерию качества до того, как будет совершен заказ в ресторане (потребитель при выборе руководствуется советами персонала, друзей, рекламой или фотографиями в меню, но не может заранее знать, что именно он получит). Поэтому ресторанные услуги тяжелее обменивать и продвигать на рынке. Критерием оценки качества продукта является эмоциональная реакция клиента, которая зависит от воспитания и отношения к делу персонала, а также от самого клиента.

Огромное разнообразие отечественных ресторанов и кафе объединяет, по большому счету, две вещи:

– их соответствие мировому уровню по интерьеру, мебели, посуде, оборудованию, разнообразию и качеству приготовления пищи и т. д.

– не соответствующая этому уровню работа персонала, культура и качество обслуживания.

В целом ресторанный бизнес напрямую зависит от уровня расходов своих клиентов. Предприятия должны уметь привлекать клиентов, добиваться их лояльности и всячески стимулировать расходы на приобретение ими услуг. В бу-

дущем ресторанный бизнес все больше будет ориентироваться на привлечение повторных клиентов и стимулировать дополнительные расходы с их стороны, предлагая широкий ассортимент блюд и напитков и высокую культуру обслуживания, которая в условиях высокой конкуренции на рынке ресторанных услуг является важным фактором развития ресторанного бизнеса [1]. В последние годы ресторанный бизнес стал привлекать все больше инвесторов из самых разных сфер бизнеса. Это связано, прежде всего, с привлекательностью данного рынка в условиях экономического роста страны и благосостояния населения, а также с возможностями получения стабильной прибыли в течение всего времени существования ресторана при его грамотном управлении (общественное питание является одной из самых ликвидных отраслей экономики). В тоже время ресторанный бизнес таит в себе много опасностей для потенциальных инвесторов – у нас пока еще отсутствует серьезный рыночный опыт в ресторанной сфере и многолетние традиции. Кроме того, нет наработанной методологической базы, помогающей вести бизнес и формировать высокую культуру обслуживания предприятий ресторанного бизнеса.

В самом центре района Сухарево г. Минска, на улице Сухаревской, находится небольшое кафе «Традиция» – общедоступное предприятие, отличающееся широким ассортиментом блюд европейской, белорусской и японской кухонь, хорошим интерьером, уютным залом, освещением, грамотной сервировкой и высоким уровнем обслуживания. Зал оформлен со вкусом, обставлен с комфортом удобной мебелью, имеются мягкие и полумягкие кресла, диваны для отдыха. Кафе «Традиция» относится к отрасли общественного питания, выполняющего общегородские функции. Здесь широко применяют специальное обслуживание участников деловых переговоров, иностранных туристов, организуются банкеты, семейные торжества, детские праздники. Также здесь по желанию клиентов могут организовать развлекательную программу по индивидуальному сценарию для различных видов торжеств, банкетов – работает тамада, играет живая музыка и приглашенные артисты. Меню банкетов, торжеств, деловых переговоров гости составляют сами с помощью шеф-повара.

Проработав на предприятии год в качестве официанта и пройдя там же преддипломную практику, автор имела возможность изучить особенности работы и уровень качества обслуживания в кафе «Традиция», а также выявить определенные проблемы в текущем функционировании предприятия. Обобщив результаты проведенных наблюдений за 2011 и первую половину 2012 года, автор сделала следующие выводы относительно кафе «Традиция»:

- в целом, в 2011 году кафе «Традиция» показало положительную динамику роста экономических показателей, однако сказалось влияние кризиса;

- в 2011 году также произошло снижение количества банкетов во второй половине года, также под влиянием кризиса, но в 2012 году ситуация начала стабилизироваться;

– для проведения банкетов в кафе «Традиция» обычно приглашают дополнительный персонал, численность которого зависит от количества участников банкета. Однако с приглашенным персоналом иногда наблюдаются проблемы, связанные с низким уровнем обслуживания и нестабильным качеством работы;

– кафе «Традиция» практически не проводит рекламную политику по привлечению клиентов для проведения банкетного обслуживания;

– существуют проблемы в обслуживании посетителей кафе «Традиция» как в индивидуальном, так и в банкетном формате, которые заключаются в том, что обслуживание слишком долгое (долго принимают заказ, долго приносят заказанные блюда); персонал иногда позволяет себе навязывать свое мнение посетителю относительно выбора блюда; бывают случаи, когда какого-то блюда в данный момент нет в наличии, хотя оно указано в меню, слишком быстрая смена блюд (например, слишком быстро переходят от салатов к горячему); слишком громкая музыка, недовольные лица официантов.

– система мотивации персонала, на мой взгляд, крайне несовершенна, она не позволяет вывести кафе «Традиция» на более высокий уровень.

В результате исследования автором был разработан ряд рекомендаций по повышению культуры и качества индивидуального и банкетного обслуживания гостей кафе «Традиция»:

1. Целесообразно ввести в штат должность менеджера банкетного обслуживания, в руках которого будут сконцентрированы функции по взаимодействию с клиентами по вопросам организации банкетов. Это также позволит разгрузить управляющего. На сотрудника будут возложены функции поиска корпоративных клиентов, которые на сегодняшний день сами обращаются в кафе «Традиция», как правило, по советам деловых партнеров, или знают о существовании ресторана от своих сотрудников (или же были в нем сами), а также взаимодействие с частными лицами, планирующими провести банкет.

2. Для реализации стратегии по привлечению корпоративных клиентов потребуются также рекламные затраты. Привлечение клиентов должно сопровождаться рекламными материалами (ручки с логотипом, рекламные буклеты, информация на столах в кафе, визитки, печать календарей с логотипом, папки для документов с логотипом).

3. Кафе рекомендуется ежегодно проводить обучение обслуживающего и управляющего персонала. Кроме того, необходимо ежегодно анализировать существующую систему мотивации и разрабатывать мотивационные программы на следующий год. В качестве одного из элементов стимулирования рекомендуется ежегодная индексация заработной платы на 15–20 %.

4. Рекомендуется собрать коллекцию эффектных фотографий в аккуратном, профессионального вида портфолио для подтверждения того, какие мероприятия проводятся в кафе. Эти рекомендации позволят еще на этапе предварительных переговоров настроить клиентов в пользу проведения банкетного обслуживания в кафе «Традиция».

Эти рекомендации позволят еще на этапе предварительных переговоров настроить гостей в пользу проведения банкетного обслуживания в кафе «Традиция». После внедрения предложения по совершенствованию системы мотивации персонала ожидается увеличение количества постоянных клиентов. Ожидаемый эффект от обучения персонала – повышение качества работы персонала и повышения его квалификации. Совокупность всех мероприятий приведет к повышению удовлетворенности покупателей от обслуживания и повторного посещения ресторана, а также за счет привлечения частных и корпоративных клиентов.

Таким образом, предложенные мероприятия позволят кафе «Традиция» повысить свою привлекательность в глазах потенциальных и существующих клиентов, а также решить проблемы, связанные с заполняемостью и качеством обслуживания.

1. Марвин, Б. Маркетинг ресторана / Б. Марвин. – М.: Литтерра, 2009. – 398 с.

ГРАФФИТИ КАК ВИД ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА И ОБЪЕКТ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

Пашковская Е.А., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Когда звучит слово «граффити», у многих возникает чувство негодования и смятения. Как, граффити? Акт общественного вандализма стал изобразительным искусством? На самом деле граффити-рисунки всегда были примером изобразительного искусства, а вот вандализмом – никогда, но социальная стереотипизация арт-художников создала для них образ нарушителей незаслуженно [1]. Сама по себе идея писать в публичных местах стара, как сама человеческая цивилизация. Множество подобных надписей, которые принято называть звучным итальянским словом граффити (буквально – «нацарапанные»), было обнаружено, например, при раскопках древней Помпеи, а один помпейский остроумец написал даже такой парадокс: «Здесь все, кроме меня, пишут на стенах» [1].

В нашей стране еще в советское время традиционными местами, в которых писали и царапали, были в основном маргинальные городские зоны: заборы и ограждения, будки остановок, тамбуры в поездах, туалеты, места «тусовок» школьников и студентов. Но и сами места, и их использование мало подходили под определения «творчество» и «искусство». В настоящее время

ситуация резко переменялась. В последнее время писание в публичных местах перестало активно обсуждаться и осуждаться в обществе, а уличное искусство граффити стало постепенно обретать статус социально нейтрального явления и восприниматься как почти неотъемлемый элемент общегородского экстерьера. Писание на стенах сделалось в основном прерогативой подростков и стало одной из особенностей подростковой субкультуры [2].

Справедливости ради хотелось бы акцентировать внимание на том, что общество хоть и смирилось с арт-царапаньем, но в малой степени задумывается о сложностях этого процесса, не говоря уже об отсутствии специальных объектов-холстов. Хотя во многих современных европейских городах целые кварталы сплошь покрыты рисунками и надписями, буквально наползающими одна на другую. Уставшие от монотонной работы жители, возвращаясь домой, могут наслаждаться реице кричащими красками и экстатическими формами, среди темноты и убожества метро. Кроме того, такие мировые столицы, как Лондон или Париж, имеют в перечне востребованных туристических объектов кварталы, где размещены работы известнейших граффитистов планеты: в Париже и Лондоне – Бэнкси и Грэйва, в Мельбурне – Джастина Хьюза, в Монреале – Питера Гибсона и т. д. [3].

Искусство стрит-арта стало признанным явлением, привлекательным с точки зрения городского дизайна. Например, на стенах домов создаются большие красочные композиции, состоящие из фигур с гротескно-карикатурными пропорциями, а чаще – из огромных букв причудливой формы, столь тесно и замысловато переплетенных друг с другом, что разобрать написанное слово мало кому удастся. Эти яркие настенные шедевры, выполненные спреем-краской из баллончика, и есть плоды творчества граффитистов-профессионалов. Их карьера начинается с создания и воспроизводства своей уникальной подписи, или tag'a – личного знака, собственного фирменного ярлыка, являющегося визитной карточкой автора. Эту традицию создал легендарный родоначальник граффити-tag'a, подросток по имени Таки. Чаще всего подписи исполняются в стиле wild («дикий») – это и есть та виртуозно выполненная малопонятная буквенная вязь.

Сегодня производство граффити превратилось в ремесло с известным набором форм и установленными правилами. Однако профессиональное творчество в стиле граффити – удел немногих избранных. Классические граффити представляют собой сложные психоделические картины со сложным переплетением. В зависимости от степени индивидуализации художника разделяют следующие виды граффити:

– представляющие автора как члена данной субкультуры, манифестирующего свое идеологическое credo, включающее его в конкретное или предполагаемое сообщество единомышленников; надписи именно такого типа чаще других сопровождаются эмблематикой;

– выражающие индивидуальные ценности, характеризующие автора как носителя личностных характеристик, как индивидуума. Это и надписи, так или иначе выражающие авторское настроение, чувства, оценку кого-либо или самооценку и т. д. Кроме того, к этому же типу принадлежат все частные послания, авторские стихотворения, индивидуальные автографы-мемории.

Первостепенная задача современных граффити – служить языком общения. В принципе, любая надпись, оставленная в публичном месте, – уже реплика, так или иначе призывающая к диалогу социума. Значит, современные граффити, утрачивая значение протеста, альтернативности официальной культуре, становятся универсальным языком общения, звучащего по средством изобразительного искусства. Всякое начертанное слово (изображение) интерпретируется как ждущая ответа реплика, а совокупность городских плоскостей превращается в сплошное эпистолярное пространство творческой молодежной культуры [4].

В ходе нашего исследования граффити-искусства становится понятно, что граффити-художники крайне благотворно влияют на общественное мироощущение тем, что выставляют свои произведения на всеобщее обозрение, приобщая нас к творчеству, эстетике и философскому анализу современных реалий. Граффитисты создают интернет-галереи своих работ, интернет-порталы для обмена информацией и практическими советами, предлагают услуги по созданию арт-объектов, используя технику граффити. Таким образом, граффитисты ведут активную пропаганду своего творчества как вида уличного искусства, предлагая свою помощь в оформлении «скучного» пространства художественными работами любой сложности [4; 5; 6].

Современные граффитисты совершенствуют свое направление и взаимодействуют с обществом посредством полезного использования «серых» или промышленных территорий; «скучной» или одинаковой архитектуры «спальных» районов; оживления или придания соответствующей атмосферы детским развлекательным городкам, центрам, летним лагерям и пр. Но, с другой стороны, как много примеров того, как в приступе иррационального упрямства разрушаются и закрашиваются шедевры граффитистов, которые создавались более 12 часов несколькими художниками (о данных действиях в социальных сетях негативно высказываются многие фотографы, мастера и поклонники граффити). Не признавать ценность стрит-арта – это уже не модно! Ведь грамотно и гармонично расположенные полотна граффити – это украшение, достойное мировых столиц, это признаки хорошо сформированной городской культуры, где с помощью граффити легко читаются культурные тексты, раскрывающие тонкости отношения Человека к Городу. Есть тексты, наполненные гордостью и любовью, и примером того можно считать граффити Нью-Йорка. Есть тексты, вызывающие тоску и сожаление, – таковы уличные росписи Чернобыля. Есть тексты, бередящие воображение своей интеллектуальностью и

философским подтекстом, – это работы Бэнкси, расположенные на улицах Парижа и Лондона.

Естественно, понять разрушительные действия городской администрации можно, и данная работа ни в коем случае не ставит вопрос о целесообразности использовании государственных зданий, строительных объектов и прочих строений. Но художнику нужен холст, без него нет шедевра. Вот одно из множества мнений о данной проблеме, из интервью Артема Пожарского, российского граффитиста-профессионала: «...В России для райтеров стараются устраивать различные конкурсы и фестивали. В прошлом году в Пензе даже прошли два фестиваля «граффити»...» [5]. Подобная идея витает и в наших головах. Фестиваль граффити для профессионалов и поклонников этого вида уличного искусства привлечет большую аудиторию. Поскольку для Европы подобные мероприятия сопряжены, прежде всего, с поиском подходящих и приспособленных для данных целей мест. В нашей стране как объекты для проведения фестиваля можно применять неиспользуемые и остаточные строения, заброшенные долгострои и не подлежащие восстановлению, а также не имеющие культурно-исторической ценности постройки.

Такое событие, как фестиваль граффити, поможет увидеть унылый мир «заброшенного» другими глазами, придать ему иное звучание, полное оптимизма и надежды. Вместо одинокой серой стены – красочный шедевр, который будут постоянно навещать ценители, фотографы, начинающие райтеры и просто интересующиеся подобным искусством. Вместо неинтересного и непривлекательного объекта – любопытный и интригующий «салон стрит-арта». В результате нескольких шумных дней фестиваля мы заменим серые угрюмые стены на картины, создав своеобразную галерею под открытым небом. А в перспективе – один из креативных туристических объектов нашей страны. Ведь любой художник только и ждет своего признания нами, людьми.

1. Букин, Д. Школа граффити / Д. Букин, А. Симонов. – Ростов н/Д.: Феникс, 2008. – 40 с.

2. Егоров, Р. Боди-арт и Граффити / Роман Егоров. – М.: Рипол Классик, 2004. – 140 с.

3. Марта Купер Going Postal: Mailing Label Street Art / Марта Купер. – Нью-Йорк: Mark Batty Publisher, 2009. – 96 с.

4. Ты это видел? [Электронный портал] / Сайт российских журналистов. – Режим доступа: <http://www.etovidel.net/sights/cat/graffiti>. – Дата доступа: 12.03.2012.

5. Интервью граффитиста [Электронный портал] / Сайт российских журналистов. – Режим доступа: <http://journalisti.ru/?p=3179> – Дата доступа: 10.02.2012.

6. Граффити-галерея [Электронный портал] / Сайт российских граффитистов. – Режим доступа: <http://www.sindik.ru/>. – Дата доступа: 10.02.2012.

ПРОГРАММА СЕМЕЙНОГО ТУРИЗМА В ПРИРОДНОМ КОМПЛЕКСЕ «ГОЛУБЫЕ ОЗЕРА»

Пашук М.П., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Рынок семейного туризма очень специфичен, так как имеет свои особенности и требования. В последнее время во всем мире наблюдается заметная тенденция к семейному отдыху. Условно семейным туризмом считают путешествия родителей с детьми до 11 лет. Организацию семейного туризма необходимо проводить в экологически чистых местностях, спокойных и озелененных местах. В Республике Беларусь есть такое уникальное место, идеально подходящее для развития семейного туризма, в котором можно сочетать и отдых для взрослых, и развлечения для детей, а также совместные программы, – природный комплекс «Голубые озера». Это заповедная экологически чистая зона.

Основа природного комплекса – Болдукская группа озер. Одним из крупнейших водоемов этого региона является озеро Болдук. Кроме него в группу входят еще 10 озер – Глубля, Глубелька, Мертвое, Ячменек, Карасик, Куели, Болдучица, Имшарец, Ильгиния, Глухое, – каждое из которых своеобразно и неповторимо, например, Ильгиния – таинственным эхом в окрестностях, Имшарец – «мыльной» водой, а Ячменек – солоноватой (минерализация более 300 мг/м) [1].

Как правило, семейные туристские поездки и походы по продолжительности составляют от 2 до 7 дней, возникает проблема организации досуга туристов. Это значит, что кроме собственно туристских занятий – экскурсий, передвижения по маршруту, а также деятельности по самообслуживанию, у туристов остается свободное время, своеобразный «досуг в досуге». У взрослых, особенно опытных туристов, не возникает особых трудностей с его организацией. Туристам из числа детей и подростков необходима помощь в этом деле.

Анализ большинства детских экскурсионных программ, предлагаемых туристскими фирмами г. Минска, показывает, что после экскурсий дети чаще всего предоставлены сами себе. Некоторые фирмы включают в тур одну или две дискотеки, этим, как правило, ограничивается набор нетуристских форм отдыха. Свободное время заполняется бесцельным времяпрепровождением, а иногда и негативными действиями, например, курением, распитием алкогольных напитков. Таким образом, культуросозидающий, воспитательный потенциал туристской деятельности реализуется недостаточно или не реализуется вообще. Безусловно, нельзя регламентировать всю экскурсионную поездку или

туристский поход, однако разумная организация свободного времени детей-туристов не только повышает эффективность программ детского туризма, но и отвечает требованиям безопасности.

В настоящее время Голубые озера считаются краем природопознавательного и экологического туризма. Но в большей степени их посещает молодежь, молодые семьи с детьми, подростки... Но все они сталкиваются с некоторыми проблемами в области досуга: помимо купания в замечательных озерах, принятия солнечных ванн, заняться там попросту нечем. В связи с этим нами была организована поездка в национальный парк «Нарочанский» с целью выяснения причин такой неорганизованности и предложения своих идей. В результате встречи с директором парка были рассмотрены возможные варианты организации программного семейного туризма. Нами были предложены следующие идеи.

Во-первых, программы семейных туров обязательно должны содержать мероприятия для детей, взрослых, а также совместные мероприятия, что и в состоянии предложить «Голубые озера». Популярными будут ознакомительные экскурсии, в которых могут участвовать и взрослые, и дети. Могут включаться также и отдельные экскурсии для взрослых (в комплексе предоставляются услуги по присмотру за детьми). Очень популярны прогулки на природе (по лесу, реке, к мертвому озеру). Хорошо организована экскурсия по «Экологической тропе».

Во-вторых, при организации досуговых программ также нужно будет сочетать интересы детей и взрослых: можно организовывать специальные детские праздники и конкурсные программы, отмечать дни рождения гостей в настоящий момент детей и т. п. Для этих целей нанимается специальный персонал, занимающийся организацией детских и совместных программ (аниматоры детского и семейного отдыха). Также необходимо предусмотреть игровые площадки и небольшие аттракционы на территории, прилегающей к месту временного проживания, а также игровых комнат на случай плохой погоды. В то же время не следует забывать о взрослых: организация вечеров знакомств около костра, творческих программ, наличие вечерних дискотек, куда могут пойти родители, уложив детей спать. Интересны будут также совместные программы: организация художественной самодеятельности, танцы для детей и взрослых и пр.

В-третьих, организация питания на семейных турах должна иметь свою специфику. Нужно будет рационально предоставлять два отдельных меню (для взрослых и детей) с учетом их вкусов, а также физиологических особенностей. Для детей питание обычно предоставляется 4-разовое: завтрак, обед, легкий полдник и ужин. Питание должно быть разнообразным, витаминизированным (овощи, фрукты), а также оптимальным по калорийному составу. Если отдых приходится на июль-август, когда в самом разгаре сбор лесных ягод, то в каче-

стве полдника можно предоставлять ягодные десерты: земляничные, черничные, малиновые и т. п.

Проанализировав все возможности природного комплекса, мы предлагаем готовый тур для всей семьи «Свидание с природой», который займет по времени 5 дней и 4 ночи (с понедельника по пятницу).

Программа данного тура выглядит следующим образом:

1 день (понедельник). Прибытие в Нарочь. Доставка группы в природный комплекс «Голубые озера». Размещение туристов на туристической стоянке «Мельник», в специальных, хорошо оборудованных домиках для всей семьи. Этот день насыщен свободным временем и только вечером туристы могут собраться у костра на «вечер знакомства».

2 день (вторник) после завтрака – пешеходная экскурсия по «Экологической тропе», которая продлится до обеда.

Послеобеденный отдых можно сочетать с пляжно-купальным времяпрепровождением для всей семьи. Для взрослых будет предложено погружение с аквалангом на дно озера Глубля, а также конкурс на «лучший прыжок» в воду с вышки. Предоставление лодок и катамаранов для всей семьи.

После полдника запланированы семейные конкурсы с преодолением препятствий, а также экскурсия к таинственному «Мертвому» озеру: театрализованное музыкальное шоу, маскарад на воде, вручение призов детям и сувениров взрослым. Возвращение на базу через лес, с возможностью сбора ягод.

После ужина – продолжение «вечера знакомств» у костра.

После того, как дети уснут – взрослая дискотека на берегу озера «Под звездным небом».

3 день (среда) после завтрака – конная экскурсия для детей и взрослых. Для детей предоставляется пони с проводником и используется более короткий маршрут и участие детей в акции «Юные экологи». Взрослые проходят по «Экологической тропе» в продолжение маршрута первого дня. После обеда и полуденного отдыха предусмотрены конкурсы на воде: предоставление водных шаров с передвижением на воде, водная прогулка: катание на катамаранах и лодках.

По окончании полдника предусмотрено проведение праздника цветов. Все собираются на площадке, украшенной цветами. Дети одеваются в цветочные костюмы, причем для каждой группы цветов – своя программа. По окончании программы – вручение сладких призов.

В этот день также предусматривается проведение экскурсии к озеру Глубля как альтернатива праздника.

После ужина – дискотека с участием аниматоров, клоунов и сказочных персонажей для детей и творческий конкурс-караоке для родителей «Открой в себе талант».

4 день (четверг) после завтрака – велосипедная экскурсия по «Экологической тропе», затем пляжно-купальное время, во время которого предусмотрены соревнования по пляжному волейболу.

После обеда и полуденного отдыха для детей проводится цирковое представление дрессированных лесных зверей (медведь, лиса, зайцы, белки, птички и пр.), фото с любым из зверей; для взрослых: автобусная экскурсия «Архитектурное наследие Нарочанского края».

После ужина запланирована велосипедная экскурсия вокруг озера Болдук, а позднее – карнавальная ночь для всей семьи: танцы, конкурсы, театрализация и карнавализация. А после того как дети уснут, для взрослых – романтические водные прогулки на лодках (с декоративной подсветкой, музыкой, легким угощением) по озеру Глубля.

5 день (пятница). Этот день отмечен свободным временем и по желанию – дополнительными экскурсиями. Туристам предлагается:

– пешеходная экскурсия «Жемчужина Беларуси» продолжительностью два часа и протяженностью 3 км знакомит экскурсантов с курортной зоной, здравницами, которые расположились на побережье озера Нарочь;

– «Край озерный» – автобусная обзорная многоплановая экскурсия. Протяженность маршрута – 60 км, продолжительность – 3 часа. На экскурсии туристы смогут познакомиться с Нарочанским краем, городом Мядель, посетить музей, увидеть интересные архитектурные и исторические объекты;

– «Белорусская святыня» (костел в д. Будслав) – 4-часовое путешествие в Будслав к самому большому католическому храму в Беларуси, который является Национальным Санктуарием и имеет титул «базилика малая». У туристов будет возможность увидеть чудотворную икону Божьей Матери, к которой ежегодно совершаются паломничества из всех уголков нашей республики и зарубежья.

Заканчивается программа пребывания в природном комплексе «Голубые озера» автобусным переездом в Минск.

Итак, семейный туризм способствует сплочению членов семьи, помогает открывать что-то новое друг в друге, наладить контакт, глубже узнать про интересы и увлечения как детей, так и родителей. Иными словами, во время планового отдыха всех семьей ее члены имеют возможность сделать для семейного благополучия все то, на что в обычные будни не хватает времени.

1. Национальный парк «Нарочанский» [Электронный ресурс] / Нарочь. – Режим доступа: <http://www.narochpark.by> – Дата доступа: 12.10.2011.

МОДЕЛИ МУЗЫКАЛЬНЫХ ФЕСТИВАЛЕЙ В РАМКАХ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

Петровский А.А., 5-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Модель событийного культурно-познавательного туризма, основанная на проведении фестивалей, получила широкое распространение во всем мире. Фестивали ориентированы на мировой туристический рынок и сотрудничают с крупнейшими мировыми фирмами в этой сфере бизнеса. Сегодня многие фестивали проводятся ежегодно и спонсируются крупными корпорациями. Некоторые владельцы радиостанций проводят так называемые «радио-фестивали» (англ. radio festival), приглашая рок-группы или исполнителей только определенных стилей (в соответствии с форматом радиостанции) [1, с.71].

Рок-фестиваль («рок-фест», англ. rock fest) – это масштабный концерт рок-музыки на открытой площадке, состоящий из отдельных представлений, часто протяженностью в несколько дней.

Наибольший интерес представляют альтернативные фестивали, включающие в себя мероприятия в разделах рок, фолк, электромузыки и других стилей. С информацией, размещенной только в электронных средствах информации и некоторых периодических изданиях, эти мероприятия способны собрать аудиторию, сопоставимую с датируемыми из госбюджета «Славянским Базаром» и иными фестивалями. В принципе, это единственный вид фестивалей, которые проходят по общемировым правилам, апробированным крупнейшими зарубежными фестивалями, с применением методов формирования репертуарного предложения и опыта использования комплексной системы мероприятий маркетинга.

Первые рок-фестивали на Западе начали проводиться в конце 1960-х, а традицию фестивалить всерьез завели США. В 1969 г. прошел трехдневный Вудсток под девизом «Мир, любовь и музыка!». Через год в Англии на острове Уайт прошел третий фест Isle of Wight Festival, на который съехалось около 600 тыс. зрителей. Более полутора миллионов человек собралось в Рио-де-Жанейро на фестивале Rock in Rio в 1985 году, где пел Фредди Мэркури.

В Европе крупнейшими рок-фестивалями являются: Szigeti, Glastonbury Festival, Rock am Ring, Rock im Park, Нашествие.

Фестиваль Sziget (в переводе «остров») – крупнейший и лучший музыкальный фестиваль в Венгрии. Он проходит на острове Обудаи и мобилизует около 400 тысяч меломанов. Основные площадки фестиваля: Этно-сцена, Hummer World (тяжелый рок) и, собственно, Главная Сцена. Кроме музыки, на Sziget происходят многочисленные культурные мероприятия, включая про-

смотри кинофильмов, спортивные соревнования, художественные выставки и галереи, театральные и цирковые представления, языковые школы, детские программы, розыгрыши призов, благотворительные акции и т. д.

По сути, Sziget – это не один, а множество фестивалей, образующих единое целое. Большинство современных фестивалей исповедуют эту же концепцию, стараясь воплотить музыкальные, и не только, пристрастия любого своего посетителя, организовывая также кемпинг, который разворачивается около фестивальных площадок, душевые кабины, био-туалеты, кафе и рестораны национальной кухни, а также регулярные автобусные рейсы, если это необходимо. Фестиваль и его пространство – это целый город, со своими улицами и площадями.

Гластонберийский фестиваль современного исполнительского искусства (часто сокращаемый до Glastonbury или Glasto), проводящийся с 1970 года, получил репутацию «британского Вудстока» и традиционно считается одним из главных событий в Британии, собирая около 190 000 человек.

Rock im Park и Rock am Ring – два самых больших рок-фестиваля в Германии, суммарная посещаемость обоих фестивалей в последние годы зашкаливает за 150 тысяч. Этот проект пользуется огромной популярностью у фанатов рок-музыки.

«Нашествие» – один из крупнейших в СНГ фестивалей отечественной рок-музыки под открытым небом. Организатором фестиваля выступает московская радиостанция «Наше радио». В общей сложности за 3 фестивальных дня «Нашествие» посещают более 150 000 человек.

Организационно-художественные формы проведения фестивалей в Республике Беларусь продолжают находиться в процессе формирования. Условно все музыкальные белорусские фестивали можно разделить на альтернативные, джазовые и эстрадные. Также условно можно выделить смежный многопрофильный фестиваль «Славянский базар в Витебске», который представляет собой в первую очередь крупномасштабную государственно культурную акцию. За 24 года проведения была выстроена почти идеальная маркетинговая структура и полностью решен вопрос с социальной сферой [2]. Эстрадные же фестивали в основном проходят на субсидии местного бюджета и не могут похвастаться высоким маркетинговым обеспечением и имеют почти такую же, как и на «Славянском базаре в Витебске» художественную концепцию («Белорусская музыкальная осень», «Минская весна», «Золотой шлягер», «Музы Нясвіжа»). Тем не менее, количество фестивалей в Беларуси за последние три года сократилось со 160 до 60.

Подобная «Нашествию» практика организации фестивалей характерна и для нашей страны. Один из старейших и самых популярных белорусских рок-фестивалей «Рок-кола» (Рок-колесо) берет свое начало еще с 1990 года. Не менее знаменитым является фестиваль «Рок па вакацыях», который впервые прошел 1 сентября 1993 года в Минске на открытой площадке Парка

Челюскинцев. Одним из наиболее интересных фестивалей является прошедший под Минском, в парке отдыха Крутогорье 3–4 сентября первый Международный музыкальный фестиваль «Бархатный сезон-2010», а в ночь с 3 на 4 сентября в рамках «Бархатного сезона» – второй фестиваль белорусской актуальной музыки «Можно!». Также нельзя не упомянуть легендарный фестиваль «Вольнае паветра» проходивший с 2006 года, ведь подобного события нет не только в белорусской музыкальной истории, но и всего СНГ. Фестиваль, организованный неофициально и разрекламированный всего за 5 дней на двух сайтах и собравший более 5 тысяч человек, достоин именоваться «этно-Вудсток».

Понимая значение крупных фестивальных проектов для экономики, местные власти должны создавать им режим наибольшего благоприятствования, финансируя часть расходов из своих бюджетов. И хотя даже самый престижный и дорогой фестиваль не может обеспечить финансирование своей программы только за счет продажи билетов, региональная экономика и органы городского управления получают немалую косвенную прибыль от их проведения, а календарь событийного туризма Беларуси пополнится интересными музыкальными событиями.

Модель событийного туризма на основе музыкальных фестивалей получила широкое распространение в тех европейских странах, регионах и городах, которые ориентированы на мировой туристический рынок, сотрудничают с крупнейшими фирмами в этой сфере бизнеса. Во всех туристических справочниках на всех ведущих языках можно найти самую подробную информацию о сроках проведения фестивалей и их программе, а также контактные телефоны для бронирования билетов. Этот механизм великолепно отлажен в течение многих лет.

Похожая модель действует и в отношении национальных и местных фестивалей во всех крупных европейских странах. Различия заключаются в том, что они вовлечены во взаимодействие с национальными и региональными туристическими рынками и программами [5, с. 71].

1. Периль, Б.В. Фестивальная практика: опыт case-study / Б.В. Периль // Экология культуры: Инф. бюллетень. – Архангельск, 2002. – № 3 (28). – С. 24 – 73.

2. Фестивальный Витебск [Электронный ресурс] / Сайт фестиваля Славянский базар в Витебске. – Режим доступа: <http://festival.vitebsk.by/ru/news/2010/07/17/001300.html> – Дата доступа: 05.10.11.

3. Фестивали [Электронный ресурс] / Все фестивали. – Режим доступа: <http://allfest.ru/> – Дата доступа: 05.11.11.

4. Фестивали, концерты, спектакли [Электронный ресурс] / Обо всем – Режим доступа: <http://another.by/blogs/music/382/> – Дата доступа: 01.10.11.

5. Рубрика «Культура» [Электронный ресурс] / Навины. ву. – Режим доступа: <http://naviny.by/rubrics/culture/2010/06/27>. – Дата доступа: 01.10.11.

КУЛЬТАВАЕ ДОЙЛІДСТВА ШЧУЧЫНСКАЙ ЗЯМЛІ ЯК ТУРЫСТЫЧНЫ РЭСУРС ПРЫ АРГАНІЗАЦЫІ КУЛЬТУРНА-ПАЗНАВАЛЬНЫХ ТУРАЎ

Пінчук С.В., Місюк А.В., 2-й курс

Навуковы кіраўнік – Данскіх С.У., канд. культуралогіі, дацэнт

Гродненскі дзяржаўны ўніверсітэт імя Янкі Купалы, Рэспубліка Беларусь

На працягу сваёй гісторыі беларускі народ стварыў высокаразвітую і арыгінальную архітэктuru. Захаваныя звесткі пра помнікі манументальнага, у прыватнасці, культуравага дойдства Беларусі сведчаць пра майстэрства яго стваральнікаў, дэманструюць адметныя рысы архітэктурна-мастацкіх плыняў і дасягненняў сваёй эпохі. Яны таксама адлюстроўваюць асаблівасці гістарычнага развіцця беларускіх земляў і апавядаюць пра верацярпімасць беларускага народа і разнастайнасць рэлігійных канфесій, якія існавалі адначасна ці ў розныя перыяды на тэрыторыі Беларусі (паганства, праваслаў'е, вуніацтва, каталіцызм, пратэстантызм, мусульманства, іудаізм).

Актуальнасць даследчыцкай працы выклікана тым, што вывучэнне архітэктурнай спадчыны Беларусі, вызначэнне рэгіянальных яго рыс набывае значную перспектыву для развіцця нацыянальнай турыстычнай індустрыі. Сёння мы назіраем вялікую цікавасць з боку індывідаў, сацыяльных груп, этнасаў да самаідэнтыфікацыі, якая ў сваю чаргу немагчымая без звароту да сваёй культурнай спадчыны. На хвалі адраджэння рэлігійных каштоўнасцяў узрасла цікавасць да вывучэння культуравага дойдства. Таму культуравае дойдства можа стаць адным з турыстычных рэсурсаў пры арганізацыі культурна-пазнавальных тураў.

Галоўнай мэтай працы стала апісанне культуравага дойдства на тэрыторыі Шчучынскага раёна, жыхарамі якога мы з'яўляемся. Тым больш гэта актуальна для Шчучынскай зямлі, таму што на яе тэрыторыі да нашых дзён захаваліся выдатныя помнікі культуравага дойдства XVI–XIX ст., такія, як Маламажэйкаўская царква-крэпасць, Ражанкаўскі Петрапаўлаўскі касцёл, касцёл святой Тэрэзы і царква Міхаіла Архангела ў Шчучыне, Жалудоцкі касцёл Ушэсця і іншыя выдатныя помнікі.

Адпраўным пунктам у вывучэнні культурных збудаванняў Шчучынскай зямлі, безумоўна, павінна стаць старэйшая на тэрыторыі Свята-Раства-Багародзіцкая царква ў в. Мураванка. Яна пабудавана ў 1524 г. з цэглы. Царква – помнік абарончага дойдства гатычна-рэнесанснага стылю, які не мае аналагаў у еўрапейскім мастацтве [2, с. 475].

Сярод архітэктурных стыляў, якія найбольш ярка прадстаўлены на Шчучынскай зямлі, варта адзначыць барока, класіцызм і неаготыку, якія шчыльна звязаны з гісторыяй каталіцкай царквы на Беларусі, а таксама «псеўдарускі» рэтраспектывны стыль, які быў уласцівы большасці праваслаўных храмаў Беларусі ў другой палове XIX – пачатку XX ст.

Помнікам архітэктурны позняга барока з'яўляецца касцёл святога Іаана Хрысціцеля ў в. Васілішкі. Пабудаваны ў 1769 г. з цэглы [2, с. 479]. Касцёл Найсвяцейшай Тройцы ў в. Ішчална пабудаваны ў 1785 г. з цэглы. Касцёл – помнік архітэктурны позняга барока з элементамі стылю ракако [2, с. 481].

Класічным прыкладам культавай архітэктурны класіцызма з'яўляецца касцёл св. Тэрэзы, пабудаваны ў Шчучыне ў 20-х гадах XIX ст. У цэнтры г.п. Жалудок знаходзіцца касцёл ушэсця Найсвяцейшай Дзевы Марыі. Ён пабудаваны ў 1854 г. з бутаванага камяню і цэглы у стылі позняга класіцызму. Адметнай рысай касцёла з'яўляецца тое, што пад алтаром знаходзіцца крыпта з пахаваннямі прадстаўнікоў рода Тызенгаўзаў [2, с. 480].

На паўночным ускраіку вёскі Ражанка можна пабачыць адзін з першых твораў архітэктурны рэтраспектыўна-гатычнага стылю на Беларусі – касцёл святых апосталаў Пятра і Паўла. Ён пабудаваны ў 1674 г. з цэглы і бутаванага камяню па фундацыі графа Паца паводле праекта выдатнага польска-італьянскага архітэктара Хенрыка Марконі [2, с. 485]. Помнікам архітэктурны неаготыкі з'яўляецца касцёл святога Антонія Падуанскага ў в. Каменка. Храм пабудаваны ў 1908 г. Крыж на месцы былога касцёла – месца хрышчэння Элізы Ажэшкі [2, с. 483]. У в. Лядск пабудаваны касцёл Святога Станіслава. Фундамент яго стаіць на каменях з імёнамі, якія, на жаль, шмат дзе ледзь захаваліся. Сцены касцёла з усіх бакоў пакрыты слядамі ад стрэлаў і выбухаў, якія пакінула апошняя вайна [2, с. 484].

Зусім непадалёку ад в. Васілішкі абавязкова трэба наведацца ў в. Старыя Васілішкі і пазнаёміцца з архітэктурай і ўбранствам касцёла святых апосталаў Пятра і Паўла. Пабудаваны ў 1897–1903 гг. паводле праекта вядомага польскага дойліда Канстанціна Вайцяхоўскага з чырвонай цэглы ў стылі неаготыкі. Талент дойліда, майстэрства мастакоў-дэкаратараў робяць храм сапраўдным музеем мастацтва [2, с. 487]. Варта дадаць, што арганістам у касцёле працаваў бацька самага славутага польскага музыканта XX ст. Чэслава Немена, які пасцігаў тут аснову музычнага мастацтва.

Спіс аб'ектаў турыстычнага маршруту «Помнікі культавага дойлідства Шчучынскай зямлі»:

1. Свята-Раства-Багародзіцкая царква ў в. Мураванка.
2. Свята-Параскева-Пятніцкая царква ў в. Бершты.
3. Касцёл святога Іаана Хрысціцеля ў в. Васілішкі.
4. Касцёл святых апосталаў Пятра і Паўла ў в. Старыя Васілішкі.
5. Касцёл Ушэсця Найсвяцейшай Дзевы Марыі ў г.п. Жалудок.
6. Касцёл Найсвяцейшай Тройцы ў в. Ішчална.
7. Касцёл святых апосталаў Пятра і Паўла ў в. Ражанка.
8. Сінагога ў в. Астрыно.
9. Касцёл Святога Антонія Падуанскага ў в. Каменка.
10. Касцёл Святога Станіслава ў в. Лядск.
11. Касцёл Унебаўзятца Найсвяцейшай Панны Марыі ў Новым Двары.

12. Сінагога ў мястэчку Новы Двор.

13. Вёска Першамайская.

Такім чынам, Шчучынская зямля характарызуецца значным культурна-гістарычным патэнцыялам, у складзе якога культурава збудаванні займаюць адно з найболей важных месцаў. Наяўная культурная спадчына Шчучынскага раёна можа эфектыўна выкарыстоўвацца у экскурсійнай дзейнасці, для прыцягнення айчынных і замежных турыстаў. Шчучынскі раён знаходзіцца ў 60 км ад Гродна, 120 км ад Вільнюса, у 140 км ад Беластока і у 240 км ад Мінска, што дазваляе развіваць на яго тэрыторыі як унутраны, так і міжнародны турызм.

Сучасны стан канфесійнай структуры Рэспублікі Беларусь, а гэтак жа яе гістарычнае развіццё зрабілі адпаведны ўплыў на структуру культурава збудаванняў розных канфесій у Рэспубліцы Беларусь, у тым ліку і Шчучынскага раёна. Турысцкія маршруты па культурава помніках маюць тую ж асноўную праблему, што і іншыя сферы заязнога турызму – няразвітасць турысцкай інфраструктуры. Таму развіццё дадзенага выгляду турысцкай дзейнасці будзе шмат у чым залежаць ад далейшага развіцця турысцкага комплексу у месцах, багатых сваімі культуравамі помнікамі.

1. Архітэктара Беларусі: энцыкл. давед. / Беларусь. энцыкл.; рэдкал.: А.А. Воінаў [і інш.] – Мінск.: БелЭн, 1993.

2. Памяць: гіст.-дакум. хроніка Шчучынскага раёна / Рэдкал.: Г.П. Пашкоў (гал. рэд.) [і інш.]; Маст. Э.Э. Жакевіч. – Мінск.: БелЭн, 2001.

РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИЙ ПО ОКАЗАНИЮ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ДРОЦ «ЖДАНОВИЧИ»)

Полупанова Н.В., 6-й курс

Научный руководитель – А.Г. Фурманов, д-р пед. наук, профессор
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Развитие туризма является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь. Туристический потенциал Беларуси базируется, главным образом, на многообразии, красоте и первозданности природы страны, уникальности историко-культурного наследия.

В настоящее время назрела необходимость в дальнейшей разработке и проведении в жизнь государственной политики в области санаторно-курортного дела с учетом интересов населения всех возрастных групп и социальных категорий. Санаторно-курортное лечение и оздоровление различных возрастных

категорий населения широко востребованы. Повышается качество лечебных и оздоровительных услуг. За счет государственных внебюджетных фондов осуществляется частичное финансирование санаторно-курортного лечения, оздоровления и отдыха различных групп населения, в том числе детей, ветеранов, инвалидов.

После аварии на ЧАЭС число здоровых детей за короткий период на загрязненных радионуклидами территориях уменьшилось более чем в три раза, число детей, имеющих хронические заболевания, увеличилось в 2,3 раза [1]. В целях сохранения здоровья населения, пострадавшего от катастрофы на Чернобыльской АЭС, с каждым годом возрастает роль санаторно-курортного лечения и оздоровления. Ежегодное бесплатное санаторно-курортное лечение или оздоровление является одной из наиболее значимых и востребованных мер социальной и медицинской защиты. Создание ДРОЦ – это важное звено в оздоровлении нации. В связи с этим выбор темы дипломной работы актуален.

Целью работы является выявление и изучение технологий по оказанию оздоровительных услуг в детских реабилитационно-оздоровительных центрах. Для достижения поставленной цели необходимо было решить следующие задачи:

- изучить опыт работы санаторно-курортных организаций;
- выявить функции ДРОЦ;
- проанализировать нормативно-правовые акты, регулирующие работу центров;
- ознакомиться с материально-технической и лечебной базой ДРОЦ;
- разработать оздоровительные услуги как для белорусов, так и для иностранных граждан.

Предметом исследования явилась разработка новых оздоровительных услуг в санаторно-курортных организациях. Объект исследования – ДРОЦ «Ждановичи». Теоретической и методологической основой для написания работы послужили нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность санаторно-курортных организаций, учебные пособия и другие литературные источники. Разработка технологий по оказанию оздоровительных услуг рассматривается на примере деятельности ДРОЦ «Ждановичи».

ДРОЦ «Ждановичи» имеет общетерапевтический профиль и в первую очередь предназначен для оздоровления детей, пострадавших при аварии на ЧАЭС. Его непосредственное подчинение Департаменту по ликвидации последствий аварии на ЧАЭС при Министерстве по чрезвычайным ситуациям Республики Беларусь. Расположен ДРОЦ в курортной зоне, на берегу водохранилища Криница, входящего в состав Вилейско-Минской водной системы [2].

ДРОЦ «Ждановичи» является специализированным учреждением, принимающим на оздоровление и санаторно-курортное лечение детей и подростков, проживающих на территории радионуклидного загрязнения. Лечение и оздоровление детей всегда комплексное и направлено на усиление выведения радиоактивных веществ из организма. Для каждого ребенка составляется ин-

дивидуальная программа реабилитации, содержащая перечень оптимальных для ребенка реабилитационных мероприятий медицинского, психолого-педагогического и социального характера [3].

При реабилитации детей, проживающих на территории радионуклидного загрязнения, предпочтение отдается природным лечебным факторам и немедикаментозным методам лечения. В ДРОЦ «Ждановичи» дети получают многопрофильную санаторную реабилитацию, основанную на широком применении естественных целебных физических факторов, обеспечивающих высокую эффективность восстановительной терапии, реабилитации и профилактики.

К природным лечебным факторам относятся: ландшафт, климат, солнце, воздух, вода, пелоиды (лечебные грязи). Основными методами, используемыми в ДРОЦ, являются: климатолечение; бальнеотерапия; грязелечение; фитотерапия; массаж; гидротерапия. За обеспечение эффективного лечения, организацию надлежащего отдыха и учебного процесса, соблюдение санитарно-гигиенических и противоэпидемических правил, режима питания, выполнение в полном объеме комплекса лечебно-оздоровительных мероприятий, экспорта услуг, отсутствие жалоб по итогам за 2010г. ДРОЦ «Ждановичи» присуждено 1-е место среди всех ДРОЦ Республики Беларусь. На рисунке 1 представлено количество пациентов, оздоравливающихся в год в ДРОЦ «Ждановичи».

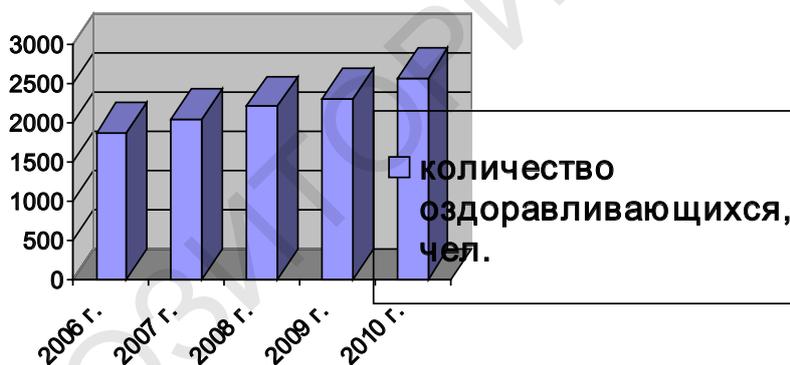


Рисунок 1 – Количество пациентов, оздоравливающихся в год

С целью выявления наиболее предпочтительных видов оздоровительных услуг для привлечения белорусских и иностранных граждан среди пациентов был проведен анкетный опрос. Проанализировав данные анкетного опроса, можно сделать следующие выводы: 59 % пациентов хотели бы еще раз вернуться в ДРОЦ; 18 % – ответили отрицательно; 23 % – затруднились с ответом.

При оценке уровня обслуживания, пациенты поставили оценку: «отлично» (20 % – размещение, 18 % – уборка номеров, 60 % – медицинские услуги, 50 % – питание); «хорошо» (59 % – размещение, 53 % – уборка номеров, 23 % – медицинские услуги, 32 % – питание); «удовлетворительно» (18 % – размещение, 25 % – уборка номеров, 16 % – медицинские услуги, 13 % – питание); плохо (3 % – размещение, 4 % – уборка номеров, 1 % – медицинские услуги, 5 % – питание).

При оценке медицинских услуг, пациенты поставили оценку:

«отлично» (60 % – электролечение, 55 % – светолечение, 53 % – теплолечение, 57 % – спелеотерапия, 58 % – ароматерапия, 55 % – ингаляции, 60 % – массаж, 50 % – фитотерапия, 51 % – водолечение);

«хорошо» (20 % – электролечение, 31 % – светолечение, 10 % – теплолечение, 12 % – спелеотерапия, 27 % – ароматерапия, 32 % – ингаляции, 19 % – массаж, 39 % – фитотерапия, 20 % – водолечение);

«удовлетворительно» (9 % – электролечение, 6 % – светолечение, 4 % – теплолечение, 4 % – спелеотерапия, 5 % – ароматерапия, 5 % – ингаляции, 9 % – массаж, 5 % – фитотерапия, 9 % – водолечение);

«неудовлетворительно» (1 % – электролечение, 3 % – светолечение, 3 % – теплолечение, 2 % – спелеотерапия, 2 % – ароматерапия, 3 % – ингаляции, 2 % – массаж, 1 % – фитотерапия, 5 % – водолечение).

Количество отдыхающих, которые не проходили процедуру: (10% – электролечение, 5 % – светолечение, 30 % – теплолечение, 25 % – спелеотерапия, 8 % – ароматерапия, 25 % – ингаляции, 10 % – массаж, 5 % – фитотерапия, 15 % – водолечение).

Услуги были оценены на: «отлично» (42 % – сауна с бассейном, 70 % – лыжероллерная трасса, 73 % – кинозал, 58 % – клуб с актовым залом, 52 % – спортивный зал); «хорошо» (15 % – сауна с бассейном, 18 % – лыжероллерная трасса, 10 % – кинозал, 27 % – клуб с актовым залом, 32 % – спортивный зал); «удовлетворительно» (33 % – сауна с бассейном, 10 % – лыжероллерная трасса, 15 % – кинозал, 12 % – клуб с актовым залом, 10 % – спортивный зал); «неудовлетворительно» (10 % – сауна с бассейном, 2 % – лыжероллерная трасса, 2 % – кинозал, 3 % – клуб с актовым залом, 6 % – спортивный зал).

При оценке номера, пациенты поставили оценку: «отлично» (30 % – чистота номера, 15 % – состояние номера), «хорошо» (63 % – чистота номера, 70 % – состояние номера), «удовлетворительно» (7 % – чистота номера, 10 % – состояние номера), «неудовлетворительно» (5 % – состояние номера).

За последние 5 лет 5 % пациентов не посетили санатории, 1–3 раза посетили санатории – 62 %, 4–6 раз посетили санатории – 37 %, и более 7 санаториев посетило 20 % пациентов. Большинство пациентов (83 %), впервые узнали про ДРОЦ «Ждановичи» из Интернета, а 17 % – от знакомых. 34 % пациентов приезжают в ДРОЦ, чтобы получить лечение; 10 % – отдохнуть; 49 % – оздоровиться, лишь 7 % отметили другое.

На основании анкетирования предложены к внедрению несколько новых терапий: криотерапия, гирудотерапия, иглорефлексотерапия, арттерапия. Эти новые виды терапии обладают хорошим лечебным эффектом и будут способствовать увеличению числа пациентов.

Помимо внедрения новых видов терапии, предложено создание нового бассейна с системой очистки воды без хлора, что крайне важно, когда речь идет о детях, с гидромассажем и гидропушками, с водопадом и зоной развлече-

ний для детей. Предложено создание веревочного городка. Трассы веревочных городков рассчитаны на разный уровень подготовки «туриста». Это комплекс различных заданий-препятствий, размещенных на высоте нескольких метров над землей. Подвесные мосты чередуются со спусками и подъемами, подвешенными бревнами, веревочными переправами, искусственными скалодромами и ледодромами.

В целом следует отметить, что для сохранения постоянных клиентов и привлечения новых необходимо не только повысить уровень обслуживания, но и реконструировать старые и построить новые объекты инфраструктуры комплекса, а также расширить спектр оздоровительных услуг.

1. Официальный сайт ООО «Русмедприбор» [Электронный ресурс] / Медицинские приборы. – Минск, 2011. – Режим доступа: <http://www.miomaster.ru/index.php>. – Дата доступа: 14.01.2012.

2. Детский реабилитационно-оздоровительный центр «Ждановичи» [Электронный ресурс] / Официальный сайт ДРОЦ «Ждановичи». – Минск, 2011. – Режим доступа: www.zhdanovich.narod.ru/glavn.html. – Дата доступа: 15.12.2011.

3. Ветитнев, А.М. Курортное дело: учеб. пособие / А.М. Ветитнев, Л.Б. Журавлева. – М.: КНОРУС, 2006. – С. 386.

СПОСОБЫ УДЕШЕВЛЕНИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Поляков А. Ю., 5-й курс

Научный руководитель – Л.В. Штефан, канд. геол.-минерал. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Современный туризм невозможно представить без рекламы. Ведь она – самый действенный инструмент в попытках туристического предприятия донести информацию до своих клиентов, модифицировать их поведение, привлечь внимание к предлагаемым услугам, создать положительный имидж самого предприятия, показать его общественную значимость.

Практически каждая туристическая фирма тратит определенную часть своего бюджета на рекламные услуги. Известно, что для эффективного воздействия рекламы на потребителя необходимо периодически менять дизайн рекламы – обычно через определенный промежуток времени, например, два раза в год, соответственно, и платить за нее тоже надо. Изучив возможности визуальной рекламы, автором был предложен способ избежать столь высоких затрат, выявив определенные возможности для экономии.

Туристическая организация, заказывая рекламу в рекламном агентстве, платит за нее 100 % стоимости, заказывая две рекламы, платит 200 % и т. д. (в стоимость выполнения рекламы входит плата за разработку дизайна макета и производство без учета несущей конструкции, монтажных работ и скидки). Стоимость наружной рекламы вообще формируется из нескольких составляющих. Основными из них являются: стоимость регистрации и оформления, стоимость изготовления конструкции, арендная плата, которую платит владелец конструкции городу, стоимость изготовления и установки рекламы, агентская комиссия. Все вышеперечисленные составляющие стоимости могут меняться в зависимости от типа наружной рекламы (размера, расходных материалов), места ее расположения (престижности района, сезона, общей конъюнктуры рынка и др.), длительности аренды места, и здесь есть много возможностей для удешевления конечной стоимости. Мной же предлагается рассмотреть способ удешевления рекламы за счет экономии на выполнении повторных дизайн-макетов, т.е. тех расходов, в которых мы бы нуждались, если бы каждый раз заказывали новую рекламу. По данным рекламных агентств г. Минска, расходы на выполнение дизайн-макетов для наружной рекламы, в частности, для билбордов, составляют около 20 % от стоимости рекламы.

По моим расчетам, затратив в первый раз средства на заказ рекламы в определенном месте, ее регистрацию, оплату аренды несущей конструкции, производство вывески и монтажные работы, при повторном заказе мы вполне смогли бы заплатить до 80 % от общей стоимости (если не учитывать возможную скидку как постоянным клиентам), если бы предоставили рекламному агентству свой дизайн-макет. Для этого существует, на мой взгляд, следующий способ. Можно заказать у рекламной фирмы так называемую «блоковую» рекламу, состоящую из визуальных блоков, например, из трех разных фоновых блоков рисунков, трех разных блоков цветных элементов (смысловых изображений), которые будут сочетаться с фоновыми блоками, и трех разных блоков с наборами текстов (слоган, информационный блок и координаты туристической организации). Все составные части (визуальные блоки) должны между собой сочетаться – иметь единый стиль и сочетающуюся, дополняющую или контрастную цветовую гамму. В результате, мы получаем 27 разных вариантов рекламы. Естественно, нецелесообразно использовать все 27 вариантов, так как они будут мало отличимыми друг от друга, и самым оптимальным вариантом будет 5–6 сочетаний имеющихся готовых блоков изображений (фон, рисунок, текст). Безусловно, заказ такого комплексного макета, состоящего из многих дизайнерских элементов, будет дороже, чем обычный дизайн-макет, но не в три раза.

Меняя дизайн-макет и оплачивая рекламу 6 раз в течение трех лет, мы имеем возможность сэкономить до $20\% \times 6 = 120\%$ от стоимости одной установки рекламы на фиксированный период времени.

Еще один способ экономии заключается в изменении только цветов основных фоновых элементов. Фирма заказывает в рекламном агентстве одну рекламу с расчетом на возможность эффективно менять цвета. Поменять цвета эффективно будет возможно только 2–3 раза, но заплатит туристическая организация за эту рекламу всего один раз. В отличие от предыдущего способа, тут количество эффективных вариантов очень ограничено, и поэтому заказывать новую рекламу нужно будет чаще. Но и стоит такая реклама может дешевле, чем «блоковая», так как вариант дизайна только один.

ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ СП ЗАО «ПАРК АКТИВНОГО ОТДЫХА “ЯКУТСКИЕ ГОРЫ”»

Порошкова О.А., 6-й курс,

Научный руководитель – В.В. Дворниченко, канд. ист. наук, профессор
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

В настоящее время в туристической индустрии идет жесткая борьба за каждого клиента. Заведомо проигравшими оказываются те предприятия, которые не могут предложить стильный и запоминающийся дизайн. И наоборот, интересно выполненный дизайн гостиницы, ресторана может завуалировать для посетителя некоторые недостатки заведения.

При планировке необходимо добиться того, чтобы атмосфера, дизайн, стиль находились в гармонии с его общей концепцией, ни в чем не конфликтуя между собой. Дизайн помещения должен быть не только привлекательным внешне, но и функциональным. Каким бы он ни был, он должен сохранять свою логичность.

При проектировании туристических предприятий нельзя опираться только на эстетический взгляд. В первую очередь проектирование должно опираться на разумные требования, предъявляемые к данному типу помещений. Одним только красивым оформлением еще никому не удалось добиться процветания предприятия, если при этом планировка его помещений не была проработана рационально.

Зачастую горнолыжные центры устанавливают неоправданно высокие цены на свои услуги, стремясь максимизировать свою прибыль. Услуги конкурентов пользуется определенным спросом, но приобрести ее могут лишь граждане с довольно высокими доходами. Достижение стратегии низких цен возможно путем реализации проекта по уменьшению текущих и производственных затрат, внедрении системы различного рода скидок.

В действиях конкурентов следует опасаться изменений маркетинговой политики и возможного снижения цен на свою продукцию.

В противодействие конкурентам предполагается введение собственных маркетинговых мероприятий по реализации продукции. Это проведение рекламных кампаний на местном радио, телевидении, в местных органах печати и на торговых точках.

Поэтому в СП ЗАО «Парк активного отдыха «Якутские горы»» необходимо произвести следующее:

- построить гостиничный комплекс с приемлемыми ценами для граждан Европы и стран ближнего зарубежья, в первую очередь для людей со средним доходом;
- обеспечить высокое качество обслуживания;
- расширить сферу деятельности СП ЗАО «Парк активного отдыха «Якутские горы»», которая заключалась бы в дополнении дизайна и внедрению новых проектных решений;
- обеспечить доставку посетителей маршрутным транспортом;
- разработать мероприятия по продвижению продукции в России и странах ближнего зарубежья.

В результате проведения вышеперечисленных мероприятий будет обеспечен высокий объем продаж, доход, а соответственно, и прибыль, что в свою очередь положительно отразится не только на улучшении работы предприятия, но и сделает его более привлекательным как для жителей Республики Беларусь, так и для иностранных туристов.

1. АльфаСпорт комплект [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: <http://www.alfascom.ru/golf.html> – Дата доступа: 20.01.2012.

2. Глазычев, В.Л. Дизайн как он есть / В.Л. Глазычев. – 2-е изд., доп. – М.: Европа, 2006. – 320 с.

3. Интернет-портал / Якутские горы [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.yago.by/> – Дата доступа: 18.12.2011.

4. Информационно-справочный портал Беларуси / Якутские горы [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: <http://www.interfax.by/place/59010> – Дата доступа: 10.12.2011.

5. Калмыкова, Н.В. Дизайн поверхности: композиция, пластика, графика, колористика: учеб. пособие / Н.В. Калмыкова, И.А. Максимова. – М.: Университет, 2010. – 153 с.

6. Обомсавин, Р. Деревянные дома: искусство и мастерство / Роббин Обомсавин. – М.: ЗАО Издательский Дом «Красивые дома пресс», 2006. – 160 с.

7. Рыбникова, В.Ю. Архитектурная колористика. Цвет в интерьере: учеб. пособие для студентов специальности 270301 «Архитектура» очной формы обучения / В.Ю. Рыбникова, И.В. Кулага. – Кострома: КГСХА, 2007. – 40 с.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Пунтик С.Л., 6-й курс,

Научный руководитель – В.В. Дворниченко, канд. ист. наук, профессор
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

До нынешнего, примерно, двадцатилетнего периода жизнедеятельности общества существовала четкая тенденция считать производственную сферу основной в системе экономики государства, а непроизводственную – «так себе», чем-то второстепенным. Время опровергло эту докторину, и сегодня даже само понятие «непроизводственная сфера» потеряло свое былое назначение. Напротив, целый ряд ее отраслей властно влияет на современный экономический уклад.

Сказанное в полной мере относится и к туризму во всех его ипостасях, и особенно – к въездному, поскольку он приносит значительные валютные поступления в государственную казну, создает все новые рабочие места, способствует расширению материально-технической базы туризма, улучшает и наращивает инфраструктуру и мест оседлого пребывания иностранных граждан, и в пунктах их проследования (транзита).

Развитие туризма в Республике Беларусь должно основываться на тех его видах и формах, которые позволяют наши ресурсы. Иначе говоря, прежде всего максимально и комплексно использовать имеющиеся уникальные природные комплексы и памятники архитектуры, истории, самобытные достояния культуры, включая традиционные фестивали, народные праздники и обряды.

В то же время для дальнейшего развития въездного туризма необходимо иметь соответствующую стратегию, которая предполагает следующие операции:

- оценку существующего туристического рынка, определение наиболее перспективных его сегментов и прогноз туристско-рекреационных потоков;
- разработку предложений по организационной и функциональной структуре главных (первоочередных) туристских зон и объектов, их реконструкции, улучшению социальной инфраструктуры и доступа к ним;
- определение источников инвестирования и круга лиц (организаций), заинтересованных и содействующих развитию туристической деятельности в регионе и республике.

Однако существуют и исходные проблемы, без разрешения которых данная стратегия обречена. Они обусловлены отсутствием у нас многих базисных компонентов эффективной системы туризма, а именно:

- индустрии туризма как самостоятельной отрасли народного хозяйства;
- единой методики анализа рынка и полноценной статистической отчетности о потоках туристов в республике и по регионам, что затрудняет их оценку и прогнозирование;

- должного по международным стандартам комфорта проживания у нас иностранных туристов при несопоставимо больших ценах за него;
- государственных и частных инвестиций в сферу туризма и, как следствие этого, дальнейшей заинтересованности отечественных и зарубежных инвесторов;
- единой системы научного и рекламно-информационного обеспечения туристического продукта на внутреннем и внешнем рынках.

В заключение перечислим важнейшие направления мероприятий, проведение которых необходимо для успешной реализации стратегических планов устойчивого развития въездного туризма на региональном уровне:

- реконструкция гостиничного хозяйства и выбор альтернативных форм размещения туристов (частных отелей-пансионов, использование нерентабельных рекреационных учреждений, аренда жилья и т. п.);
- расширение (модернизация) сферы туристических услуг;
- стандартизация и сертификация туристического продукта и туристических услуг;
- организация рекламной кампании по популяризации туризма и его объектов в регионе и вне (отечественный и международный рынок), возможности проведения региональных и участия в национальных туристических ярмарках и выставках;
- определение сельскохозяйственных и фермерских хозяйств (особенно конеферм, звероферм и экспериментальных хозяйств), на базе которых возможно развитие агротуризма (сельского туризма);
- подготовка региональных кадров для туристической отрасли;
- разработка проектной и научно-исследовательской документации по развитию, реставрации, реконструкции, модернизации объектов и территорий туризма, реабилитация ранее популярных, но утерянных туристических маршрутов и разработка новых.

В связи с этим выполнение данных предложений поможет, на наш взгляд существенно повысить въездной туризм в Республику Беларусь.

1. Александрова, А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
2. Боголюбов, В.С. Экономика туризма / В.С. Боголюбов. – М.: Академия, 2005. – 192 с.
3. В Минске обсудили проблемы въездного туризма // Газета «Отдых» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rest.ej.by/sociaty/2010-09-13/v_minske_obsudili_problemy_vezdnogo_turizma.html. – Дата доступа: 17.12.2011.
4. Гайдукевич, Л.М. Международный туризм в системе взаимодействия стран Центральной и Восточной Европы в конце XX – начале XXI века / Л.М. Гайдукевич. – Минск: Четыре четверти, 2007. – 300 с.
5. Галиновский, И. О развитии сферы туризма в Республике Беларусь / И. Галиновский // Туринфо Беларуси. Информационно-аналитическое издание для работников туристской отрасли. – 2009. – 07 окт. – 4 с.

НЕМАТЕРИАЛЬНОЕ КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ БЕЛАРУСИ В КОНТЕКСТЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Райко Н.К., 4-й курс

Научный руководитель – Н.Б. Журавлева, канд. ист. наук, доцент
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,
Республика Беларусь

Каждый народ имеет собственную историю и культурное наследие, которое отражает многовековой опыт, духовные устремления и творческие плоды многих поколений. Культурное наследие может существовать в двух видах: материальном и нематериальном. Нематериальное культурное наследие очень уязвимо, с уходом носителей оно может бесследно исчезнуть, поэтому его охрана является важным элементом национальной политики любого государства.

В октябре 2003 года в Париже на Генеральной конференции ЮНЕСКО была принята Международная конвенция об охране нематериального культурного наследия. В 2005 году конвенцию ратифицировало 26 стран, в том числе и Беларусь. Согласно Конвенции, «нематериальное культурное наследие» означает обычаи, формы представления и выражения, знания и навыки, а также связанные с ними инструменты, предметы, артефакты и культурные пространства, признанные сообществами, группами и в некоторых случаях отдельными лицами в качестве части их культурного наследия. Такое нематериальное культурное наследие, передаваемое от поколения к поколению, постоянно воссоздается сообществами и группами в зависимости от окружающей их среды, их взаимодействия с природой и их истории и формирует у них чувство самобытности и преемственности, содействуя тем самым уважению культурного разнообразия и творчеству человека [1].

Нематериальное культурное наследие является идентификационным фактором, основой культурного разнообразия, базой устойчивого развития общества, поэтому его сохранение и передача последующим поколениям является первоочередной задачей любой нации. В свою очередь, использование нематериального культурного наследия в туристической деятельности может способствовать его защите, сохранению и популяризации. К сожалению, в Республике Беларусь нематериальное культурное наследие далеко не в полной мере используется для создания инновационного турпродукта. Однако в последнее время наблюдается рост интереса общественности и туристических организаций к нематериальному культурному наследию Беларуси. Так, 13 января 2012 г. в г. Копыль состоялся научно-практический семинар «Туризм как действенное средство сохранения элементов нематериального культурного наследия». Одним из главных вопросов, обсуждавшихся на семинаре, был вопрос о необходимости создать благоприятные условия и механизмы для сохранения нематериального культурного наследия (далее – НКН) и его включение в современное

культурное пространство. В ходе семинара были выработаны следующие рекомендации для использования НКН в сфере турбизнеса [2]:

1. Бережное отношение к элементам НКН, сохранение аутентичности обрядов.
2. Разработка проекта национального закона по сохранению НКН.
3. Формирование принципов создания туристического продукта на основе НКН.
4. Создание радио- и телепередач соответствующей тематики, выпуск периодических изданий и публикаций, рекламной продукции по НКН.
5. Создание специализированного интернет-ресурса по НКН Беларуси.
6. Повышение образовательного уровня работников в сфере культуры, образования и туризма по сохранению и использованию элементов НКН.
7. Развитие дальнейшего взаимодействия и междисциплинарного сотрудничества экспертов разных сфер: культуры, науки, образования, туризма.
8. Наличие сценария «туристического продукта», в который в наиболее корректной форме включается элемент НКН (сценарий должен быть согласован с Министерством культуры).
9. Определение допустимой «туристической нагрузки» на каждый конкретный элемент НКН (например, если в доме, где проводится обряд, помещается до 25 человек, это означает, что туристическая группа не должна превышать это количество).
10. Наличие квалифицированного куратора и др.

Кроме того, в Беларуси появился туристический бренд «Зюзя Поозерский», созданный директором поставского «Центра туристических услуг» Егором Шушкевичем на основе мифов и легенд Поставщины. Данный бренд пользуется большой популярностью у белорусов и россиян. Так, с 16 декабря 2011 года по 14 января 2012 года резиденцию мифического персонажа «Зюзева околица» (7 км от города Поставы) посетило около 8 тысяч туристов из Беларуси и России, как взрослых, так и детей. Главная задумка данного проекта – создать на базе «Зюзевай околицы» настоящий мифологически-фольклорный комплекс [3].

Белорусское общественное объединение «Отдых в деревне» заинтересовалось темой нематериального наследия около года назад, когда представители данной организации побывали на обряде «Калядныя цары» в д. Семежево Копыльского района Минской области. Под впечатлением от обряда БОО «Отдых в деревне» разработало проект «Туризм в рамках местных сообществ как средство сохранения, формирования партнерства и развития сельских территорий», поддержанный Программой малых грантов Посольства США. В рамках проекта эксперты организации совершили экспедиции по обрядам и ремеслам Беларуси («Русалле», «Юраўскі карагод», «Вясельны каравай», «Шапавальства на Дрыбіншчыне», «Ганчарства ў Гарадной», «Калядныя цары», «Жаніцьба Цярэшкі») [4]. Следует отметить, что значительную часть нематериального культурного наследия Беларуси составляют именно народные обряды.

Обряд – это реализация традиции в важнейшие моменты жизни человека или окружающей природы, персонифицированной в мифологии. Обряд предполагает проигрывание сюжетов мифов, которые связаны с природными явлениями и жизнью человека. В нем сконцентрирована сумма знаний и общественная мораль [5, с. 32].

В рамках данного проекта были выбраны три пилотных обряда, на основе которых можно создать инновационный туристический продукт, способный привлечь туристов в белорусскую деревню. Презентация первого обряда – «Вясельны каравай» (д. Мотоль, Ивановский р-н, Брестская обл.) – прошла в августе 2011 г. в рамках кулинарного фестиваля «Мотальскія прысмакі». 6 января 2012 г. в д. Селище Лепельского района Витебской области прошла презентация зимней обрядовой игры «Жаніцьба Цярэшкі». А в рамках семинара «Туризм как действенное средство сохранения элементов нематериального культурного наследия», который состоялся 13 января 2012 г., был проведен обряд «Калядныя цары», своеобразная форма карнавального обхода, который проводится только в деревне Семежево и только в Щедрый вечер накануне старого Нового года. Вечером кавалеры-солдаты с торжественным маршем в сопровождении веселой толпы ходят по деревне. В каждом доме «цари» разыгрывают театрализованные сценки по мотивам народной драмы «Царь Максимилиан»: встреча царей, ссора, драка. Представление переполнено народным юмором, веселой бутафорией. Заканчивается визит «царей» и их свиты жизнерадостными песнями, танцами, добрыми пожеланиями. Обряд «Калядныя цары» одним из первых был занесен в Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь. Кроме того, на сегодняшний день это единственный белорусский обряд, вошедший в Список нематериального культурного наследия ЮНЕСКО, которому требуется срочная охрана.

По мнению специалистов, на данном этапе развития белорусского туризма главное внимание должно уделяться внутреннему туризму. Нематериальное культурное наследие Беларуси может стать основой для развития внутреннего культурно-познавательного туризма и создания национального туристического продукта. Несмотря на то, что в последнее время возрос интерес общественности и туристических организаций к нематериальному культурному наследию Беларуси, данный вопрос требует детального рассмотрения на высшем государственном уровне.

1. Международная конвенция ЮНЕСКО об охране нематериального культурного наследия. Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный центр правовой информации РБ. – Минск, 2012.

2. Научно-практический семинар «Туризм как действенное средство сохранения элементов нематериального культурного наследия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inbelkult.by/>

3. Зюзя Поозерский завершил свой зимний сезон [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tio.by/news/10032>.

4. «Колядные Цари» собирают экспертов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ruralbelarus.by/

5. Блищ, В.Л. Этнографическое наследие Беларуси: возможности туристского использования / В.Л. Блищ. – Минск: БГПУ, 2010. – 118 с.

НЕСТАНДАРТНЫЕ ВИДЫ ТУРИЗМА: СТАЛКИНГ

Рудько И. А., 3-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Сталкинг – это название одной из форм индустриального туризма, целью которого является исследование территорий, зданий и инженерных сооружений производственного, гражданского или специального назначения, а также любых оставленных (заброшенных) сооружений с целью получения эстетического удовольствия или удовлетворения исследовательского интереса [1]. Появился этот вид городского туризма как движение на фоне роста интереса к «постапокалиптической романтике», популярности компьютерной игры «S.T.A.L.K.E.R.». Движение зародилось вместе с развитием интернета.

Талантливые почитатели безлюдных пространств, изучающие город в поисках забытого и брошенного, стали делиться фотографиями, историями, ощущениями. Все это выкладывалось в интернет, тем самым привлекая все большее внимание к идее. Нынче именно фотоискусство является неотъемлемым элементом урбантрипа (городского приключения), потому что именно фотография лучше всего передает ту завораживающую красоту брошенных зданий, которая толкает людей на такие экстремальные действия [2].

Сталкинг не имеет специальных правил, не требует особого оборудования или физподготовки. Этот вид туризма уникален тем, что зиждется на одном лишь желании уловить необъяснимый, романтический, ностальгический дух, присущий полуразрушенным или оставленным людьми строениям. Но, несомненно, данный вид туризма очень опасен. Опасность может подстерегать сталкеров на каждом шагу. Это возможность обрушения здания, опасность быть пойманным службой охраны, сломать или свернуть ногу, риск встретить дикое животное, встретить обитателей брошенного объекта, опасность радиоактивного воздействия и многое другое. Но, возможно, именно эти элементы урбантрипа привлекают сталкеров.

Что же касается перспектив развития сталкинга, в настоящее время он только набирает свою популярность, об этом могут свидетельствовать многочисленные сайты, посвященные сталкингу, виртуальные игры на данную тематику, организация туров, связанных с посещением брошенных местностей.

Но вряд ли может идти речь о глобальной популяризации сталкинга, так как данный вид туризма всегда подразумевает риск. И не каждому человеку свойственно находить интересными заброшенные местности, свалки, карьеры. Данный вид деятельности больше рассчитан на аудиторию молодого возраста. Вряд ли кто-нибудь рискнет отправиться в такое путешествие с детьми. Люди третьего возраста также предпочитают более безопасные виды туризма.

Сталкинг в меньшей степени относится к организованному туризму, т. е. лишь маленький процент сталкеров оформляют свой так называемый тур через туристические компании. Сталкеры предпочитают путешествовать в одиночку либо небольшими группами по 2–3 человека. Следовательно, сталкерство будет приносить прибыль туристическим компаниям до тех пор, пока лишь единицы могут предложить данные туры.

Скорее всего, сталкинг получит свое развитие в качестве увлечения и хобби. Но, учитывая прогрессивное развитие информационных технологий, сталкерство может стать также популярным на просторах интернета, уже существует большое разнообразие игр на данную тематику. Данные игры подразумевают сообщество сталкеров, которые принимают определенные правила и обязанности и отправляются в путешествие по заброшенным местностям, смоделированным наподобие существующих в реальной жизни. Данные путешествия, как и в жизни, могут длиться несколько дней, сталкер может ожидать все, с чем они могли бы встретиться в реальном урбантрипе, и даже более опасные существа и явления, не встречающиеся в реальности.

Сложно давать оценку такому явлению, как сталкинг. Одни выражают мнение, что он вреден. Ведь сталкер может влезть куда-нибудь, покалечиться, и на его поиски и спасение потребуются время, силы и средства. Другие считают, что, наоборот, сталкинг – проявление интереса к последствиям разрушительной деятельности человека. А это значит, что есть неравнодушные люди, которые захотят знать: что, как и почему произошло в том или ином месте, и донесут эту информацию другим.

Если сравнивать сталкинг с такими увлечениями, как бесконечное просиживание перед телевизором, компьютерные игры, наркотики или пьянство, то данное времяпровождение может показаться относительно пристойным занятием. И вовсе не потому, что все вышеперечисленные увлечения представляют собой пассивный досуг. Просто сталкинг – это более чистый, объективный и реальный взгляд на человеческий мир и цивилизацию. Нахождение на заброшенных объектах дает посетителю то, чего очень не хватает современному обывателю, а именно – время, чтобы спокойно побыть наедине со своими мыслями и пофилософствовать. Созерцание брошенных промышленных и жилых объектов заставляет одних задумываться о судьбах людей, которые их строили, работали на них и жили в этих домах. Другие, бродя по свалке, волей-неволей задумаются о том, куда идет эта цивилизация, и цивилизация ли это вообще. Третьи, наблюдая, как деревья пробивают асфальт и заселяют бетон, заряжа-

ются лучом надежды. Все эти размышления способны каждого наводить на мысль о предназначении человека в этом мире.

Так или иначе, в настоящее время это движение, благодаря всемирной паутине, привлекает все новых и новых участников. Сталкерство становится модным видом развлечения, и теперь стоит только набрать в поисковике «заброшенный завод», как продуманные алгоритмы находят в сети огромное количество ссылок на объединения искателей, не только сталкеров, но и диггеров, киберпанков, поклонников готики, паркуристов и просто разрозненных мыслителей. Города развиваются, захватывают все большие территории, становятся все более хаотичными и полными таинственных мест. Все больше людей становятся сталкерами, определяют свое будущее лишь вечным поиском гармонии в урбанистическом пространстве мегаполиса. И это движение заслуживает развития хотя бы потому, что оно пропагандирует поиск своего пути, уход от обыденности и закоренелости общественного сознания.

1. Группа свободных сталкеров [Электронный ресурс] / Свободные сталкеры. – Режим доступа: <http://freestalkers.ucoz.ru/index/0-2> – Дата доступа : 17.03.2012.

2. Сталкер-2 [Электронный ресурс] / Радиационная зона. – Режим доступа: <http://radiation-zone.ru/news/2010-08-11> – Дата доступа : 17.03.2012.

МАРШРУТ ЭКОЛОГИЧЕСКИ-АРХЕОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА «ХРУПКАЯ БЕЛАРУСЬ»

Рутковский Е.А., 3-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

В последнее время человечество стало задумываться над духовными ценностями, все чаще люди стали обращаться к церкви для решения своих внутренних проблем и все больше люди стали духовно обогащаться. Проект «Хрупкая Беларусь» направлен на привлечение туристов к активному участию в восстановлении и охране архитектурных памятников, находящихся в состоянии близком к руинному. И основным вниманием стали древние церкви и монастыри Беларуси, построенные в XVI–XVIII веках, которые, к сожалению, сохранились до наших времен в виде руин и останков. Каждый человек, совершая в паломничества к святым местам, прикоснувшись к древней истории, к намоленным стенам и сохранившимся образам святыни, обогащается духовно и получает заряд энергии. Большинство рассматриваемых объектов располагаются в живописных нетронутых уголках природы. Отправляя туристов в эти

места, мы не только делаем вклад в восстановление храмов и монастырей, но и помогаем в очищении и благоустройстве уголков природы, в которых они располагаются [1].

В начальной фазе проекта рассматривается несколько интересных с точки зрения культурно-исторического наследия объектов, расположенных в Витебской и Могилевской областях. История этих уникальных архитектурных строений отсчитывается с середины XVII века. Маршрут эколого-археологического туризма «Хрупкая Беларусь» состоит из посещения следующих объектов: монастырь Успения Пресвятой Богородицы (д. Пустынки, Мстиславский р-н, Могилевская обл.), монастырь святого Онуфрия (д. Онуфриево, Мстиславский р-н, Могилевская обл.), костел Пресвятой Девы Марии и смольнянский замок «Белый Ковель» (д. Смольяны, Оршанский р-н, Витебская обл.), костел Святой Троицы (д. Оршанно, Бешенковичский р-н, Витебская обл.), все объекты находятся в руинном заброшенном состоянии, каждый объект имеет свою богатую историю и историко-архитектурную ценность (рисунок).

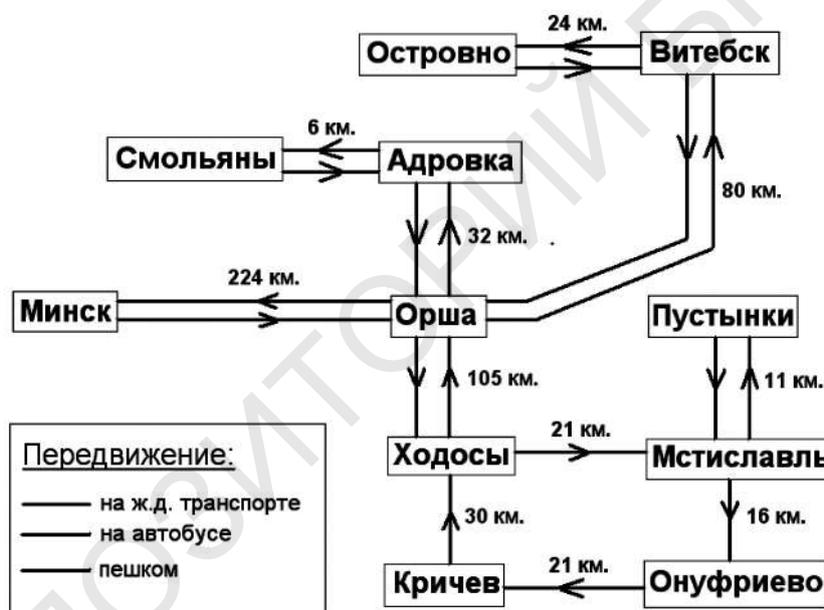


Рисунок – Маршрут проекта «Хрупкая Беларусь»

Характеристика маршрута: по типу – комбинированный; по сезонности – сезонный, по виду трассы – радиальный; по продолжительности – многодневный; по виду транспорта – общественный; по способу передвижения – комбинированный; продолжительность – 9 дней [2].

Для похода необходимо иметь: походный рюкзак объемом 80–120 л, палатку одну на 2, 3, 4 человека в зависимости от вместимости, спальник, коврик, удобную для похода обувь, желательно разношенную, удобную и легкую одежду, запасной комплект одежды для холодной погоды, спички, фонарик, ножик, средства личной гигиены, медицинскую аптечку с учетом особенностей каждого человека, противомоскитные мази, головной убор на случай солнечной погоды [3].

На группу туристов: топор, пила для рубки дров, несколько чанов для приготовления пищи, черпак, половник, ножи, разделочные доски. Продукты питания закупаются в магазинах, сыпучие продукты и консервы закупаются исключительно в твердой герметичной таре. Во время похода проводятся экологические акции, которые заключаются в облагораживании территории, уборке от неразлагающегося мусора, оборудовании кормушек для птиц и многое другое [4].

Рассматриваемые объекты находятся в списке историко-культурной ценности, и охраняются государством. На двух объектах начались восстановительные работы, но из-за слабого финансирования восстановление идет медленно, и пока восстанавливается одно, разрушается другое. И как бы ни прилагало силы по восстановлению и сохранению историко-культурной ценности государство, все равно этого недостаточно, именно для этого нужно привлекать туристов и волонтеров к сохранению и восстановлению исторического и культурного наследия.

1. Экологический туризм [Электронный ресурс] / Нетрадиционные виды туризма – Режим доступа: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=48032> – Дата доступа: 24.01.2012.

2. Кусков, А.С. Рекреационная география: учеб.-метод. пособие / Т.Н. Одинцова [и др.]. – Саратов: СГТУ, 2005. – 503 с.

3. Черных, Н.Б. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов: учеб. пособие / Н.Б. Черных. – М.: Советский спорт, 2002. – 320 с.

4. Зорин, И.В. Энциклопедия туризма / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 242 с.

ОЦЕНКА ПСИХИЧЕСКОГО И ФУНКЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ УЧАСТНИКОВ УЧЕБНО-СПОРТИВНОГО ЛЫЖНОГО ПОХОДА

Савостеева Е.В., 4-й курс

Научный руководитель – В.Е. Подлиских, канд. биол. наук

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры, Республика Беларусь

Особая роль в системе многолетней подготовки инструкторов спортивного и рекреационного туризма в вузе отводится интегральной подготовке – обучению студентов технике и тактике туризма, методике управления группой (командой) и пр. непосредственно в процессе проведения походов и соревнований.

Образовательные цели и задачи обуславливают особенности планирования, организации и проведения учебного похода. В частности, необходимым условием движения по маршруту учебно-спортивного похода является постоянный контроль психического и функционального состояния участников. Дан-

ные такого контроля позволяют преподавателю эффективно вести учебную работу, вовремя вносить необходимые коррективы в календарный план похода, адаптировать маршрут к контингенту студентов определенного возраста, уровня физической и технической подготовленности.

Цель настоящей работы – провести оценку психического и функционального состояния участников учебно-спортивного лыжного похода и использовать результаты оценки для разработки предложений по повышению качества маршрута.

Лыжный поход осуществлялся в соответствии с учебным планом подготовки специалистов на 1-й ступени высшего образования по направлению специальности 1-89 02 01-01 «Спортивно-туристская деятельность (спортивный и рекреационный туризм)» в учреждении образования «Белорусский государственный университет физической культуры». Поход проходил в сроки с 24.02 по 05.03.2012. В нем участвовали 10 студентов 2-го курса дневной формы обучения, 1991–1993 года рождения (среди них – одна девушка).

Район проведения похода включал территории Полоцкого, Россонского и Верхнедвинского административных районов Витебской области, а также участок территории Псковской области (Российская Федерация). Указанный район характеризуется высоким спортивным [1] и рекреационным [3] потенциалом, включает необходимые для обучения студентов и приобретения ими спортивно-туристского опыта участки 1-й и 2-й категории трудности.

В походе в течение 10 ходовых дней планировалось преодолеть следующую *нитку маршрута*: станция Алеща (Полоцкий р-н) – озеро Измок – озеро Неклочь (Псковская обл.) – озеро Дриссы – пос. Заборье (Россонский р-н) – озеро Ямно – озеро Черепитское – пос. Юховичи – хутор Красный Бор – озеро Белое – озеро Изубрица – пос. Чернооки – река Пижевка – пос. Срелки (Вернедвинский р-н).

Протяженность активной части маршрута составляла 150 км. Семь из девяти ночлегов планировалось организовать в полевых условиях с использованием шатровой палатки «Зима» и разборной туристской печи.

Во время похода на начальной, основной и заключительной части маршрута (27.02.12; 29.02.12, 3–4.03.12) был проведен контроль психического и функционального состояния участников похода с помощью методики самооценки «биоритмотест» [2]. Утром (до завтрака) участники оценивали показатели «самочувствие», «настроение», «работоспособность», «теплоощущение», «продолжительность сна» и «комфортность сна». Вечером (до ужина) участники оценивали показатели «самочувствие», «настроение», «усталость», «теплоощущение». Самооценку проводили по семибалльной шкале (от 1 – «плохо» до 7 – «очень хорошо» при оценке 4 – «норма»). Результаты оценки показателей «работоспособность» и «усталость» на разных участках маршрута представлены в таблице.

Таблица – Результаты оценки функционального состояния участников учебно-спортивного лыжного похода

Дни и участок маршрута	Техническая характеристика участка	Условия на маршруте	Работоспособность (средний балл)	Усталость (средний балл)
4,5 дни похода. оз. Неключь – пос. Заборье	Движение по грунтовым дорогам, по льду озера	t° воздуха: ночная –7, –10°, дневная –5, –7°. Осадки: нет Снежный покров не глубокий	4,3±0,94	5,2±1,13
8,9 дни похода оз. Белое – р. Пижевка	Движение по лесным массивам различной проходимости (по лесным дорогам, просекам и без дорог), по холмистому участку (оз. Белое – оз. Изюбрица)	t° воздуха: ночная –7, –10°, дневная –5, –7°. Осадки: нет Снежный покров на участках бездорожья – глубокий	4,7±1,64	2,8±1,87

На всем протяжении маршрута показатели самооценки работоспособности варьировали от 2 («достаточно низкая») до 7 («очень высокая»). При этом 75 % участников группы на всем протяжении маршрута оценивали свою работоспособность как «нормальную» (4 балла) и выше.

Длительное пребывание в условиях низких температур, преодоление технически и физически сложных участков маршрута, ночлеги в полевых условиях обусловили определенный уровень усталости участников похода. Пик усталости ожидаемо пришелся на окончание похода, после преодоления технически сложного участка оз. Белое – оз. Изюбрица (холмистая местность). При средней оценке 2,8 балла, 25 % участников оценивали соответствующий показатель как 1 балл («очень устал») и 75 % как «ниже нормы».

Иные оценки психофизиологического состояния участников учебного похода представлены на рисунке. В целом все они оказались в пределах нормы.

Особо следует отметить, что комфортность и продолжительность сна на всем протяжении маршрута студенты в среднем оценили как «нормальную», причем 25 % участников оценили эти показатели на 6 баллов и выше. Комфортность сна высоко коррелирует с показателями «самочувствие», «работоспособность». Соответствующие коэффициенты ранговой корреляции оказались высоки и достоверны ($R=0,63-0,92$ при $p \leq 0,05$).

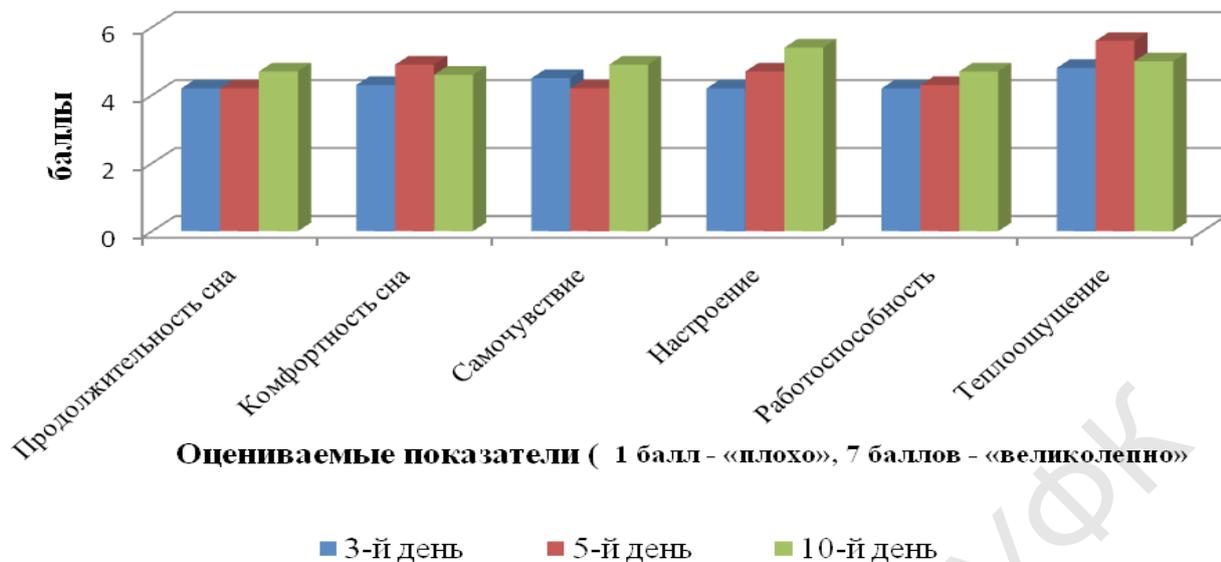


Рисунок – Оценка показателей психофизиологического состояния участников учебно-спортивного лыжного похода

Судя по полученным результатам оценки психического и функционального состояния участников похода, уровень их подготовленности в целом позволяет им пройти относительно сложный, многодневный поход с организацией полевых ночлегов в зимних условиях. В то же время представленный маршрут имеет несколько завышенные параметры физической и технической трудности, что может привести к снижению качества обучения. В нитку маршрута следует внести ряд изменений, направленных на сокращение участков движения по бездорожью с глубоким снежным покровом. Коррективы можно внести в участки маршрута оз. Измок – оз. Дриссы, пос. Заборье – пос. Юховичи.

1. Ганопольский, В.И. Туристская инфраструктура Республики Беларусь как информационная база учебно-туристской работы / В.И. Ганопольский, Д.Г. Решетников, А.И. Тарасенок // Сб. науч. тр. / НИИ ФКиС РБ.; сост. Б.А. Цариков [и др.]. – Минск, 2003.

2. Ганопольский, В.И. Организация педагогического контроля и самоконтроля участников туристских походов: метод. рекомендации / В.И. Ганопольский, Е.А. Даниличева. – Минск: НИИФКиС, 2006. – 71с.

3. Марцинкевич, Г.И. Ландшафты Белоруссии / Г.И. Марцинкевич, Н.К. Клицунова, Г.Т. Хараничева. – Минск: Изд-во Университетское, 1989. – 239 с.

РАЗВИТИЕ ИППОТЕРАПИИ КАК ВИДА ТУРИЗМА

Самаль А.А., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Лошадь уже издавна стала помощником и верным другом человеку. За многие века жизни бок о бок лошадь всегда спасала людей от холода, голода, была верным товарищем в бою и даже... излечивала от болезней. Эта уникальная способность лошади исцелять больных получила название иппотерапия. Иппотерапия – это физиотерапевтическое лечение, основанное на нейрофизиологии, использующее лошадь и верховую езду [1]. Проще говоря, это езда верхом с лечебной целью.

Особенно эффективной и действенной иппотерапия оказалась в реабилитационной практике с детьми, страдающими очень тяжелыми, практически неизлечимыми заболеваниями, а также отклонениями в физическом и интеллектуальном развитии (детский церебральный паралич, ранний детский аутизм, олигофрения и др.). Это напрямую связано с уникальным свойством иппотерапии оказывать одновременное положительное воздействие на физическую, интеллектуальную и психосоциальную сферы занимающихся [2].

Во время занятий иппотерапией обеспечивается одновременное включение в работу всех групп мышц тела всадника (даже пораженных). Причем это происходит на рефлексорном уровне, поскольку занимающийся инстинктивно старается сохранить равновесие, чтобы не упасть с лошади, и тем самым побуждает к активной работе все основные мышечные группы. Кроме того, ни один из видов реабилитации не вызывает у занимающегося такой разнонаправленной мотивации к самостоятельной активности, которая сопутствует занятиям иппотерапией: ребенок испытывает огромное желание сесть на лошадь, почувствовать себя всадником, преодолеть страх, обрести уверенность в своих силах. Такая сильная мотивация способствует максимальной мобилизации волевой деятельности, благодаря которой достигается не только подавление чувства страха, но и одновременное уменьшение количества и объема гиперкинеза при детском церебральном параличе, что дает возможность обучать клиента правильному построению основного поведенческого фона [3].

Метод лечебной верховой езды обладает рядом преимуществ по сравнению с другими средствами реабилитации, а именно:

– во-первых, иппотерапия – это лечение без боли, страха и насилия, без труднопереносимых процедур и препаратов;

– во-вторых, этот метод почти не ограничен противопоказаниями. Зато широк и разнообразен спектр заболеваний и травм, в восстановительном периоде которых рекомендуется иппотерапия;

– в-третьих, иппотерапия сочетает в себе социально-психологическое и лечебно-реабилитационное воздействие [1].

О пользе верховой езды известно еще с античных времен. Гиппократ утверждал, что раненые и больные поправляются быстрее, если ездят верхом. В Европе она стала эффективно развиваться с середины XX века после чудесного исцеления бывшей спортсменки-конницы Лиз Хартелл. Врачи не верили в выздоровление девушки, больной полиомиелитом. Но Лиз 9 лет занималась иппотерапией и смогла не просто почти излечиться от болезни, но и завоевала серебряную медаль на Олимпийских играх. Эта «сенсация» повлекла за собой всеобщую популяризацию иппотерапии. Центры иппотерапии стали открываться во многих странах мира. Данный метод лечения был признан Немецкой физиотерапевтической организацией [1].

В Беларуси метод иппотерапии начал применяться с 1994 года Валентиной Виноградовой, которая в то время работала в Центральном детском парке им. Горького. Ее начинания поддержал главный детский невропатолог Беларуси, профессор Шанько. Позже Валентиной Александровной было создано Белорусское общественное объединение верховой езды и иппотерапии (БООВЕИ). За все время существования руководителем и сотрудниками организации была создана собственная методика лечебной верховой езды; были проведены два Международных семинара по иппотерапии с участием специалистов из Белоруссии, России, Польши и Латвии по инвалидному конному спорту в категории «выездка». Главными задачами соревнований являлись знакомство с возможностями использования лошади в терапевтических целях, популяризация конного спорта и ЗОЖ среди детей и молодежи с инвалидностью, популяризация иппотерапии.

Но у нас, к сожалению, нет широкого распространения иппотерапии. О ней знают только те, кто ищет самые различные методы для борьбы со своими недугами. Организации, которые занимаются иппотерапией не имеют слишком широкого социального заказа и не получают материальной поддержки от государства. Все организации (и БООВЕИ в том числе) существуют за счет пожертвований родителей детей, проходящих реабилитацию, и редких спонсоров и грантов. Еще одним сдерживающим фактором в распространении иппотерапии является то, что многие относятся к этому, как к «модной фишке», на которой просто можно заработать денег. Т. е. какой-нибудь частник создает центр, где предлагаются занятия иппотерапией, при этом он не имеет ни соответствующего образования, ни сертификата. Из-за неправильного проведения занятий пациенту может стать только хуже, и потом начинаются жалобы на всех иппотерапевтов и недоверие к методу лечения верховой ездой.

На сегодняшний день главной проблемой в развитии иппотерапии является то, что этот метод не признан как официальный в нашем государстве. Что бы его признать, нужны научные исследования о положительном влиянии метода. Для этого нужно создание экспериментальной базы, на что требуются значи-

тельные финансовые расходы. Если же метод признать, то снова требуются материальные вложения в постройку конюшен, которые должны соответствовать высоким санитарным требованиям; в разработку и осуществление проектов, направленных на популяризацию иппотерапии среди населения; в рекламу; в правильное обучение лошадей и подготовку специалистов для проведения занятий. И снова все останавливается на том, что финансировать никто не хочет.

Сегодня иппотерапия – это очень перспективное и нужное направление, в том числе и в туризме. Это доказано уже не одним государством и не одним научным сотрудником. И у нас в стране еще есть люди, которые по-настоящему готовы отдавать все свои силы и эмоции на развитие иппотерапии как метода лечения, а также как способа туристической деятельности. Существуют частные туристические предприятия, осуществляющие подобные формы работы: конные и комбинированные походы, прогулки на лошадях, катание детей и пр. Лошади по-прежнему привлекают человека своей добротой и принятием, своим благородством и самоотдачей. Поэтому существует надежда на то, что развитие иппотерапии и как вида туризма в нашей стране получит не только одобрение, но и поддержку со стороны государства.

1. Иппотерапия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.sudarrb.com/ru/hyppotherapy.html> – Дата доступа 17.03.2012.

2. Иппотерапия [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.madra.dp.ua/_frames.html?doc=http://www.madra.dp.ua/arctur/n21/m2.html – Дата доступа 17.03.2012.

3. Верховая езда как лечение [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.kremlin-ksk.ru/teoriya-verhovoy-ezdy/verhovaya-ezda-kak-lechenie.html> – Дата доступа 17.03.2012.

4. Колине, Ф. О верховой езде и ее действии на организм человека / Франсуа Колине. – М.: МККИ, 2000.

ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕТСКОГО ПРАВОСЛАВНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ЛАГЕРЯ НА ТЕРРИТОРИИ ВЫГОНОЩАНСКОГО ЗАКАЗНИКА

Саутин Ф.Ф., 3-й курс

Научный руководитель – Х.Х. Лавинский, д-р мед. наук, профессор
Белорусский государственный технологический университет,
Республика Беларусь

Каникулы – это уникальная возможность для духовного развития каждого юного человека. Но не секрет, что в наши дни молодежи не хватает духовности, и многие родители, планируя детский отдых, не знают, как обеспечить разно-

сторонний досуг, наполненный положительными эмоциями и приключениями, спортивным и культурным развитием, увлекательным общением и заботой об окружающем. Особенно сложно в этом отношении родителям, желающим воспитывать своих детей в христианской традиции. «Пионерские» лагеря утратили старые устои, при этом не приобретя новых. На сегодняшний день многие родители попросту не считают правильным отправлять своих детей в «оздоровительные» лагеря, где школьники предоставлены сами себе или, в лучшем случае, проводят время в бесполезных развлечениях.

Непосредственно в церкви подросткам не принято собираться для совместного времяпрепровождения: общения, обсуждения своих проблем. Например, в Ивацевичском районе действует только одно православное молодежное братство – «Святогор» (Яглевичский приход), которое организует множество полезных и интересных мероприятий (спорт, туризм, история, единоборства, экскурсии, паломничества).

Между тем для воспитания духовной и телесно здоровой личности в Ивацевичском районе есть уникальные условия и природно-исторические резервы, которыми нужно пользоваться.

На данный момент развитие туризма в этой местности происходит исключительно в направлении охотничьих и рыболовных туров. Но охотничьи базы и рыболовство интересуют не всех. Организуя уникальный летний детский отдых, я предлагаю достойную альтернативу развитию туристических баз.

Объединение духовной и природной составляющих даст возможность создать интересный объект.

Я предлагаю проект по организации детского православного поселения «Благовест», который расположится на территории республиканского гидрологического заказника «Выгонощанское» на базе бывшей средней школы, на берегу живописного Бобровичского озера.

Территория заказника имеет глубокий исторический и культурный потенциал, являясь природным барьером, разделяющим этнические группы поляшук и литвинов, а значит, объединяющим культурные черты Центральной и Южной Беларуси. Найденные археологами стоянки каменного века (10-е и 6-е тысячелетие до н. э.), сохранившаяся с древних времен деревянная архитектура, созданный в XVIII веке Огинский канал, сделавший возможным судоходство между Балтийским и Черным морями, который в настоящее время приобретает все большую популярность среди водных туристов, – все это делает данную местность перспективной для воспитания исторического самосознания.

Есть возможность совершения туристических экскурсий и мероприятий: посещение экологических троп, а также серпентария и центра экологического просвещения в д. Выгонощи; проведение рыбалки, фотоохоты, орнитологического тура в урочище Челновка; посещение историко-археологического музея; совершение прогулок на теплоходе «Полонез» по Выгоновскому озеру и Огинскому каналу; использование водных маршрутов на весельных и моторных лод-

ках; организация велосипедного марафона, ночной «засидки» на охотничьей вышке и т. д.

Можно духовно развиваться в разных смыслах. Есть все возможности для участия в церковной жизни и развития трудолюбия – послушание в строящемся монастыре в д. Святая Воля, паломничество в Жировичский монастырь.

«Выгонощанское» обладает достаточно развитой туристско-рекреационной инфраструктурой. К основным туристским объектам подводят дороги. На берегу оз. Бобровичское построены 8 двухместных летних домиков, в аренду предоставляются лодки, имеется пляж.

Популярным рекреационным объектом является южный берег Выгоновского озера, где расположена база лесохозяйственного хозяйства «Выгоновское». Озера заказника – популярные места летней и зимней рыбалки. Причем сюда приезжают рыбаки и из дальних краев, чтобы затем похвастаться богатым уловом. В северной части заказника около д. Волька в живописном массиве на берегу р. Щара имеется туристическая база Домановского охотничьего хозяйства, где всегда рады принять гостей.

В д. Бобровичи находится уникальный приватный музей, созданный руками местного энтузиаста и краеведа Вениамина Бычковского. Вот уже на протяжении нескольких десятилетий он собирает материальные и духовные памятники об истории и культуре родного края. В экспозиции музея представлены археологические находки, предметы старины, оригинальные документы и фотографии.

Поскольку стационарный лагерь требует больших финансовых затрат и специально подготовленных кадров, оптимальным вариантом может стать палаточное поселение. Для организации быта в лагере потребуется создание материально-технической базы, которая включит аренду помещения бывшей школы в д. Бобровичи, холодильников, электроплит, мебели, лодок. Также необходима закупка туристических палаток, кухонных принадлежностей, спорт-, культурного инвентаря. Проточная вода, санузлы и душевые имеются в помещении школы. Продукты питания приобретаются в Телеханском СельПО по безналичному расчету.

Здание, территория, режим лагеря будут приняты комиссией в соответствии с требованиями санитарных правил и норм устройства, содержания и организации режима оздоровительных лагерей.

Помещение и территория лагеря будет обеспечена противопожарными средствами и средствами молниезащиты. Будет разработан план эвакуации детей в случае пожара и стихийных бедствий. Смета расходов на содержание и организацию лагеря утверждается советом прихода храма.

Педагогический состав подбирается с учетом специфики лагеря. Роль управляющего лагерем берет на себя духовник (священник). Старший воспитатель, воспитатели дружин, помощники воспитателей и прочий педагогический и обслуживающий персонал – люди воцерковленные.

В течение смены дети будут проживать на природе в больших палатках. Программа организуется подготовленными вожатыми и включает в себя всевозможные условия для разнообразного развития. Особое внимание уделяется обучению детей самообслуживанию и навыкам организации быта в походных условиях. Богослужебная жизнь лагеря очень насыщена: это утренние и вечерние молитвенные правила, а также воскресные и праздничные богослужения, послушание при монастыре.

Важно понимать, что летний лагерь такого плана является не чем иным, как продолжением жизни церковной общины (если есть воскресная или иная школа при храме). Лагерь, пожалуй, самая удобная и эффективная форма воцерковления детей и родителей, а также педагогов и всех, кто пожелает приблизиться к благодатной церковной жизни.

Подобных форм организации детского отдыха пока еще совсем мало, да и опыта организации православных лагерей в нашей республике недостаточно. Поэтому я думаю, что мое предложение об организации «Благовеста» актуально и своевременно.

СЕМ ЦУДАЎ АСПОВІЧЧЫНЫ

Свіркоў М.В., 1-й курс

Навуковы кіраўнік – В.Р. Карнелюк, канд. гіст. навук, дацэнт

Гродненскі дзяржаўны ўніверсітэт імя Янкі Купалы, Рэспубліка Беларусь

Адным з важных уменняў кожнага тураператара з'яўляецца ўменне выбару інфармацыі. Кожны рэкрэацыйны куток таму і знаходзіць водгук ў спажываццоў турыстычнага адпачынку, бо ён мае свае прывабныя адметнасці. А калі гэтых адметнасцей шмат, калі іх трэба знайсці (бо яны ёсць), выбраць найбольш красамоўныя і данесці ў найпрывабнейшым выглядзе спажываццам? Для беларускага інкамінгавага і інсайтынгавага турызму такія задачы – сярод асноўных. Таму вопыт калег па турыстычнай індустрыі з Польшчы, Літвы ці Германіі можа дапамагчы. Прыкладам такога ўдалага адбору турыстычных аб'ектаў маем буклет «9 цудаў Сувалшчыны».¹ Звернем увагу на галоўныя прынцыпы выбару і паспрабуем выканаць наступную задачу: вызначыць такія ж знакавыя аб'екты ў Асіповіцкім раёне Мінскай вобласці. Рашэнне гэтай задачы, на наш погляд, дазволіць далей сфарміраваць экскурсійны маршрут і на яго падставе скласці поўны турпакет адпачынку на Асіповіцкай зямлі. Таксама нашы знаходкі могуць быць прыдатнымі для фарміравання іншых тураў, дзе лагічна знойдзецца месца і куточкам Асіповіччыны.

¹ 9 cudow Suwalszczyzny. Przewodnik. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.basniowasuwalzczna.pl. – Дата доступа 25.03.2012.

У выніку комплекснага знаёмства з гісторыяй, культурай, прыродным багаццем Асіповіцкага раёна намі былі выбраны наступныя аб'екты, якія, на нашу думку, вартыя турыстычнай увагі.

1. Месца Свіслацкага замка ў вёсцы Свіслач [4].²

2. Сядзібава-паркавы комплекс у в. Карытнае. Парк XIX ст., займаў 3 га, месціў 23 віды дрэў, возера, што забяспечвала асвечанасць бліжэйшай паркавай прасторы. Парк з'яўляецца помнікам прыроды, у ім размешчана брацкая магіла [1].³

3. Вёска Вязе. З XVI ст. уваходзіла ў Свіслацкую воласць Менскага ўезда ВКЛ. У 1895 годзе тут 4 месяцы жыў з маці выдатны беларускі паэт Максім Багдановіч. Магчыма, менавіта тут запала ў душу будучаму паэту беларуская мова, бо Марыя Апанасаўна (маці паэта) у лісце да Адама Ягоравіча Багдановіча ад 29 мая 1895 года піша: «Вот только плохо, что стали говорить по-белорусски, и иногда такое словечко выпалят, что хоть сквозь землю провались». На жаль, ад дому, дзе жыў Багдановіч, нічога не засталася, толькі дзве ліпы, што раслі абапал ганка (зараз ім каля 120 гадоў), і трэцяя, што расце крыху ў баку (ёй каля 200 гадоў) [3].⁴

² Узнік не пазней за XI стагоддзе, калі землі ўвайшлі ў склад Полацкага княства. Перыметр замка быў прыкладна 70 на 70 метраў, што сведчыць аб вялікім маштабе будаўніцтва і аб тым, што князі ўважліва ставіліся да абароны паўднёвай мяжы і гандлёвых шляхоў, што праходзілі побач. Размяшчэнне на гандлёвых шляхах спрыяла росту дабрабыту жыхароў: ва ўсіх 4 дамах, размешчаных на тэрыторыі замка, былі драўляныя падлогі. Пад час існавання незалежнага Свіслацкага княства замак быў рэзідэнцыяй князя. Можна выказаць думку, што ўжо ў XIII ст. каля замка існаваў горад. З XIII ст. там пачынаецца вытворчасць бронзалетаў з зялёнага шкла, а калі там былі рамеснікі, то мог быць і горад. Але археалагічных доказаў пакуль няма, а самы старажытны культурны слой, выяўлены археолагам Ю.А. Зайцам пры выбарачным даследаванні часткі прылеглай да замка тэрыторыі, датуецца XIV ст. У першай палове XIV ст. пры князі Сямёне Свіслацкім дагэтуль незалежнае княства ўвайшло ў склад ВКЛ. Сямён – апошні свіслацкі князь, пасля яго смерці ў 1350 годзе тэрыторыя княства адышла вялікаму князю і ў 1358 г. была падзелена на часткі. Свіслач стала цэнтрам аднаіменнай воласці ВКЛ. У XIV ст. Свіслач была занесена ў «Спіс рускіх гарадоў далёкіх і блізкіх», што сведчыць аб значнасці паселішча ў той час. І да XVII ст. свіслацкі замак пераўтварыўся з выключна ваеннага аб'екта ў феадальны двор, што значна знізіла яго абароназдольнасць. І ў 1655 годзе, пад час вайны з Масковіяй, замак быў спалены казакамі. Зараз ад замка засталіся рэшткі земляных валаў і рова. А руіны будынкаў на месцы замка датуюцца XIX ст. і з'яўляюцца гаспадарчымі пабудовамі памешчыкаў Незабытоўскіх.

³ У 1855 годзе сядзібу графа Паскевіча наведаў Вінцэнт Дунін-Марцінкевіч і пасвяціў гэтаму свой верш:

Заўтра Спаса – кажуць людзі,
Ў Тарасевічах кірмаш будзе:
Трэба ехаць, падзівіцца,
У Карытне памаліцца,
Потым шмыгнуць да двара.
Пашанаваць гаспадара...

⁴ У 1953 годзе пачала працу Асіповіцкая ГЭС, якая з'яўляецца самай магутнай у Беларусі. Што цікава, з самага пачатку працы на ёй стаяць аўстрыйскія генератары, якія да гэтага часу працуюць бяззбойна, і патрабуюць толькі прафілактычнага рамонту. Вёска знаходзіцца на левым беразе Асіповіцкага вадасховішча.

4. Дараганава. Лепшы школьны музей Беларусі.⁵ Каля вёскі на левым беразе ракі Пціч знаходзіцца археалагічны помнік – стаянка бронзавага веку [8].

5. Шклозавод у Ялізава. На крутым беразе Бярэзіны месціцца працоўны пасёлак Ялізава. Да заснавання пасёлка тут знаходзілася ўрочышча «Абрубель». Сам пасёлак атрымаў назву ў гонар сваёй уладальніцы, княгіні з роду Радзівілаў – Вялікапольскай Елізаветы. Уладальнік суседняй Свіслачы, памешчык Незабытоўскі, загаханы ў Елізавету, пачынае ва ўрочышчы будаўніцтва драўлянага палаца і называе маёнтак «Ялізава». Свіслацкі памешчык будзе таксама для Вялікапольскай лесапільнага завод. Купец Мэрліс і яго кампаньён у 1912 годзе пачынаюць будаўніцтва ў Ялізава шклозавода. У савецкі час прадпрыемства было нацыяналізавана [2].⁶

6. Царква іконы Божай Маці «Жыватворная крыніца» ва ўрочышчы Прошчы. Першы ўспамін пра царкву ва ўрочышчы Прошча знаходзіцца ў Нацыянальным гістарычным архіве Рэспублікі Беларусь, ў апісанні Карытнянскай царквы, і датуецца 1879 г. У 20-я гады царква была спалена. Царква пабудавана на месцы жыватворнай крыніцы [5].

7. Вёска Жорнаўка. Першы ўспамінан аб вёсцы – 1560 год. Магдаліна Радзівіл жыла са сваім мужам ў Жорнаўцы да 1918 года, калі ёй прыйшлося выехаць за мяжу. Пры Магдаліне Радзівіл у Жорнаўках былі пасаджаныя «ліпкі», Магдаліна любіла хадзіць ўздоўж алеі і казалася пільна сачыць за яе станам. Праз Жорнаўку праходзіла чыгунка Уборак – Завішын, пабудаваная Магдалінай Радзівіл у самым пачатку ХХ ст. Гэта дазваляла жыхарам даехаць як да Асіповічаў, Пухавічаў, так нават і да Менска. На жаль, ад гэтай галіны амаль нічога не засталася, толькі маленькі кавалак зямлі каля вёскі Уборак. Мікалаем Радзівілам у Жорнаўках была пабудаваная воданаропная вежа, што забяспечвала патрэбы чыгункі. Перажыўшы дзве сусветныя вайны, яна была разабраная на працягу 1994–99 гадоў. На жаль, на дадзены час ў Жорнаўках не засталася ніводнага будынка часоў Магдаліны Радзівіл [7].

Жорнаўскі дэндропарк. З’яўляецца асаблівай каштоўнасцю Асіповіцкага раёна. Тут побач з прадстаўнікамі беларускай флоры растуць не характэрныя для нашай прыроды расліны – экзоты, усяго больш за 133 віды. У мэтах рэалізацыі праекта «Развіццё экалагічнага турызму па ўнікальных месцах Асіповіцкага

⁵ Музей быў створаны ў 1983 г. намаганнямі былой настаўніцы і першым дырэктарам музея З.Р. Верашчака як краязнаўчы куток пры Дараганавіцкай школе. Станаўленне музея адбывалася ў канцы 1980 – пачатку 1990-х гадоў. Зараз яго экспазіцыя мае 6 тэматычных раздзелаў: «Наша мінулае», «Прырода роднага краю», «Яны змагаліся за Радзіму», «Знакамітыя землякі», «Творцаць народных майстроў», «Яны вучыліся ў нашай школе». Фонд налічвае больш за 2880 экспанатаў.

⁶ З 2002 года пачынаецца новая старонка жыцця завода, калі кантрольны пакет акцыяў набыла аўстрыйская кампанія АТЕС. Новы ўладальнік інвеставаў у вытворчасць каля 25 мільёнаў даляраў. Шклозавод у Ялізава сёння адзін з буйнейшых вытворцаў шклотары ў краінах СНД. У 2005 годзе прадпрыемства атрымала сертыфікат якасці ў адпаведнасці з міжнароднымі стандартамі.

раёну» будзе павялічаны калекцыйны фонд дэндрарыя раслінамі з Крыма, Каўказа, Паўночнай Амерыкі, Сярэдняй Азіі, Дальняга Усходу. Сярэдні ўзрост дрэваў – ад 170 да 210 гадоў.

А зараз давайце разгледзім магчымы маршрут экскурсійнага руху па выбраных намі аб'ектах... Сваю ролю згаданыя аб'екты турыстычнай цікавасці могуць адыграць для агратурыстычных сядзібаў. Знаходзячыся на невялікай адлегласці, гэтыя цудоўныя мясціны могуць стаць пунктамі пешых, водных (дзе магчыма), роварных вандровак аднадзённай працягласці. Напрыклад, г. Асіповічы – в. Жорнаўка – в. Вяззе – в. Свіслач – р.п. Ялізава – в. Карытнае – ур. Прошча – в. Дараганова – г. Асіповічы.

Такім чынам, выкарыстоўваючы вопыт польскіх калег, мы паспрабавалі акцэнтаваць увагу на малапрыкметных (на першы погляд) аб'ектах гісторыі і прыроды аднаго з раёнаў краіны, якія маюць сваю прывабнасць. Мяркуем, што такі падыход можа быць пашыраны ў дачыненні да кожнага кутка нашай Бацькаўшчыны.

1. Гулик, И. История и культура усадебно-парковых комплексов. Конкурсная работа на лучший проект краеведческого маршрута «Наш край». (На правах рукописи). – Осиповичи, 2010. – 13 с.

2. З матэрыяльнай і духоўнай спадчыны // Памяць: гіст.-дакум. хроніка Асіповіцкага раёна. – Мінск: БЕЛТА, П15 2002. – С. 690–691.

3. Качановіч, П.С. Радок у біяграфію паэта / П.С. Качановіч // Памяць: гіст.-дакум. хроніка Асіповіцкага раёна. – Мінск: БЕЛТА, П15 2002. – С. 657–659.

4. Клеванец, Ю.В. Свіслацкі замак / Ю.В. Клеванец // Памяць: гіст.-дакум. хроніка Асіповіцкага раёна. – Мінск: БЕЛТА, П15 2002. – С. 44–49.

5. Осиповичская кругосветка 1 (5 дней 190 км.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://belarustourism.by/catalog/148_18206.html. – Дата доступа 25.03.2012.

6. Хурсік, В.У. Белы лебедзь у промнях славы: Магдаліна Радзівіл: гіст. нарыс / В.У. Хурсік // Мінск: Пейто, 2011.

7. Хурсік, В.У. Уздым і заняпад Жорнавак / В.У. Хурсік // Памяць: гіст.-дакум. хроніка Асіповіцкага раёна. – Мінск: БЕЛТА, П15 2002. – С. 79–90.

8. Шчаглоў, В.П. Музеі Асіповіччыны / В.П. Шчаглоў // Памяць: гіст.-дакум. хроніка Асіповіцкага раёна. – Мінск: БЕЛТА, 2002. – С. 684–686.

9. 9 cudow Suwalszczyzny. Przewodnik. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.basniowasuwalzczna.pl. – Дата доступа 25.03.2012.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКСКУРСИЙ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА РЯЗАНИ)

Синева С.С., 5-й курс

Научный руководитель – З.А. Атаев, д-р геогр. наук, доцент

Современный технический институт (Российская Федерация, г. Рязань)

Поэтическое сердце России... Так по традиции называют Рязанскую землю с тех самых пор, как просиял отсюда, с «полей Коловратовых», чистый свет есенинской поэзии, отразив в себе распахнутую синеву рязанского неба,

зеркальную гладь бесчисленных мещерских озер, дымчатость туманов над заокскими лугами. Именно здесь пришло к нему чувство отчего дома, «почвы» и «веры» как животворящих начал русской Души и русского Слова. Здесь, С.А. Есенин осознал свой лирический талант как дар, ниспосланный свыше, как высшее благословение своему особому пророческому призванию [6, с. 2].

Земля Рязанская гордится своим поэтом, и это далеко не единственный повод для гордости. Рязань и регион уникальны по возможностям дальнейшего развития экскурсионного дела. Соответственно, одной из главных задач работы выступает отбор качественной, достоверной информации, соответствующей экскурсиям в Рязани и Рязанской области. Особо нужно подчеркнуть значимость ретроспективного, краеведческого и географического материала Государственного архива Рязанской области (ГАРО).

Базовая ставка на архивные фонды позволяет надеяться на эффективность экскурсионной деятельности [3, 5, 10–11, 14–16, 20–21, 26–28, 32, 35, 40–41]. В этом перечне – емкий, содержательный разносторонний материал социально-экономического развития региона. Таковыми являются: «Писцовая книга Рязанского края» XVI–XVII вв., «Материалы для географии и статистики России (собранные офицерами Генерального штаба)» 1860 г., «Военно-статистическое и топографическое описание Рязанской губернии» 1914–1915 гг. и др. Два последних издания могут быть признаны венцом описательной стадии познания, с широким использованием статистического и картографического метода.

Фундаментальны коллективные работы «Полный обзор. Два века Рязанской истории (XVIII в. – 1917 г.)» и «Очерки истории Рязанского края 1778–2000 гг.». Не менее значим «Исторический очерк начала строительства и распространения железных и рокадных дорог» и др. Совершенно уникальным по подробности краеведческого описания является «Полное географическое описание нашего Отечества: настольная и дорожная книга для русских людей, 1902 г.». Не меньшее значение имеют иные источники. Назовем только некоторые из большого перечня. «Населенные места Рязанской губернии» 1906 г., «Итоги Всероссийской переписи Рязанской губернии. Материалы Рязанской областной плановой комиссии Госплана РСФСР. Экономическая география Рязанской губернии» 1925 г., «Территория и население Рязанской губернии к началу 1924–1925 гг.» и т. д.

Применительно к Рязани, востребованным и уникальным по богатству фотофонда является источник: «Губернская Рязань на старинных фотографиях. Исторический путеводитель» 2001 г. [18]. Это издание позволяет познакомиться с богатством истории, памятников, архитектуры и достопримечательной города. Неповторимые в своем многообразии постройки, созданные талантливыми архитекторами, сами древние улицы покажут изобретательность мастеров. На фотографиях вся привлекательность старинного русского города, что должно быть творчески использовано в сфере экскурсионной деятельности. С помощью такого «фотоэкскурса» становятся понятными и близкими старые улицы, переулки. Откроют свои тайны величественные соборы и древние храмы.

Для пространственной привязки изученного материала необходимо использовать специфичный картографический материал [1, 17, 33, 39]. Это атласы Рязанской области, как современные, так и в рамках еще губернии (1910 г.), картографический материал экологической оценки территории и др.

Своеобразие экскурсионных объектов и экскурсионной деятельности в Рязани и регионе посвящен следующий информационный блок (обзоры, путеводители и т. д.) [2, 4, 6, 8, 12–13, 19, 20, 25, 30, 31, 34, 36]. В перечне представлены летописи родного края с акцентом на краеведческие достопримечательности. Региональные туристические каталоги. Путеводители, рассказы о достопримечательностях Рязани, оценки перспектив развития экскурсионного дела. С.А. Есенин – главный бренд Рязани, а Рязанский Кремль, Гусь-Хрустальный, Касимов – жемчужины Рязанского края.

Вопросы прогнозной оценки возможностей развития туризма в Рязани изучены также по материалам, изложенным на сайтах Правительства и Управления туризма Рязанской области в форме «Программы развития туризма в Рязанской области» и т. д. [29, 37]. Предваряя сам прогноз, проанализирован информационный блок, характеризующий текущую и ожидаемую экологическую ситуацию как в Рязани, так и в регионе в целом [9, 24]. В стратегии развития туристического бизнеса состояние и тенденции последующего развития окружающей среды заслуженно занимают приоритетное положение.

Современный опыт и наработки в сфере экскурсионного дела и туризма являются производной предыдущей практики [38]. Говоря о прогнозе развития экскурсионного дела и туризма, можно использовать научные основы теории «технологических укладов», социально-экономического закона Энгеля и базовой ставки на моделирование как метод научного, прогнозного познания [7, 23].

1. Атлас Рязанской губернии. – Рязань: Изд-во Типолитография наследников С.Н. Малашкина, 1910. – 19 л.

2. Вагнер, Г.К. Рязанские достопамятности / Г.К. Вагнер, С.В. Чугунов. – М.: Искусство, 1989. – 166 с.

3. Верховский, В.М. Краткий исторический очерк начала строительства и распространения железных дорог в России по 1897 г. включительно / В.М. Верховский. – СПб., 1898–1899. – Вып. 1–9.

4. Википедия – свободная энциклопедия «Рязанский кремль» / <http://ru.wikipedia.org/>

5. Волконский, Н.С. Неурожай в Рязанской губернии: рассказ / Н.С. Волконский. – Рязань: Типолитография Н.Д. Малашкина, 1893. – 62 с.

6. Воронова, О. «А в сердце светит Русь...» / К теплому свету, на отчий порог... К 110-летию С.А. Есенина. Фотоальбом. – Рязань, 2005. – 47 с.

7. Глинский, Б.А. Моделирование как метод научного познания / Б.А. Глинский. – М.: Изд-во МГУ, 1995. – 248 с.

8. Город Рязань.ru «Исторический очерк» / <http://www.gorod.ryazan.ru/>

9. Государственный доклад об использовании природных ресурсов и состоянии окружающей среды Рязанской области в 2001 г.: Белая книга / Министерство природных ресурсов РФ; Департамент природных ресурсов по Центральному региону; Комитет природных ресурсов по Рязанской области. – Рязань, 2002. – 330 с.
10. Два века Рязанской истории (XVIII в. – 1917 г.). / И.П. Попов, Е.С. Степанова [и др.]; Рязанское отделение Советского фонда культуры. – Рязань, 1991. – 220 с.
11. Доклады 1884 г. по дорожным делам: о сооружениях на трактах больших дорог в Рязанской губернии. – Рязань: Типография М.С. Орловой, 1885. – 189 с.
12. Душа России – Рязань // Туризм: профессиональный журнал. – № 11 – 2005. – 157 с.
13. Знай прошлое, живи настоящим, думай о будущем... «Рязань» /<http://www.ote4estvo.ru/>
14. Знаменский, И. Рязанская электрическая станция и водопровод / И. Знаменский // Наше хозяйство. – 1924. – № 11. – С. 85–89.
15. История одной губернии: Очерки истории Рязанского края 1778–2000 годы / В.С. Авдонин [и др.]. – Рязань: Пресса, 2000. – 278 с.
16. Итоги Всероссийской переписи Рязанской губернии (основные итоги демографо-профессиональной переписи) / Рязанское губернское статистическое бюро. – Рязань: Государственное изд-во, 1922. – Вып. 1. – 197 с.
17. Карта «Состояние окружающей природной среды Российской Федерации». М. 1:8 000 000 / Авт. Б.И. Кочуров, Н.А. Жеребцова, О.Ю. Быкова, А.В. Антипова, Г.В. Меньшиков. – М.: РЭФИА, 1996.
18. Каширин, Е.Н. Губернская Рязань на старинных фотографиях. Исторический путеводитель / Е.Н. Каширин, Н.Н. Аграмаков. – Рязань: Наше время, 2001. – 320 с.
19. Летопись родного края. Рязанская земля. История. Памятники. Люди: Материалы Рязанской области краеведческой конференции учащихся общеобразовательных учреждений (17–20 декабря 2001 г.) / отв. ред. В.В. Маскин. – Рязань, 2001. – 120 с.
20. Манов, Ю. Рязанская область «Большое золотое кольцо»: путеводитель / Ю. Манов. – Рязань, 2010. – 274 с.
21. Материалы для географии и статистики России (собранные офицерами Генерального штаба): Рязанская губерния / сост. М. Баранович. – СПб.: Общественная польза, 1860. – 551 с.
22. Материалы Рязанской областной плановой комиссии Госплана РСФСР. Сектор сельского хозяйства. Справка об опыте электрификации колхоза им. В.И. Ленина Рыбновского района (1948 г.). // ГАРО. Ф. Р-4775, оп. 3, д. 54.
23. Медведева, Е.А. Технологические уклады и энергопотребление / Е.А. Медведева / СЭИ СО РАН. – Иркутск, 1994.
24. Минц, А.А. Функция места и ее изменения / А.А. Минц, В.С. Преображенский // Известия АН СССР. Сер. География. – 1970. – № 6.
25. Мишаков, А.М. Гусь-Железный: Исторические очерки (вторая половина XVIII – начало XX в.) / А.М. Мишаков. – Рязань: Узорочье, 2000. – 96 с.
26. Населенные места Рязанской губернии / Рязгубстатком; под ред. И.И. Проходцева. – Рязань, 1906. – 693 с.
27. Осипов, В.В. Экономическая география Рязанской губернии / В.В. Осипов. – Рязань: Рязгостиполитография, 1925. – Вып. 2. – 253 с.

28. Писцовая книга Рязанского края XVI–XVII вв. / Рязанская ученая архивная комиссия; под ред. В.Н. Сторожева. – Рязань, 1900. – Т. 1. – Вып. 2. – 755 с.
29. Правительство Рязанской области «Развитие туризма» / <http://www.ryazanreg.ru/>
30. Привлекательный город // Московский комсомолец в Рязани. – № 19. – 8–15 июля 2009 г.
31. Родин, Н.А. Касимов – городец Мещерский / Н.А. Родин. – Рязань: Узорочье, 2000. – 227 с.
32. Россия. Полное географическое описание нашего Отечества: настольная и дорожная книга для русских людей. – Т. 2. Среднерусская черноземная область / под ред. В.П. Семенова. – СПб.: Изд. А.Ф. Девриена, 1902. – 716 с.
33. Рязанская область, атлас М 1 : 200 000. – М.: 439 ЦЭВКФ, 1995. – 33 л.
34. Рязань станет городом туризма выходного дня // Областная газета Рязанские ведомости вторник 3 нояб.2009 г. – №214 (3499).
35. Территория и население Рязанской губернии к началу 1924–1925 гг. – Рязань: Рязгостиполитография, 1925. – 22 с.
36. Турбизнес для профессионалов «Не последняя спица. Рязанские горизонты расширил туризм» // № 2 фев.2006 г. – 100 с.
37. Управление туризма Рязанской области «Программа развития туризма в Рязанской области» / www.rtourism.ru
38. Шаповал, Г.Ф. История туризма: пособие / Г.Ф. Шаповал. – Минск: Экоперспектива, 1999 г. – 305 с.
39. Экологическая карта России. Масштаб 1:8 000 000 / Авт. Б.И. Кочуров, А.В. Антипов, О.Ю. Быкова, Н.А. Жеребцова. – М.: ПКО Картография, 1999.
40. Яхонтов, Н. Засуха / Н. Яхонтов // Наше хозяйство. – 1925. – № 1–2. – С. 16–26.
41. Яхонтов, С. Военно-статистическое и топографическое описание Рязанской губернии / С. Яхонтов // Труды Рязанской ученой архивной комиссии. 1914–1915 гг. – Т. 27. – Вып. 1. – С. 13–92.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И КОНЦЕПЦИИ ЭКСКУРСОВЕДЕНИЯ

Синева С.С., 5-й курс

Научный руководитель – З.А. Атаев, д-р геогр. наук, доцент

Современный технический институт (Российская Федерация, г. Рязань)

Ключевым понятием представленной работы выступает «экскурсия» (от лат. *excursio* – вылазка, прогулка поездка), в русском языке оно появилось в XIX в. и первоначально означало «выбегание, военный набег», затем – «вылазка, поездка». Позднее произошло видоизменение этого слова по типу имен на «-ия» (экскурс + ия). Рассмотрим несколько формулировок термина.

Экскурсия – методически продуманный показ достопримечательных мест, памятников истории и культуры, в основе которого лежит анализ находящихся перед глазами экскурсантов объектов, а также умелый рассказ о событиях, связанных с ними [2, с.7]. *Экскурсия* – проходка, прогулка, выход на поиск чего-то... [4]. *Экскурсия* – это особая форма учебной и внеучебной работы, в которой осуществляется совместная деятельность учителя-экскурсовода и руководимых им школьников-экскурсантов в процессе изучения явлений действительности, наблюдаемых в естественных условиях (завод, памятники истории и культуры, памятные места, природа и др.) или в специально созданных хранилищах коллекций (музей, выставка) [3, с. 5]. *Экскурсия* – это методически продуманный показ достопримечательных мест, памятников истории и культуры, в основе которого лежит анализ находящихся перед глазами экскурсантов объектов, а также умелый рассказ о событиях, связанных с ним» [1, с. 132].

С развитием туризма экскурсии как способ познания окружающей действительности обрели свою методику, практику и теорию. Теория предстает перед нами как комплекс взглядов, представлений и идей, лежащих в основе современного экскурсионного дела (совокупность обобщенных положений), а отсюда экскурсионная теория создает предпосылки для появления новой науки – экскурсоведения. Теоретические положения экскурсоведения определяет главные направления его развития и совершенствования [5, с. 3].

В дословном переводе греческое слово «теория» означает наблюдение, рассмотрение, исследование. Этот термин рассматривается в нескольких значениях: теория – обобщение опыта; совокупность обобщенных положений, образующих определенную науку или один из ее разделов; система идей в одной из отраслей знаний; теория – высшая, самая развитая форма организации научного знания, дающая целостное представление о закономерностях существующих связей определенной области [6].

Рассмотрим ряд наиболее значимых научных концепций в экскурсоведении, представленных в трудах И.М. Гревса, Н.П. Анциферова и А.В. Бакушинског [7, с. 169–173]. А.В. Бакушинский, проводивший экскурсии в художественных музеях, считал экскурсии эффективным средством изучения культуры. Он предлагал проводить цикл экскурсий по художественному музею, смысл которых заключается в «переживании» экскурсантами художественного произведения – это единственный путь общения зрителя и произведения искусства. Так, через изучение отдельных произведений искусства можно решать проблемы особенностей, сходства и различия культур разных эпох, проблему преемственности культуры: «В наше время, насыщенное динамической напряженностью, мы особенно чутко воспринимаем сходные формы и связанное с ним художественное содержание более ранних эпох».

Представители экскурсионной школы Санкт-Петербурга рассматривали культуру как специальную среду, где живет и действует человек и которая является плодом вековой работы человечества. В этой связи «вырисовывают-

ся две обширные области экскурсирования... мир природы и мир человека, и сообразно с этим две основные ветви экскурсионного ствола – экскурсии по естествознанию и экскурсии гуманитарные. Последние можно назвать иначе – экскурсиями в культуру...». И.М. Гревс писал, что в культуре открываются две неразрывные грани: внешняя (материальная) – «это человеческая обстановка, как бы плоть ее», и внутренняя (духовная), неосязаемая и невесомая, но не менее реальная и движущаяся, изменяющаяся в течении времен.

Именно духовная составляющая культуры, по его мнению, связывает исторические эпохи. Связь определяется «теми вечными... достижениями в области их духовного и общественного бытия, которые сплавивают века и эпохи...». На экскурсии, показывая явления культуры «от низов» до «более сложных достижений «человечности»...» можно понять, как в сердце культуры «слагается то, что составляет мирозерцание, и что дает нам конечное понимание человеческого общественного и духовного мирозерцания».

Подразделяя экскурсии на группы, И.М. Гревс говорит о структуре культуры: это материальный быт, хозяйство; социальный строй (общество); политические формы (государство); духовная жизнь. Экскурсии могут быть посвящены отдельно каждой сфере. При этом нельзя отрывать одну группу явлений от другой. Объединение этих процессов дает культурное бытие человечества и может породить изучающий это бытие цикл экскурсий. Перед экскурсоводом, ставящим перед собой задачу показать на экскурсии особенности духовной жизни общества, встает вопрос выбора объектов показа.

Явления, которые должны попасть в этой связи в поле зрения экскурсовода, это, по мнению И.М. Гревса, просвещение (начиная с устройства школы), библиотека (влияние книги в деревне и городе), интересы образованных слоев и масс (наука, литература, театр), народная поэзия и язык, изобразительные искусства, религиозная жизнь в верованиях и обрядах, в повседневности и праздниках, в пережитках, в творчестве.

Экскурсии, посвященные изучению культуры, называли гуманитарными, которые имеют целью изучение деятельности человека и общества. Культурологический потенциал гуманитарных экскурсий или экскурсий в культуру: Н.П. Анциферов определяет такие экскурсии как экскурсии, посвященные прошлым и современным явлениям культуры, порожденным духовными и материальными интересами человека. В своих статьях Н.П. Анциферов разработал экскурсионный подход к изучению культуры города.

Н.П. Анциферов предлагает цикл экскурсий по городу на примере Ленинграда (г. Санкт-Петербург). Разные типы экскурсий позволяют: осуществить реконструкцию индивидуальности города как целостного культурно-исторического организма; дать синтетическую характеристику отдельной культурной эпохи; включить отдельный художественный памятник в историко-культурный контекст; постичь эстетическую ценность каждого изучаемого объекта; изучить динамику развития историко-культурных процессов на ряде конкретных

памятников, взятых из разных эпох; культурологически осмыслить образ человека на основании психологического анализа материала, несущего отпечаток его жизни и творчества.

Так, в Санкт-Петербурге Н.П. Анциферов проводил экскурсию под названием «Представляет ли рост Петербурга известную аналогию с ростом старорусских городов, или же его история – совершенно особый процесс?» Соответственно И.М. Гревса и Н.П. Анциферова можно отнести к родоначальникам отечественной урбанистики – и тот, и другой писали о культуре города и способах ее изучения с помощью экскурсионного метода познания. Города – это и лаборатории, и приемники, хранители культуры, и высшие показатели цивилизованности. В них происходит сгущение культурных процессов, насыщение их результатов; это – крупнейшая форма сочетания элементов цивилизации, слияния и равнодействия ее стихий и течений.

1. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. – Т.4 / В.И. Даль. – М.: Русский язык, 1882 г. – 763 с.
2. Емельянов, Б.В. Организация работы курсов по переподготовке и подготовке экскурсоводов / Б.В. Емельянов. – М.: Турист, 1989. – 118 с.
3. Емельянов, Б.В. Экскурсоведение / Б.В. Емельянов. – М.: Советский спорт, 2000. – 224 с.
4. Кулаев, К.В. Экскурсионная деятельность: теоретические и методологические основы / К.В. Кулаев. – М.: Турист, 2004. – 252 с.
5. Основы туристской деятельности: учебник / Г.И. Зорина [и др.]; сост. Е.Н. Ильина. – М.: Советский спорт, 2002. – 200 с.
6. Скобельцына, А.С. Технологии и организация экскурсионных услуг: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / А.С. Скобельцына, А.П. Шарухин. – М.: Академия, 2010. – 192 с.
7. Философский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1983. – 950 с.

РАЗВИТИЕ ФОТОТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

Степанова В.М., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Фотография как хобби, инструмент общения и способ запечатления мест и событий сегодня доступна и популярна, особенно за рубежом. Изумительные фотоработы известных и совсем неизвестных мастеров фотографии украшают обложки глянцевого и специализированных журналов, насыщают красотой вир-

туальные пространства Интернета и просто карманных календариков. Что привлекает наш взор к подобному изображению? Очарование пойманного камерой момента, волшебство природных красок, таинство остановившегося времени и застывшего движения. Знаменитое облако стрекоз-поденок над туманным берегом Тисса венгерского фотомастера Золвина Цанкла, живописные «драконы» тропических лесов Панамы фотографа журнала «Гео» Кристиана Циглера. Это не просто фотоработы – это ценнейший приз за терпение и настойчивость, стремление показать невиданное и сделать его доступным и глазу, и сердцу.

Современный мир предоставляет массу возможностей для перевоплощения трехмерного мира в плоскостное изображение. Любительская фототехника вполне доступна, фотоаппарат есть практически в каждом телефоне. Остается лишь поймать то заветное мгновение и увековечить его в цифре!

Особую роль фотография играет в истории. Снимки, сделанные много десятилетий назад, дают возможность прикоснуться к жизни наших предков, полюбоваться старинной природой, увидеть уникальные архитектурные объекты, сегодня стертые с лица земли. Мир движется вперед, и человек, развивая технологии, привнося в этот мир что-то новое, к сожалению, забывает про старое, а часто и разрушает все то прекрасное, что дала нам природа. Возможно некоторые виды животных и растений, памятников истории исчезнут в недалеком будущем. Без фотографии наши дети не смогут узнать, как, например, выглядели россомаха, бобр. Найти такие редкие объекты живой природы, сфотографировать, сохранить фото для потомков – это уже подвиг для человека. Одновременно он проникается этой красотой, уязвимостью и даже некоторой грустью исчезающих живых существ, которые все же упрямо борются за свое существование. И в этот миг он начинает ценить то, что создала природа, и то, что ему (человеку) никто не давал право уничтожать. Фотография дает человеку новое видение мира: сквозь видоискатель фотоаппарата или камеры мир видится и воспринимается по-иному, то, что кажется банальным и привычным, обретает другой смысл. Ландшафты, закаты и рассветы, редкие растения и встречающиеся только у нас виды животных – все это предмет работы фотохудожника. Искусство фотографии позволяет каждому из нас, будто повернув время вспять, наслаждаться давно минувшими мгновеньями.

В Беларуси все больше и больше людей увлекается фотографией. Поэтому не следует упускать такую замечательную возможность – использовать данную тенденцию для популяризации экологического туризма в нашей стране. Непосредственная близость от западноевропейских стран и неизведанность региона – важные условия потенциального роста экологического туризма. Наша страна богата всевозможными природными объектами, представляющими туристическую ценность: нетронутые леса, озера, флора и фауна, занесенная в «Красную книгу». Словом – рай для любителей отдохнуть на природе. Однако одной только природой современного избалованного туриста не привлечешь. Западного туриста привлекают туры, направленные не только на развлечение,

но и имеющие духовную, интеллектуальную ценность. Поэтому возникла такая идея: совместить экологический туризм с фототуризмом, да еще и добавить сюда элемент приключения и соревнования.

Идея тура состоит в том, чтобы разделить группу туристов на несколько команд по 3–5 человек, в каждой из которых будет опытный гид, дать каждой из групп задание, соответствующее тематике тура. Например, сфотографировать определенный перечень редких растений или животных. После этого каждая группа проходит инструктаж по безопасности и отправляется по заранее проложенному опытными специалистами маршруту. Группы не должны пересекаться, поэтому у каждой группы свой маршрут. В среднем турпоход длится 2–4 дня. По окончании определяется победившая группа – та, которая наиболее качественно сфотографировала большее количество объектов, или один, но какой! В последний вечер вручаются призы, обсуждаются впечатления.

Надо заметить, что тематика тура может быть разнообразной, в зависимости от того, что желает турист. Это могут быть как растения, так и животные. Соревнование сделает туриста более заинтересованным и азартным и, следовательно, внимательным и подвижным, а сам тур – более привлекательным. Также данный вид туризма практически не приносит вреда природе, а наоборот, позволяет сохранить ее красоту, запечатлеть ее редкие объекты, находящиеся на грани вымирания или исчезновения.

Наиболее привлекательными для данных туров являются комплексы озер, особо охраняемые и заповедные территории, поймы рек и болота. Туры можно проводить в следующих районах.

Браславские озера. Южная часть парка занята преимущественно низинами, покрытыми лесной растительностью, значительную площадь занимают болота различных типов. Встречается несколько красивых лесных озер. Распространены боры, а также ельники. Типичные лесные обитатели: лось, кабан, косуля, белка, заяц-беляк, заяц-русак, лиса, енотовидная собака, волк, лесная куница, выдра, норка. Из редких видов отмечено обитание барсука, рыси, бурого медведя, которые занесены в Красную книгу Беларуси. В парке выявлено около 200 видов птиц [1].

Сорочанские озера. Заказник «Сорочанские озера» знакомит с 14 прекрасными озерами, которые местные жители называют настоящими жемчужинами Островетчины. Здесь обитают такая удивительная птица, как глухарь, седой дятел, лебедь-кликун; такие редкие растения как ирис сибирский и аквилегия; такие водные виды, как рак и угорь [2].

Березинский биосферный заповедник. Березинский биосферный заповедник является одной из старейших в Беларуси особо охраняемых природных территорий. В заповеднике насчитывается множество видов растений и животных, занесенных в Красную книгу (более 30 видов растений и около 10 видов животных). Флора заповедника содержит более 50 % белорусской флоры: сосудистых растений – 768 видов, мхов – 216, лишайников – 198, грибов – 463 вида.

Основными лесообразующими древесными породами являются береза, ольха, осина, дуб черешчатый, ясень. В заповеднике проживает 56 видов млекопитающих, 230 видов птиц, 10 – амфибий, 5 – рептилий и 34 вида рыб [3].

Припятский ландшафтно-гидрологический заповедник. Припятский заповедник богат флористическими редкостями. На его территории встречаются многие охраняемые и реликтовые растения: арника горная, лук медвежий, хвощ большой, сальвиния плавающая, альдрованда пузырчатая, рододендрон желтый, наяда малая и другие. В заповеднике обитает 50 видов млекопитающих, до 250 видов птиц, в том числе 195 гнездящихся. Основными объектами охраны из млекопитающих являются лось, косуля, кабан, европейская норка, выдра, ондатра и завезенный сюда в 1954 г. енот-полоскун. Есть речной бобр. Среди птиц хорошо представлена и охраняется водоплавающая, болотная и луговая дичь. Из боровой дичи – глухарь, тетерев, вальдшнеп [4].

Заповедник Прибужское Полесье. Расположен на юго-западе Беларуси, в Брестском и Малоритском районах Брестской области. Растительность Прибужского Полесья насчитывает порядка 700 видов высших сосудистых растений. Есть здесь и такой вид, который больше вообще нигде в Беларуси не встретишь, – это чистоуст величавый. Другой редкий вид – мытник лесной – не встречается больше нигде на Белорусском Полесье. Животный мир Прибужского Полесья представляет 310 видов позвоночных животных, 311 видов птиц, 30 видов беспозвоночных, 2 вида рептилий, 2 вида амфибий и 47 видов рыб [5].

Данный тур направлен на различный контингент туристов. Программу можно составить как под активную молодежь, так и под людей старшего возраста. В программу тура могут быть включены: посещение агроусадьб, демонстрация белорусских обычаев, дегустация кухни, бани, обучение фотографии, жизни в походных условиях и многое другое. Таким образом, мы видим, что потенциал Беларуси в данной сфере туризма велик. Не хватает только достаточной рекламы и конкурентоспособности туристического продукта.

1. Белорусское поозерье // Браславские озера. 2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://braslav.com/> – Дата доступа: 22.02.2012.

2. Красная книга: заповедники, национальные парки и заказники // Сорочанские озера заказник. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.krasnayakniga.ru/sorochanskie-ozera-zakaznik> – Дата доступа: 22.02.2012.

3. Государственное природоохранное учреждение «Березинский биосферный заповедник // Флора и растительность. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://berezinsky.by/content/ru/flora.html> – Дата доступа: 22.02.2012.

4. Республика Беларусь на фоне мировых цивилизаций // Припятский заповедник. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ethno.iatp.by/1/z4.htm> – Дата доступа: 22.02.2012.

5. Красная книга: заповедники, национальные парки и заказники // Прибужское полесье заказник. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.krasnayakniga.ru/pribuzhskoe-polese-zakaznik> – Дата доступа: 22.02.2012.

СЛУЦКИЕ ПОЯСА КАК ПРЕДМЕТ ЭТНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Стригельская А.А., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Цвета и узоры – дань традиции, берущей начало в глубокой древности; пусть мало кто уже понимает их эзотерический смысл, но формы и сочетания все же выверены, созвучны окружающей природе. Зачастую в них скрыто воздействие на настроения людей: одна расцветка будит бодрость, необходимую для работы, другая несет праздничное веселье, третья успокаивает... Национальный, по преимуществу, сельский костюм воплощал незыблемость устоев крестьянской жизни. Костюм же сословный подчеркивал личное соответствие человека его социальному положению. Кто из нас, рассматривая в музее старинные костюмы, мысленно не облачался в них? Не примерял те или иные предметы туалета? Надушенные перчатки придворной дамы, треуголка храброго полководца, почетная оксфордская мантия ученого...

Неизменный восторг и желание примерить – или хотя бы коснуться – охватывают всякого человека со вкусом к прекрасному, когда он впервые видит жемчужину белорусского национального искусства, слуцкий пояс. Без преувеличения можно сказать, что на просторах славянских земель трудно найти более ценную деталь мужского костюма, чем тканые пояса из Слуцка.

Технология ткачества поясов была очень сложна, и на ее изучение уходили годы: семь лет и более длилось обучение мастерству. За сохранением секретов ремесла зорко следили владельцы мануфактуры: нередко талантливых мастеров насильно удерживали на предприятии, а беглых – возвращали.

Мода на узорчатые тканые, широкие и длинные пояса восточного стиля пришла на белорусские и украинские земли, входившие в состав Речи Посполитой, благодаря идее «сарматизма». В XVI–XVIII столетиях западноевропейские ученые подчас называли Польшу Сарматией, а ее население объявляли потомством сарматов, воинственных племен, описанных «отцом истории» Геродотом. Объявленные непобедимыми воинами, идеализированные сарматы стали образцами для шляхтичей; родовитые дворяне, и без того считавшие военное дело единственно достойным для себя, еще и внешне старались походить на «славных предков».

Вначале эти части костюма, особенно золототканые, завозили извне. Инициатором создания на белорусских землях фабрики (мануфактуры) тканей по восточным технологиям стал князь Михаил Казимир Радзивилл по прозвищу Рыбонька (1702–1762) – гетман Великого княжества Литовского. Сначала фа-

брика работала в Несвиже – резиденции Радзивиллов, затем в Слуцке, где стала известна как Слуцкая персиярня. В ней трудились специалисты из Турции, Персии, которые ткали пояса с восточными узорами. Правда, чтобы открыть мануфактуру, пришлось нарушить множество законов, ведь вывозить восточные станки, например магелы, из Османской империи было запрещено под страхом смертной казни. Но кого это остановит, если пояс – свидетельство не только богатства, но и благородного происхождения. Произошло это во второй трети XVIII века.

Своеобразные «логотипы фирмы», шитые надписи на поясах говорят о месте производства. Сначала метки делали латинскими буквами – «Sluck», «Me fecit Sluciae» – «Сделано в Слуцке»; а после третьего раздела Речи Посполитой в 1795 г., когда белорусские земли вошли в состав Российской империи, метки стали писать кириллицей – «Въ граде Слуцке». Словно живописные полотна, иные пояса отмечены именем мастера, например: «Ioannes Madzarski», «Лео Маджарский»... Кто же это?

Слуцкая мануфактура была создана около 1762 года путем слияния двух меньших и более ранних «персиярен» – слущкой же и несвижской. Расцвет ее деятельности, длящийся до начала следующего века, тесно связан с работой двух художников-текстильщиков, отца и сына, Яна и Лявона (Леона) Маджарских. С самого начала Маджарские поставили перед собой достойную уважения цель: не повторять восточные прототипы, а искать свои приемы, чтобы превзойти мастерством чужеземцев! Отсюда – многочисленные эксперименты и новации, использование элементов белорусского национального орнамента. Под руководством Яна Маджарского радзивилловская «персиярня» освоила выпуск удивительнейших тканей – двусторонних, четырехповерхностных! У такого пояса не было изнанки, и каждая сторона разделялась на две отличные друг от друга узорные полосы. Переворачивая пояс с одной стороны на другую, хозяин мог использовать его как повседневный или парадный, праздничный или траурный... Маджарский-старший стал украшать концы изделий шелковыми однотонными «махрами» – кистями; на восточных оригиналах либо ничего подобного не было, либо просто выступали нити необрезанной основы. Кисти же, вообще характерные для славянского ткачества, придавали поясам целостность, композиционную завершенность.

Почему же, все-таки, – помимо преходящей «сарматской» моды, – было столь широко и надолго востребовано мастерство польско-белорусских текстильщиков? Ответ – в традициях шляхетского быта. Издавна в большинстве домов новорожденного младенца клали на бело-красный или черно-белый коврик, веря, что это спасет ребенка от «сглаза» и злого колдовства. Во время обручения и венчания жених с невестой становились на многоцветный узорный ковер: он символизировал удачный жизненный путь, по которому отныне

вместе пойдут молодые. И на тот свет шляхтича сопровождала узорчатая ткань. Тело усопшего заворачивали в шерстяной ковер, цвет которого имел особое символическое содержание. Светла ткань – значит, умер человек от старости или болезни, в своей постели; окрашена багрянцем – пал на поле боя... Вплоть до конца XVIII столетия и шуба, и кунтуш, и сапоги шляхтича оповещали всех кругом о социальном положении своего владельца. В этом немом монологе участвовал и длинный, широкий пояс. И «говорил» он чуть ли не громче всех других предметов одежды.

Увы, многие внешние события мешали плодотворной работе мануфактур Слуцка. Упадок слуцкого поясного ткачества в конце XVIII – начале XIX веков связан с резкими политическими изменениями в крае. Но перед тем политика повлияла... на цветовое решение поясов! В них появился зеленый цвет как символ дворянско-демократической конституции Речи Посполитой, принятой в 1791 году. Конституции, переставшей существовать после того, как государство разделили на три Пруссия, Австрия и Россия... И вот необыкновенный факт: серебристо-зеленые слуцкие пояса, названные среди поляков «позитивками», стали считаться... бунтарскими! В их гамме российская власть видела подспудный протест против разрушения Речи Посполитой. Шляхте было запрещено носить эти матерчатые ленты, а затем – и традиционные кунтуши или жупаны. По сути, это и была одна из причин, по которым прекратилось производство маленьких тканых шедевров.

Так стала Беларусь, земля на перекрестке евразийских дорог, родиной неповторимого восточно-западного прикладного искусства; так, и опять же из-за своего «перекресточного» положения, под натиском массовой культуры окрестных великих держав утратила цвет самобытного мастерства, ныне лишь из музейных витрин сверкающего красками слуцких поясов. ...Не нам ли воскрешать утраченное?

Ныне действует в Слуцке музей слуцких чудо-поясов, вот только на родине раритетных экспонатов, помимо отдельных шелковых фрагментов, не сохранилось ни одного целого пояса. А ведь это неплохой способ заинтересовать и привлечь туристов в былую столицу европейской моды. Купить их у музея нет возможности, да и продать желающих не найти. Необходимо устраивать постоянные экспозиции поясов из различных музеев других стран. Вовлекать туристов в процесс экскурсии путем повязки им пояса или примерки каких-либо других частей белорусского костюма. Позволить им почувствовать себя свидетелями того времени, задействовать в проведении какого-либо белорусского обряда. Каждый пояс – это своего рода письмо, написанное с помощью символов и специально подобранных цветов. Многим туристам будет интересно попробовать себя в роли соавтора подобного «письма», перед этим ознакомившись с символикой белорусского народа.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Тарнапович В.Л., 2-й курс

Научный руководитель – О.В. Романова

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры, Республика Беларусь

В настоящее время для обеспечения успешной продажи туров туристическим предприятиям надо сделать 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 рекламу, 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 [1, 3, 4].

Коммерческий успех туристической фирмы зависит также от того, какие туры она предлагает, какие туристические услуги оказывает и насколько качественно все это делается [2, 5, 6]. Таким образом, актуальность данной темы определена стремительным развитием рынка туристических услуг, характерными чертами которого на сегодняшний день являются динамичные изменения туристического спроса и предложения. В условиях современного рынка туризма роль формирования и разработки новых туров возрастает, необходимо постоянно искать пути повышения качества туристического продукта.

Целью работы является изучение путей повышения качества туристического продукта. Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть формирование тура как основного продукта деятельности туристического предприятия;
- изучить организацию деятельности туроператора по планированию, разработке и совершенствованию тура;

– выявить особенности формирования тура (на примере ООО «РОСТИНГ»).

Теоретическая актуальность темы определяет степень научной разработанности данной проблемы. Вопросам формирования, продвижения и реализации туров посвящено много специализированной литературы, и прежде всего труды Е.Н. Ильиной, Н.М. Бирицкой, А.П. Дуровича, Д.С. Ушакова, Н.И. Кабушкина и других.

Практическая часть работы представляет собой анализ деятельности туроператора ООО «РОСТИНГ» по формированию и продвижению тура, а также разработку рекомендаций по совершенствованию этой деятельности.

ООО «РОСТИНГ» – один из ведущих туроператоров Беларуси. Данная туристическая компания завоевала доверие у широкого круга потребителей. Это непосредственно подтверждается фактами получения различных наград и дипломов. Кроме этого, фирма постоянно получает награды и почетные дипломы за максимальный объем продаж (Болгария, Турция).

Но, несмотря на налаженную работу в течение долгого времени, а фирма работает с 1996 года, существуют некие недоработки, или, так сказать, проблемы, возникающие при работе.

Совершенствование турфирмы по формированию и продвижению тура должно осуществляться проведением мероприятий по следующим направлениям.

1. Постоянная работа «РОСТИНГА» со своими турагентами. Работа с туристическими агентствами в настоящий момент является одним из основных направлений текущей и стратегической деятельности любого туроператора. Роль турагентов в процветании и успешности бизнеса оператора невозможно переоценить, поскольку, каким бы известным ни был оператор, какие бы интересные, отвечающие потребностям сегментов рынка туры он ни предлагал, без эффективно работающей расширенной агентской сети он ничего бы не смог добиться на туристическом рынке.

Компании «РОСТИНГ» необходимо проводить со своими турагентами учебные семинары по изучению и оформлению сделок, страхованию. Для эффективного продвижения своего тура на рынок, большего объема сбыта продукта в начале или в конце туристического сезона для своих агентов следует организовывать больше поездок по маршрутам рекламируемых туров.

2. Подготовка, переподготовка и повышение квалификации специалистов исследуемой компании. Подготовка специалистов должна представлять собой целевое, конкретно направленное обучение, конечная цель которого – обеспечение предприятия достаточным количеством работников, чьи профессиональные качества в полной мере должны соответствовать производственно-коммерческим целям предприятия. Программы обучения должны быть составлены с учетом конкретных особенностей структуры персонала и актуальных задач развития каждого предприятия (или его подразделений, филиалов).

Для более эффективного внедрения тура на рынок торговому персоналу следует пройти подготовку по совершенствованию навыков продаж и делового общения с клиентами. Такую подготовку следует проводить в виде семинаров, приглашения консультантов, обмена опытом.

3. Обеспечение маркетинговой стратегии продвижения тура на туристический рынок. Данное направление необходимо осуществлять путем разработки и реализации более действенных рекламно-информационных и имиджевых мероприятий по популяризации тура, издания каталогов, буклетов, путеводителей и иной печатной продукции. Одним из недостатков «РОСТИНГА» является отсутствие в полной мере цветных, ярких, привлекающих внимание потенциального потребителя буклетов. В основном используются ксерокопии.

Выводя новый туристический продукт на рынок, необходимо правильно организовать и провести рекламно-пропагандистскую кампанию, которая должна способствовать быстрейшему завоеванию новинкой признания целевыми группами потребителей. В ходе этой кампании следует дать четкое обоснование, почему клиент должен выбрать именно данный продукт, а не услуги конкурентов.

Для облегчения «запуска» нового туристического продукта целесообразно широко использовать рекламу для розничных агентов и для публики.

4. Внедрение системного информационного комплекса в офис туристического предприятия и «отслеживание» последних достижений науки и техники. Актуальность направления состоит в том, что информатизация, то есть проникновение современных информационных компьютерных технологий в различные сферы человеческой деятельности, на сегодняшний день оказывается важнейшим фактором повышения эффективности технологических процессов разработки и реализации туристского продукта, важность которого еще не до конца осознана многими организациями, предприятиями и учреждениями белорусской индустрии туризма. Фирмы, которые осознают роль информационных ресурсов и компьютерных технологий в организации и ведении турбизнеса, которые осознают предоставляемые возможности этих компьютерных технологий, а затем внедряют и используют их в повседневной работе, не только смогут оптимизировать производство и реализацию своих продуктов, но и приобрести конкурентные преимущества, позволяющие им выжить в условиях кризиса.

ООО «РОСТИНГ» для организации своей работы использует программу «Мастер-Тур», которая предназначена для автоматизации офисной деятельности компаний-туроператоров, занимающихся отправкой и приемом туристов. Этот факт указывает на то, что фирма – действительно преуспевающая компания.

Использование компанией программы «Мастер-тур» – определенно плюс компании. Однако суть направления состоит в том, чтобы предприятие следило за новейшими достижениями, не отставало от современных тенденций.

5. Участие в международных специализированных выставках и ярмарках. Это позволит «РОСТИНГУ» наладить контакт с иностранными компаниями, найти новых партнеров и поставщиков туруслуг, тем самым улучшить качество турпродукта.

Для усовершенствования работы ООО «РОСТИНГ» предлагается несколько рекомендаций:

– провести работу, направленную на поиск новых условий для организации индивидуальных туров (договоры с экскурсоводами, договоры с транспортными компаниями);

– расширить ассортимент самостоятельно формируемых пэкидж-туров;

– наладить деловые контакты с турецкими туроператорами для получения большей прибыли;

– создать на предприятии отдел, отвечающий за маркетинговую политику «РОСТИНГА»;

– разработать новые маршруты тура, так как основной акцент компании направлен на такие «избитые» и «изъезженные» направления, как Болгария, Румыния, Турция (отметим, что в арсенале компании есть индивидуальные туры в Малайзию, Индонезию, Таиланд).

Таким образом, следует отметить, что, несмотря на то, что «РОСТИНГ» является довольно успешной компанией, туроператором, крепко удерживающим лидирующие позиции в своих направлениях, необходимо отметить тот факт, что фирме есть к чему стремиться. Фирме следует использовать пути совершенства своей деятельности по повышению качества туристического продукта и внедрению его на рынок в жизни. Ведь именно от этих параметров и зависит спрос на продукцию фирмы, прибыль и, конечно же, репутация компании.

1. Жулевич, Е.В. Организация туризма: учеб.-практ. пособие / Е.В. Жулевич. – Минск: БГЭУ, 1999. – 153 с.

2. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: учебник / Е.Н. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 256 с.

3. Организация туризма: учеб.-метод. пособие / Т.М. Сергеева. – Минск: БГЭУ, 2006. – 153 с.

4. Организация туризма: учеб. пособие / А.П. Дурович [и др.]; под общ. ред. Н.И. Кабушкина [и др.]. – Минск: Новое знание, 2003. – 632 с.

5. Туроперейтинг: учеб.-метод. пособие / Н.М. Бирицкая. – Минск: БГЭУ, 2005. – 209 с.

6. Ушаков, Д.С. Прикладной туроперейтинг / Д.С. Ушаков. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: МарТ, 2004. – 416 с.

ПРОЕКТ ДОМА ОТДЫХА «ПИНСКАЯ ШЛЯХТА»

Тиханкова Е.А., Рудченко А.А., Выучейский В.В., 3-й курс

Научный руководитель – Х.Х. Лавинский, д-р мед. наук, профессор
Белорусский государственный технологический университет,
Республика Беларусь

Беларусь называют страной озер и болот, страна удачно располагается в самом центре Европы, а белорусы – добрые отзывчивые люди. Это создает прекрасные условия для развития в республике туризма: экологического, рекреационного, оздоровительного, познавательного и других типов, основанных на единении с природой. Пожалуй, туризм сегодня является своего рода индикатором развития стран, так что можно с уверенностью сказать: Беларусь ждет светлое будущее!

В данной работе мы представляем проект дома отдыха, где гости смогут не только отдохнуть и привести в порядок здоровье, но и по-настоящему слиться душой с белорусской природой. При разработке проекта мы пытались учесть если не все, то, по крайней мере, большинство необходимых нюансов при организации подобного объекта.

Наш объект туристическо-оздоровительной деятельности мы решили расположить на территории Брестской области, Пинского района, возле деревни Городище. Большая часть этого района находится в границах Припятского Полесья, западная – возвышенной равнины Загородье. Поверхность преимущественно плоская, заболоченная. 75 % территории ниже 150 м над уровнем моря, 15 % – на высоте 150–160 м. Самая высокая точка – 174 м (2 км на юг от д. Мерчицы). Наиболее низкая точка поверхности – 130 м. По тектоническому строению район относится к Полесской седловине. Район принадлежит к Пинскому агроклиматическому району. Средняя температура января $-5,2^{\circ}\text{C}$, июля – $18,6^{\circ}\text{C}$. Осадков – 573 мм в год. Вегетационный период длится 201 сутки. Реки Пинского района относятся к бассейну реки Припять. Главнейшими притоками Припяти на территории Пинского района являются: справа – Стыр, Горынь, Ствига, Уборть, слева – это Пина, Ясельда и Бобрик. Реки – типичные равнинные, протекающие в таких отложениях, как ил, мергель, известь, туф, песок, глина, торф. Им присуща специфическая черта – извилистость русла, выражающаяся в чередовании изгибов и перегибов. Густота натуральной речной сетки 0,35 км/кв.км Каналы – Днепровско-Бугский, Огинский, Ясельдовский, Дубайский. Наибольшие озера – Полесское, Погостское, Кончицкое, Выгоновское, Самоховичское – всего 42 озера. Многие находятся в настоящее время в стадии угасания вследствие заполнения их озерно-речным илом и заболачивания. Водохранилища – Погост, Жидче. В 2000–2001 годах по инициативе Пинского райисполкома благоустроены сохранившиеся на территории района родники: «Александровка» вблизи д. Лыще, «Дубой» в д. Дубой, «Ковнятин» в д. Ковня-

тин, «Охово» в д. Охово, «Рудка» в д. Рудка. После определения химического состава воды по анализу проб в лаборатории Брестского областного комитета природных ресурсов и охраны окружающей среды все родники получили статус памятника природы местного значения. В районе имеются обширные лесные угодья, состав леса: хвойные – 65,7 %, еловые – 0,5 %, дубовые – 7,9 %, ясеневые – 0,2 %, грабовые – 0,4 %, березовые – 14,5 %, осиновые – 0,4 %, черноольховые – 10,4 %. Часть лесов (28,6 %) – это искусственные, преимущественно хвойные насаждения. На территории района размещены заказники республиканского значения: ландшафтные – Простыр, Средняя Припять (частично); биологические – Ступское, Ермаки, Изин, Кончицы, Подмостье, Тур; охранные торфяники – Болгары, Вуйвичи, Городищенское, Домашницы, Дублик, Сляповское. Имеются памятники природы республиканского значения – парк в д. Поречье, насаждение пихты белой в парке д. Дубай. Зоны отдыха – Бобрик, Городище, Дубрава, Доброславка.

Расположенный так удачно, наш дом отдыха «Пинская шляхта» сможет предложить посетителям:

- проживание в уютном, теплом, комфортном доме со всеми удобствами (санузел, камин, домашний кинотеатр, караоке, самовар);

- уединение на берегу пруда, расположенного возле леса с оборудованным местом для отдыха на природе (мангал, кострище с дровами, комфортабельные беседки, гамак, удочки);

- знакомство с национально-культурными традициями сельской местности;

- гирудотерапию (оздоровление с помощью пиявок) и другие оздоровительные процедуры и церемонии;

- охоту и прогулки на лошадях;

- прогулки на лодках, однодневные туристические походы в лес и другие живописные места;

- прогулки на велосипедах и лыжах, катание на квадроцикле;

- прогулки по канатной дорожке;

- экскурсии по музеям, национальным, историческим и архитектурным памятникам, городам, озерам и пущам;

- великолепную колоритную кухню (белорусскую и армянскую, меню – заказное на выбор);

- русскую баню с комнатой отдыха;

- массажный кабинет;

- бильярдный зал;

- занятия в тренажерном зале, йогой и пилатес под руководством мастера;

- курсы по фото- и видеоискусству.

А вот перечень оздоровительных технологий, доступных посетителям дома отдыха:

I. Технологии, применяемые с целью коррекции нарушений центральной и вегетативной нервной системы, нейрогуморальных регулирующих систем и

стимуляции защитных антистрессорных механизмов, а также для коррекции функциональных нарушений в различных органах и системах. К ним относятся: светолечение; цветолечение; гирудотерапия (лечение пиявками); русская баня.

II. Технологии, применяемые для улучшения физического состояния, тренировки и закаливания, коррекции психоэмоционального состояния, вегетативной и гуморальной регуляции, кровообращения, к которым относятся:

- аэротерапия;
- гелиотерапия;
- ландшафтотерапия;
- терренкур;
- упражнения на специальных тренажерах и аппаратах для механотерапии, в том числе для коррекции фигуры;
- плавание в небольшом бассейне и лечебная подводная гимнастика;
- йога, пилатес.

III. Технологии, применяемые с целью улучшения периферического, центрального и регионального кровообращения, тонуса артериол и венул, микроциркуляции, вегетативной и центральной нервной системы, обменных процессов, куда мы относим устройства для воздействия углекислым газом («сухие» углекислые ванны, лишенные действия воды).

IV. Механотерапия, куда мы относим:

- упражнения на аппаратах для вибрационного, баночного массажа, ручной классический, сегментарный, точечный массаж;
- вытяжения позвоночника и суставов.

По нашему замыслу, дом отдыха «Пинская шляхта» одновременно сможет принять, оздоровить и развлечь до 35 человек.

Итак, нами была выполнена интереснейшая работа, в ходе которой мы пытались разобраться в сложных механизмах организации туристическо-оздоровительного учреждения. Нам стало ясно, что открытие подобного учреждения – это трудоемкий многоэтапный процесс, требующий твердой руки и светлой головы; подходить к нему следует ответственно, после предварительного аналитического анализа и сбора точных данных о территории, где планируется расположить объект. Мы уверены, наша работа выполнена на достойном уровне и вполне претворима в жизнь.

1. Шпилевский, П. Путешествие по Полесью и Белорусскому краю / П. Шпилевский. – Минск: Полымя, 1993.

2. Забелин, И. Краткое описание части Западного Полесья / И. Забелин. – Киев, 1883.

3. Санатории [Электронный ресурс] / Сайт Белтрэвел. – Режим доступа: www.beltravel.by – Дата доступа: 20.02.2012.

4. Курорты [Электронный ресурс] / Сайт Магазин курортов. – Режим доступа: www.kurortmag.ru. – Дата доступа: 20.02.2012.

ИННОВАЦИОННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ КАЛВЕР СИТИ

Тихонова В.А., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

В ряде публикаций, статей, интервью, связанных с возрождением городов, можно встретить понятие «Эффект Бильбао». Традиционно оно трактуется как самый известный случай воздействия на экономику и имидж города путем строительства яркого архитектурного объекта, привлекающего как туристов, так и крупные инвестиции [1].

Универсального рецепта так называемого «Эффекта Бильбао» не существует, и его традиционная трактовка – это миф. Однако существуют примеры повторения успеха эффекта Бильбао. Для этого необходимо искать особый подход к городу. Учитывать его индивидуальность, начиная с модели экономики, особенностей территориального устройства и заканчивая изучением его уникальной истории [1]. Ярким примером этого является Калвер-Сити.

Архитектор Эринк Оуэн Мосс построил здания, число которых теперь больше, чем дюжина, и расширяются они за пределами Калвер-Сити. Эти проекты сделали его одним только из трех рабочих лос-анджелесских архитекторов с глобальной репутацией (наряду с Франком Гери). Однако заслуга авторства принадлежит его клиентам, команде мужа и жены – Фредерика и Лори Сэмитор-Смит. Бывший журналист и сценарист, Фредерик начал развивать свое дело в начале 1970-х. Он использовал землю, чтобы построить офисы в виде гиганских коробок для только возникающей компьютерной отрасли. Когда Фредерик навестил будущих арендаторов, те работали с новым видом математики, которая ранее не применялась вообще. У архитектора возникло чувство, что, если построенные им здания будут основаны на конфигурациях, которые эта новая промышленность использовала, они станут естественным – если не сказать подсознательным – выражением привлекательности этой промышленной архитектуры [2].

Эксперимент решено было провести в Калвер-Сити, где Фредерик купил несколько промышленных зданий, принадлежащих его отцу. Заказчики архитектурного проекта работали в компьютерной индустрии развлечений, сопряженной с высокими технологиями. «У нас возникла идея взять часть города и восстановить его», – рассказывал Фредерик. «Но у нас не было достаточного количества денег, чтобы совершить этот традиционный путь – купить целую часть города, разбить его на крупные куски и восстановить». Вместо этого Смиты последовательно приобретали землю размером с 57-акровую область, предполагая, что когда городская архитектура разовьется, эти очаги будут служить семенами оживления соседств [2].

В середине 1980-х Смиты начали искать архитектора, который мог бы понять их видение сложной архитектуры, отражающей нелинейную математику дизайна компьютерной микросхемы. Они связывались с каждым известным проектировщиком в городе. Мосс был арендатором здания, которым управлял Фредерик в то время.

У Смитов есть почти евангелическая вера и во власть преобразования хорошего дизайна, и в разрушительный потенциал плохого планирования. По их мнению, лос-анджелесские беспорядки 80-х годов были спровоцированы плохой архитектурой. Они действительно полагают, что архитектура может иметь серьезное отрицательное влияние на людей, которые существуют внутри нее, так же, как она может серьезно положительно влиять на жизни людей в условиях «конструктивного» дизайна [2].

Структуры, которые начали развивать Смиты и Мосс, прогрессивно выросли, поскольку они продемонстрировали свою жизнеспособность на рынке. Фредерик объяснял свой подход к архитектурному дизайну тем, что больше интересуется исследованием на улице, чем в книгах и музеях, и в этом контексте работа должна быть понятной аудитории, которая подпишет арендные договоры. Мосс до сих пор «балуется» теоретическими полетами фантазии. Одно из выстроенных им зданий он назвал «Зонтик» (1999), что отражает особенности холмистого слоисто-стеклянного навеса. Этот эксперимент, по словам архитектора, предназначен для намного большего проекта, который появится в будущем. Смиты многое не закончили. Их самый большой проект до настоящего времени – пара высотных башен 230 футов высотой, в которых разместятся только двенадцать помещений, каждое с 25-футовыми потолками – был недавно одобрен муниципальным советом Лос-Анджелеса. Этот архитектурный проект воспринимается как не простое здание, а как целое «соседство» или ансамбль. «Архитекторы любят говорить обо всех больших проектах, которые они сделали, но которые закончились на библиотечной полке, потому что никто не имел мужество воплотить их. Мы бросаем вызов этому. Мы даем этому особому архитектору шанс осуществить его самые дикие мечты» [2].

Городков, подобных Калвер-Сити начала XX века, в Беларуси немало – маленьких, уютных, по-хорошему провинциальных. Однако, несмотря на кажущуюся «идентичность», у каждого из них свое лицо и неповторимый характер. Есть они и у пятисотлетнего Дятлово. Этот город известен по рукописным источникам с 1498 г. как владение князей Острожских [3].

Чем же небольшое Дятлово интересно с точки зрения развития туризма? Планировка и застройка площади и прилегающих к ней улиц города, сложившихся во второй половине XVII–XIX вв., сохранились достаточно хорошо, представляя «архитектурный пейзаж», характерный для небольших белорусских поселений. Кроме того, дятловская земля знаменита своими уникальными естественными источниками радоновых вод, что способствует развитию оздоровительного туризма на базе санатория «Радон». Но этот традиционный

подход к туристической привлекательности Дятлово растворяется в его потенциальных возможностях.

Нетрадиционным способом развития туризма в Дятлово могут стать невостребованные и пока заброшенные объекты, которые можно и нужно использовать в туристических целях: около 40 заброшенных среди леса военных городков с подземными переходами, пусковые колодцы, казармы и многое другое можно использовать как площадку для интереснейшего вида туризма – историко-познавательного или приключенческого [4]. Сможете ли вы его рассмотреть за невзрачной и безвкусной архитектурой заброшенного военного городка? Но перед нами пример Калвер-Сити. И невозможное становится возможным...

1. Эффект Бильбао [Электронный ресурс] / Прогрессор. – Режим доступа: <http://www.progressor.pro/other/effekt-bilbao/> – Дата доступа : 15.02. 2012

2. КалверСити[Электронный ресурс]–Режим доступа: http://www.metropolismag.com/html/content_0102/smi/ – Дата доступа : 10.02. 2012

3. Дятлово [Электронный ресурс] / Туризм в Беларуси. – Режим доступа: http://belarustourism.by/catalog/link_380_332_226.html – Дата доступа : 16.02. 2012

4. Гродненский областной территориальный фонд государственного имущества [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://grodno-region.gov.by/oblimuschestvo/region/dyatl.htm>– Дата доступа : 16.02. 2012.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИГРОВОГО ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

Тихонова В.А., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Беларусь – одна из тех европейских стран, куда хочется возвращаться снова и снова. Однако многие туристы сталкиваются с тем, что, приехав в очередной раз, они хотели бы увидеть уже не только памятники, но и что-то другое, получить новые запоминающиеся впечатления. И в этом им на помощь приходит игровой туризм. Игровой туризм – отдых для искушенных людей...

Концепция комплексного игрового туризма выдержана в духе игры, небольшого приключения с целью приятного времяпрепровождения. Такой вид активного досуга отличается тем, что организаторы не забавляют желающих уже обкатанным набором стандартных экскурсий, программ и достопримечательностей, а предлагают задачи, выполнив которые, человек узнает что-то новое о себе и окружающем мире. С туристом больше не носятся, как с писаной торбой, потому что предполагают в нем не вяловатого «матрасника», а лич-

ность с интеллектом, душой и жадой познания. Это лишь общий подход, детали зависят от фантазии организаторов – и пожеланий отдыхающих [1].

Игровой туризм использует как средство туристической деятельности ролевую игру.

Ролевая игра – игра развлекательного назначения, в которой игроки отыгрывают свои роли через действия. Действия участников игры считаются успешными или нет в соответствии с принятыми правилами. Игроки могут свободно импровизировать в рамках выбранных правил, определяя направление и исход игры. Главная задача ролевых игр – за короткий срок узнать особенности страны, в которой пребывает турист. Для туриста эта возможность неординарно провести свое время.

Рассмотрим особенности игрового туризма в условиях города. Игра, лежащая в основе путешествия, знакомит туристов с нестандартными достопримечательностями, помогает с помощью высококвалифицированного персонала узнавать новые места, предлагать новые идеи. Ее концепция предполагает не раскрытие сути конкретного места, а подачу идеи для путешествия и самостоятельного изучения объекта. Игра длится не больше недели, за это время турист погружается в культуру страны. Сюжет игры может быть predetermined или же давать множество исходов, выбор которых зависит от действий игроков.

Мастер – в ролевых играх так называют человека, который определяет правила взаимодействия персонажа с миром и реакцию мира на действия персонажа. Для отыгрывания реакции мира мастер прибегает к помощи игротехников; создает и контролирует сюжет игры.

Игротехника – техника профессионального совершенствования людей в игровой форме. Это процесс решения и постановки задач и проблем игротехником, реализация синтетической функции режиссуры и сценарирования игры и организация ее практического проведения.

Игротехник – помощник мастерской группы, реализующий сюжетные идеи мастеров; игрок в ролевых играх живого действия, чьи персонажи находятся под жестким контролем мастерской группы, исполняющих служебные по отношению к игре функции. Часто эти персонажи являются временными, созданными для выполнения конкретной задачи, например: «вбросить» определенную информацию в игру, напомнить игрокам о чем-то, развлечь их и т. д. Особое внимание игротехник уделяет рефлексивному анализу как действий игроков, так и своих действий, а также всего хода игрового процесса. Игротехник использует дифференциальные (предметные) системы средств, присущие отдельным наукам. В деятельности игротехника выстраиваются особо значимые акценты, среди которых следует отметить акценты на мышление игроков, их личностные качества, на специфику групповой динамики [2].

Итак, в город приезжают туристы, им хочется чего-то нового, им надоели типичные экскурсии. Что может предложить игровой туризм?

Туристы приезжают на короткий срок. Они приезжают по работе, но хотят познакомиться с архитектурой, флорой и фауной. Им предлагают участие в ролевых играх. Игротехник рассказывает определенные правила игры и дает каждому туристу свои задачи и цели. Игра проходит в 4 квартала. 1 квартал – 90 минут. Играют 4 дня. После каждого квартала делают перерыв и обсуждают сделанную работу. После 4 квартала подводят итоги. Итак, в страну приезжает команда туристов, набирается команда в 23 человека. Распределяем роли: 3 человека прогрессоры, которые отвечают за всю работу, мэр, профсоюз, Министерство спорта и туризма (МСиТ), милиция, студенты, рабочий класс, частный предприниматель, главный архитектор, таксист, строители, туроператор, экскурсовод, таксист, гостиничный бизнес, питание, маркетолог. Создается капитал, каждому распределяются «деньги». У прогрессоров возникает идея построить музей для привлечения туристов в страну. Прогрессор идет в МСиТ и они разрабатывают план по организации, называют проблемы по развитию города, анализируют их и предлагают методы их решения: строительство объекта (в данном случае музея). Затем план отправляют мэру. Мэр одобряет план строительство и отправляет прогрессоров к главному архитектору за главным планом здания. Главный план отправляется строителям. Строители строить согласны, но нет средств. Частный предприниматель вкладывает капитал в строительства, в дальнейшем он будет получать часть прибыли от притока туристов. Нет обслуживающего персонала, для этого прогрессор идет в профсоюзы и нанимает из рабочего класса обслуживающий персонал и экскурсоводов.

Так как это музей, милиция занимается охраной экспонатов, музея и посетителей. От милиции зависит частный предприниматель, так как пострадают экспонаты, не будет посетителей, не будет прибыли, и предприниматель понесет ущерб. Для рекламы музея нанимают маркетолога. Первыми музей начинают посещать туристы. Для привлечения иностранных туристов, туроператор разрабатывает туры. Иностранные туристы размещаются в отели. 4 человека играют свои роли: первый турист – высокообеспеченный, второй турист – среднеобеспеченный, третий – малообеспеченный, четвертый – искусствовед-критик игры. Каждый игрок заинтересован: маркетолог, гостиничный бизнес, питание, экскурсоводы, туроператор, строители, рабочий класс, частный предприниматель, таксист, главный архитектор – заинтересованы в получении прибыли; МСиТ и прогрессоры заинтересованы в развитии города; милиция – в правопорядке, профсоюзы – в защите прав трудящихся и обеспечении людей в работой, а студенты – в духовном развитии. В конце 4-го квартала подводятся итоги, обсуждаются поставленные цели, решаются проблемы и обсуждаются дальнейшие перспективы развития туризма в стране. Мастера фиксируют ход игры в компьютере, а когда она заканчивается, обрабатывают всю информацию.

70 % действий получается не так, как запланировано. Подобная игра дает возможность разрабатывать новые проекты по привлечению иностранных туристов, по развитию архитектуры города.

Эта игра позволяет туристам не только проявить азарт, соперничество, интерес. Сам процесс игры со временем становится для каждого чем-то большим, чем игра – это вовлечение в другую реальность, получение впечатлений и сильных ощущений посредством заинтересованного участия. Погружаясь в игровой туризм, турист-игрок получает не только новые эмоциональные впечатления и переживания, но и обострение ощущений за счет временного погружения в другую, игровую реальность, наполненную азартом поиска и открытий.

Если Вы любите приключения, от которых захватывает дух, если загадки и тайны не оставляют Вас равнодушными, а красоты первозданной природы открывают душу, тогда игровой туризм именно для вас.

1. Игровой туризм [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://dtadvisors.ru/?page_id=26 – Дата доступа: 03.02.2012.

2. Ролевые игры [Электронный ресурс] / Википедия свободная энциклопедия. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Ролевые_игры – Дата доступа: 01.03.2012.

ДЕТСКИЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПАРК КАК ОБЪЕКТ ТУРИЗМА

Толордава О.Р., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Когда в июне 1955 года появилась новость о первом в мире Disneyland, мало кто мог предугадать, что уже в ближайшем будущем его название будет ассоциироваться у людей всего мира со счастливым детством и осуществлением заветных желаний. В дальнейшем Disneyland был открыт для посетителей в Париже, Калифорнии, Токио, Флориде, Гонконге [1]. Посещение этого парка для большинства является исполнением мечты, поощрением за прилежание и успехи, днем безоблачного счастья и погружением в наивный и светлый мир детства. Парк привлекателен и для детей и для взрослых, в нем проводятся тематические дни, шоу-программы, корпоративные мероприятия. Здесь начинаются удивительные приключения и совершаются чудеса. Здесь каждый находит что-то захватывающее для себя.

Сегодня центры развлечений, организованные в форме тематических парков, развиваются в Испании (Port Aventura, Terra Mitika), Дании (Legoland), Германии (Phantasialand, Европа-парк), Японии (Ocean Dome, Disneyland) и в других странах мира. Экономическая целесообразность подобного рода центров уже не вызывает сомнений, а их функции как туристических объектов выполняются сполна.

Подобный развлекательный центр есть и в Беларуси. Уже около 10 лет в Минске функционирует парк развлечений для всей семьи Dreamland. Парк построен в лучших европейских традициях, на территории парка есть где погулять, на что посмотреть и чем подкрепиться, кроме этого, рядом всегда гуляют яркие и забавные персонажи-дримы: Флавио, Марио, Рикки и Лео, которые развеселят и взрослых и детей [2]. Но эти персонажи не принадлежат нашей культуре, а возможно, находятся вне какой либо национальной культуры вообще! Поэтому хотелось бы, чтобы наши дети, посещая тематические парки развлечений, имели возможность познакомиться с традициями, культурой нашей страны. Этому могут способствовать сюжеты славянских мифов, легенд и сказок, на основе которых дети смогли бы усваивать белорусский эпос, узнавать традиции своего народа. Эта идея легла в основу создания проекта детского тематического парка развлечений «Рамонак».

В качестве тематической базы для нашего парка принят культурно-фольклорный материал, очень хорошо известный нашим детям и их родителям по мультфильмам и сказкам. Герои этих сказок: Баба-Яга (или Ягиня в белорусском эпосе), Кошей Бессмертный, кот Баюн, Кикимора, Леший, Волк, Лиса, Колобок, Заяц и многие другие. Тема славянской сказки, по нашему мнению, – беспроегрышна, бесконечна по возможностям, легко принимается и обыгрывается детьми.

Увлекательная тема кладется в основу работы тематического парка и развивается в аттракционах и представлениях, ей подчинены все вспомогательные парковые службы. Соответственно теме разрабатываются ландшафты, водные объекты, начиная от парковых скульптур и устройств, дизайна оград, кончая скамейками и формой светильников.

Чтобы объединить людей разных возрастов и привлечь взрослое население как организаторов короткого семейного путешествия и плательщиков, главная тема парка носит не только увеселительный, но и познавательный характер.

Дети постарше и взрослые познакомятся с владениями бабушки Юстины. Предполагается, что это будут красочные поляны с редкими растениями, занесенными в Красную книгу, профессионально оформленные и дополненные сказочными скульптурами. А также это будет изба, которая будет служить укрытием в плохую погоду. Возможно, там будет размещено детское кафе, удобные места для прослушивания сказок. Во дворе будут расположены дополнительные постройки, где будет храниться инвентарь. Все строения будут выполнены в старинном стиле.

Сама же бабушка Юстина знаменита не только своими отварами из лечебных трав, рецептами которых она может поделиться и которые, несомненно, пригодятся молодым родителям, но и легендами о нашей белорусской земле, о наших забытых историях и о наших замечательных, отважных, сильных людях. Самое интересное в том, что в каждой ее сказке, легенде рядом с главными героями присутствует цветок, или растение, занесенное в Красную книгу.

Наша задача – научить ребенка доверять природе. Ребенок должен утвердиться в мысли, что зависимость от природы естественна, что найти себя в природе – значит стать ее частью. Совершая прогулки по владениям бабушки Юстины, дети учатся видеть красоту природы, понимать ее ранимость, беззащитность перед человеком. На экскурсиях детей знакомят с правилами поведения на природе, с флорой и фауной нашей республики. Прогулки по владениям бабушки Юстины оставляют незабываемые впечатления как у детей, так и у взрослых.

А малыши продолжают знакомство со сказочными героями, путешествуя по сказке «Колобок», преодолевая препятствия в виде надувных аттракционов, викторин, спортивных соревнований.

Ввиду того, что наш город расширяется, появились большие территории, испытывающие потребность в благоустройстве. Это в первую очередь новостройки на местах бывших деревень: Дружба, Малиновка, Сухарево, Михалова, Дворецкая Слобода и т. д. После сноса деревень остались деревья, рощи, кустарники и интересные ландшафты – овраги, пустыри, высохшие русла рек.

Мы рассматриваем как возможность размещение нашего парка на территории недавно отреставрированного Лошицкого парка, где осталось еще много незадействованных территорий, с вековыми деревьями, холмами и заболоченными местами.

Специалисты считают, что «природная среда – самая лучшая обстановка для игры детей». Это идеал счастливого детства. Проведенные исследования показали, что разнообразие окружающего ландшафта делает игру детей более изобретательной, а самих малышей более раскованными и заинтересованными. Разнообразный ландшафт позволяет детям расширять границы возможностей, становиться более ловкими и, как следствие, меньше травмироваться [3].

С точки зрения шведских специалистов, ребенок может и должен сам, без помощи взрослых, заниматься своим самым важным делом – игрой. «Рамонак» не просто парк с аттракционами. Посетив его, ребенок познакомится с флорой и фауной Беларуси и узнает историю возникновения славянских сказочных героев. Парк является тематическим на базе известных сказок и персонажей, кроме того, – приключенческим, экологическим, культурно-познавательным. Разнообразный ландшафт позволит парку принимать посетителей и в зимнее время года, заменив надувные аттракционы на лыжи, санки и коньки.

1. Диснейленд в Париже [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://lifeglobe.net/blogs/details?id=619> – Дата доступа: 24.03.2012.

2. Dreamland парк развлечений [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.4rest.by/catalog/children/dreamland.html> – Дата доступа: 24.03.2012.

3. Лучший ландшафт для детских площадок [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://udc.psyparents.ru/land/index.html> – Дата доступа: 24.03.2012.

РАЗВИТИЕ ИГОРНОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Турлыко М.Н., 6-й курс

Научный руководитель – О.Г. Дранкевич

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры, Республика Беларусь

Азартные развлечения и туризм: на первый взгляд сложно уловить тесную связь между этими понятиями, однако если посмотреть глубже – это две наиболее перспективные отрасли деятельности для создания фирмы, функционирующей на «пограничной территории». Как может фирма быть интегрирована в обе, казалось бы, не связанные сферы деятельности? Все просто: согласно канонам бизнеса, осуществление любой экономической деятельности (в нашем случае – оказание туристических услуг) – это продажа товара, услуг, информации и так далее в том или ином виде. Однако конечная цель – не получение какого-либо блага, а ощущений от него – эмоций. По уровню эмоций на одного потребителя вряд ли что-то может составить конкуренцию игорным заведениям – следовательно, игра – продукт потребления. Есть укоренившееся мнение, что за игрой отдыхают, где отдых, там туристические фирмы – это закон бизнеса. Азарт – это то, на чем зарабатывают как индустрия развлечений, так и сфера туризма. При грамотной организации они ни в малейшей степени не являются конкурентами, а очень гармонично дополняют один другого. Задача одних – предложить продукт, других – дать возможность потребителям получить его, в итоге общая цель выполнена – человек получит эмоции. Это один из ярчайших примеров симбиоза отраслей, успешно функционирующих в отдельности, но в совокупности выходящих на другой, качественно и количественно новый уровень [1].

Целью работы явилось изучение состояния и перспективы развития игорного бизнеса в Республике Беларусь.

Для достижения поставленной цели необходимо было решить следующие задачи:

1. Проследить историю становления и особенности развития игорного бизнеса в мире.
2. Исследовать состояние игорного бизнеса в Республике Беларусь.
3. Провести сравнительный анализ законодательства в области игорного бизнеса Беларуси и зарубежных стран.

В ходе исследования были рассмотрены не только локализация игорного бизнеса, но и его формы. Так, на первый взгляд может показаться, что игровая индустрия – это казино с покерными столами. Однако более детальное изучение этого вопроса дало однозначный ответ: мнение об узконаправленности этой отрасли – миф. На самом деле это многогранная сфера деятельности со своей спецификой: к ней относятся и ипподромы, и собачьи бега, и букмекерские фирмы. По существу это простор для творчества – привлечь туристов можно и нужно различными способами.

В исследовании не обойден вниманием вопрос широкой географии распространения игорного бизнеса в мире. Рассмотрены наиболее известные курорты, где важнейшую роль в привлечении туристов играют именно азартные развлечения. Практически на каждом континенте находится свой уголок, куда едут любители посидеть за покерным столом или покрутить рулетку. Пожалуй, Европу можно назвать родоначальницей игрового туризма и его «колыбелью». Именно азартные игры стали причиной возникновения таких городов, как Баден-Баден и Монте-Карло. Назвать какую-то страну, обладающую пальмой первенства, невозможно, так как игровая индустрия прочно вошла в статьи доходов широкого списка стран, однако стоит выделить Францию и ее город Лион, Ниццу и Довиль, Германию: Берлин, Кельн и Баден-Баден, и голландский Амстердам.

В США наиболее известным игорным туристическим центром является Лас-Вегас с его ночными огнями и незабываемыми шоу.

Пристрастие к азартным играм не обошло и консервативную Азию (Макао), и не сильно развитые страны Африки (ЮАР), и откровенно экзотические государства (Антигуа).

Разрешение игорного бизнеса становится неотъемлемым условием для создания привлекательной зоны отдыха и туризма. Те государства, которые решились на эти меры, в результате получили массовый приток туристов и инвестиций. Как следствие, это дало толчок к развитию всего региона и в большинстве случаев сняло ряд социальных проблем.

К сожалению, Беларусь нельзя назвать страной с развитым игорным туризмом. Игорный бизнес для развития и увеличения туристического потока есть благо, он позволяет дать первый толчок к развитию региона, который сам в последствии будет себя рекламировать. Ввиду этого, Беларуси стоит обратить внимание на международный опыт создания игорных зон, перенести положительные моменты и попытаться создать свой «Лас-Вегас».

Проведенные нами исследования позволяют утверждать, что за прошедшие годы ситуация изменилась в лучшую для игорной индустрии сторону. В 2011 г. на территории ЕС (в Испании) было открыто полноценное «Интернет-казино» с большим количеством игр. В США рассматривается вопрос легализации «Интернет покера». Время идет, количество игроков растет. И правительства начинают понимать, что деньги их граждан просто уходят в те страны (оффшоры), где онлайн азартные игры разрешены. Или не запрещены.

В соответствии с Указом №599 азартная игра – это основанное на риске соглашение о выигрыше, заключенное двумя или несколькими участниками азартной игры между собой, либо с организатором азартной игры [2].

На территории Республики Беларусь разрешены следующие азартные игры:

- букмекерская игра;
- игра в карты;
- игра в кости;

- игра на игровых автоматах;
- игра тотализатора;
- цилиндрическая игра (рулетка).

Азартные игры проводятся в соответствии с правилами организации их проведения, которые разрабатываются организаторами азартных игр с учетом требований законодательства и утверждаются по согласованию с Министерством по налогам и сборам.

В 2010 г. Президент Республики Беларусь на законодательном уровне принял решение о сохранении игровой индустрии в Беларуси. Однако вслед за положительным решением данного вопроса были приняты и некоторые положения, ужесточающие практику азартных игр.

Во-первых, претерпели изменения лицензионные требования и условия к их организаторам.

Во-вторых, был создан Реестр игровых автоматов, сужающих виды разрешенных к использованию на территории Республики Беларусь.

В-третьи, Президент Республики Беларусь установил, что правительству необходимо разработать и принять нормативные документы о порядке функционирования специальной компьютерной кассовой системы, обеспечивающей контроль за оборотами в сфере игорного бизнеса и мониторингового центра в сфере игорного бизнеса, который будет обслуживать эту систему. Система должна быть введена в эксплуатацию с 1 июля 2012 г.

1. Ушаков, Д.С. Инновации в туризме и сервисе: учеб. пособие / Д.С. Ушаков, Н.Н. Малахова.– М.: Феникс, 2010.

2. Указ Президента Республики Беларусь 10.01.2005 № 9 (в редакции Указа Президента Республики Беларусь 19.11.2010 № 599). Положение об осуществлении деятельности в сфере игорного бизнеса на территории Республики Беларусь.

РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Ус В.А., 6-й курс

Научный руководитель – О.В. Романова

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры, Республика Беларусь

В начале третьего тысячелетия туризм превратился в мощное планетарное социально-экономическое и политическое явление, в значительной мере оказывающее влияние на мировое устройство и политику ряда государств и регионов. Он стал одним из самых прибыльных видов бизнеса в мире, срав-

нимым по эффективности инвестиционных вложений с нефтегазодобывающей промышленностью и автомобилестроением. В современном мире доходы от сферы туризма составляют 12 % общемирового продукта. В системе туризма тесно переплетены интересы экономики и культуры, безопасности и международных отношений, экологии и занятости населения, гостиничного бизнеса и транспортных организаций. Развитие туризма имеет большое значение как для государства в целом, так и для отдельной личности в частности.

Туризм – одно из наиболее динамичных явлений современного мира. В последнее время он приобрел колоссальные темпы роста и масштабы влияния на уровень развития мирового сообщества в целом, а во многих странах является базовой отраслью экономики, все это обуславливает актуальность темы дипломной работы [1, 2].

Туризм оказывает положительное влияние на экономику страны: он способствует экономическому росту, развитию и улучшению национального богатства. Являясь важной формой внешнеэкономической деятельности, туризм выступает значительным источником валютных поступлений для страны и средством обеспечения занятости; расширяет вклады в платежный баланс и в валовой национальный продукт страны; способствует диверсификации экономики, создавая отрасли, обслуживающие сферу туризма, а также выполняет ряд других важных функций.

В настоящее время сложилась эффективная правовая база для развития международного туризма. Правое регулирование международного туризма осуществляется посредством ряда правовых документов международных организаций, а также региональными и двусторонними международными актами.

Ускорению темпов развития современного международного туризма способствуют следующие факторы: увеличение продолжительности отпусков населения и, как следствие, увеличение длительности туристского сезона и числа потребителей международных туристских услуг; совершенствование средств транспорта, ускорение и удешевление в результате этого перевозок туристов; ослабление таможенных, валютных ограничений, пограничных формальностей, а также отмена их; создание мощной мировой туристской инфраструктуры; существенный рост бизнес-путешествий и т. п. [1, 2, 3, 4]

Цель работы – изучение особенностей развития международного туризма в Республике Беларусь. Для достижения поставленной цели в работе необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты развития международного туризма и его место в мировой экономике;
- определить условия и прогноз развития международного туризма в Республике Беларусь;
- рассмотреть развитие международного туризма на примере деятельности ЧУП «Образовательные технологии».

Объект исследования – международный туризм в Республике Беларусь. Предмет исследования – организация туризма в Республике Беларусь. В работе использованы следующие методы исследования: анализ литературных источников и документации; сравнительный анализ; обобщение; экономический метод. Развитие международного туризма рассмотрено на примере деятельности ЧУП «Образовательные технологии».

Основным направлением деятельности ЧУП «Образовательные технологии» являются обучающие туры. Предприятие стремится сделать учебный процесс максимально ориентированным на клиента. Клиенты предприятия имеют уникальную возможность совершенствовать свои навыки, еженедельно посещая бесплатные дополнительные занятия с носителями языка из Великобритании, Франции, Испании, Италии и Германии, а также посредством специальных туров в Литву, Польшу, Чехию, Великобританию, Францию, Испанию, Италию и Германию и т. д.

Обучающие туры – весьма распространенный вид туризма, когда во время поездок турист совмещает отдых с обучением. В организации выделяют два направления обучающего туризма:

- языково-обучающие туры,
- профессиональное обучение.

Языково-обучающие туры. Туры с изучением иностранных языков очень популярны среди клиентов различных возрастов – от детей и их родителей, покупающих туры с целью облегчения изучения языка, до взрослых предпринимателей, интересующихся разговорным бизнес-языком для проведения различных переговоров.

Языковые программы рассчитаны на детей с 5-летнего возраста. Но предложения для таких маленьких детей пока что не имеют большого спроса, а вот школьников 10–17 лет родители отправляют учиться гораздо охотнее. Градация языковых туров по возрасту следующая: школьники, студенты, взрослые (причем последние составляют 30 % всего потока).

Профессиональное обучение – обучение менеджменту, маркетингу, компьютерным технологиям, туризму, дизайну, гостиничному хозяйству, банковскому делу, праву и т. д. Это можно назвать привычным словосочетанием – «повышение квалификации». Но только повышение квалификации на иностранном языке во время путешествия при помощи ЧУП «Образовательные технологии».

По отзывам туроператоров, профилирующихся на данном сегменте туристического рынка, за последнее время популярность образовательного туризма значительно возросла. Школьники и студенты направляются в дальние страны с целью получить дополнительное образование, а также посредством курсов, стажировок или аспирантуры повысить квалификацию и т. д.

Наибольшим спросом среди образовательных программ пользуются, что неудивительно, языковые курсы – и лидирует здесь, конечно, английский язык. Центры образования и языковые школы есть на Мальте, Кипре, США, Велико-

британии, Германии и других странах. Занятия ведутся практически круглый год, но все же многие программы организуются именно на летний каникулярный период и включают в себя не только учебную часть, но и отдых, экскурсии, занятия спортом.

Резюмируя вышесказанное, можно утверждать, что в настоящее время образовательный туризм стал одним из мощнейших инструментов, способствующих развитию личности, и ступенью на пути к будущей карьере.

Следует отметить, что для устойчивого развития туризма в Республике Беларусь необходимы:

- разработка рекреационных и экскурсионных программ; внедрение приемлемых стандартов обслуживания; формирование определенных традиций гостеприимства;

- внедрение нововведений и широкое использование информационных технологий;

- развитие маркетинговой стратегии в сфере туризма; создание современной инфраструктуры гостиничного и санаторно-курортного хозяйств;

- совершенствование ценовой политики при создании белорусского турпродукта, способного конкурировать с соседними государствами;

- изменение содержания и структуры образования и науки в туристической индустрии;

- снижение стоимости и упрощение получения въездных виз;

- проведение семинаров-презентаций туристических возможностей Беларуси в различных странах;

- организация фотовыставки, посвященной историческим и культурным местам Беларуси;

- для информирования зарубежных туристов о достопримечательностях Беларуси необходимо внедрить рекламу на телевидении других стран. Это потребует значительных капитальных вложений, но эффект от данной рекламы должен покрыть расходы на нее.

1. Александрова, А.Ю. Международный туризм: учебник для вузов / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 464 с.

2. Решетников, Д.Г. Международный туризм в системе внешней торговли Беларуси: учеб. пособие для вузов / Д.Г. Решетников. – Минск: БГУ, 2004. – 195 с.

3. Экономика туризма: учеб. пособие / З.М. Горбылева. – Минск: БГЭУ, 2004. – 356 с.

4. Янкевич, В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт / В.С. Янкевич. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 384 с.

МАГЧЫМАСЦІ І ПЕРСПЕКТЫВЫ РАЗВІЦЦЯ РЭЛІГІЙНАГА ТУРЫЗМА Ў БЕЛАРУСІ НА ПРЫКЛАДЗЕ ПЕШЫХ ПІЛІГРЫМАК У БУДСЛАЎ

Філіпчык Д.У., 3-й курс

Навуковы кіраўнік – К.М. Адамчык, канд. сац. навук, дацент

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, Рэспубліка Беларусь

Рэлігійны турызм з'яўляецца неад'емнай і вельмі важнай часткай сусветнага турызма. У цяперашні час у свеце больш за 200 млн. чалавек у год удзельнічаюць ў паломніцтвах і рэлігійных вандраваннях, прычым больш за 70 % з іх – гэта хрысціяне [14, с. 385]. Па прагнозе Сусветнай турыстычнай арганізацыі, да 2020 г. рэлігійны турызм увойдзе ў чацвёрку самых папулярных відаў турызма ў свеце [15].

Пешыя пілігрымкі ў Будслаў з'яўляюцца адным з найбольш значных праяўленняў рэлігійнага жыцця ў Беларусі і ў той жа час гэта амаль не даследаваная сфера рэлігійнага турызма. Таму вывучэнне пешых пілігрымак у Будслаў з'яўляецца надзвычай актуальнай справай, вынікі якой могуць мець практычнае прымяненне.

Пешыя пілігрымкі ў Будслаў былі даследаваны на прыкладзе адной з іх, а менавіта, на прыкладзе пілігрымкі Глыбокае–Будслаў 2010, удзельнікам якой з'яўляўся сам аўтар даследавання і метадам уключанага назірання праводзіў збор матэрыялаў, якія пасля ўвайшлі ў прыватны архіў аўтара [1–13].

На падставе атрыманых дадзеных можна з упэўненасцю сцвярджаць, што пешыя падарожжы ў Будслаў адносяцца да сферы рэлігійнага турызма і з'яўляюцца адной з яго разнавіднасцяў – паломніцтвам.

Па сваёй сутнасці гэта добраахвотная арганізаваная групавая кароткаці доўгатэрміновая пілігрымка да канфесійнага культавага месца, якая прымеркавана да рэлігійнага свята і праходзіць у межах адной краіны. Пешыя пілігрымкі належаць да сферы рэлігійнага турызму Беларусі і ўляюць сабой значную маштабную з'яву, якая дынамічна развіваецца і мае шырокія перспектывы і магчымасці для свайго далейшага развіцця.

Культ і традыцыі шанавання абраза Маці Божай Будслаўскай маюць глыбокія і трывалыя карані. Аднаўленне паломніцкага руху з'яўляецца ўнікальным прыкладам функцыянавання гістарычнай памяці.

Пешыя пілігрымкі ў Будслаў з'яўляюцца адной з форм пакланення абразу, якая мае трывалую традыцыю. Таму аднаўленне пешых пілігрымак у Будслаў на пачатку 90-х гг. XX ст. з'яўляецца заканамернай з'явай, вяртаннем гістарычна абумоўленых рэлігійных традыцый, характэрных для заходнееўрапейскай і ўсходняй хрысціянскіх традыцый.

Пешыя пілігрымкі **спрыяюць** міжканфесійнаму і міжкультурнаму дыялогу, паколькі значная частка пілігрымаў належыць да розных хрысціянскіх канфесій.

У пешых пілігрымка прымае ўдзел спецыфічная катэгорыя насельніцтва, яка ў жыцці карыстаецца рэлігійным светапоглядам. Пілігрым у большасці выпадкаў гэта – глыбока рэлігійны чалавек з ужо склаўшайся сістэмай каштоўнасцяў, гатовы на пэўныя ахвяры падчас пілігрымкі.

Асноўную масу пілігрымаў складае моладзь і дзеці, што спрыяе пашырэнню і замацаванню традыцый паломніцтва ў свядомасці людзей і дае шырокія магчымасці для развіцця паломніцкага руху ў будучыні.

Паводле прааналізаваных дадзеных **тыповы пілігрым** – гэта, як правіла, маладая жанчына 24 год, якая пражывае ў горадзе і якая адмовілася ад сваіх звыклых заняткаў, каб накіравацца ў пілігрымку. Такая полава-ўзростава і тэрытарыяльная суадносінасць накладвае свой адбітак на ўвесь ход пілігрымкі і яе спецыфіку. Спецыфіка пілігрымкі заключаецца ў тым, што яна з'яўляецца своеасаблівым духоўным практыкаваннем, прасякнута малітоўным настроем і часцей за ўсё вымагае ад чалавека здзяйснення пэўных рэлігійных практык.

Патэнцыял пешых пілігрымак у Будслаў як перспектыўнага накірунка для развіцця рэлігійнага турызма ў Беларусі выкарыстаны не дастаткова. Развіццё паломніцкага руху стрымлівае адсутнасць развітай інфраструктуры і недастаткова добрае правядзення рэкламнай працы.

1. Барок Ю.З. 1972 г.н. Інтэрв'ю запісана Філіпчыкам Д.У. у г. Глыбокае Віцебскай вобл. 17.08.2010

2. Гінько В.І. 1942 г.н. Інтэрв'ю запісана Філіпчыкам Д.У. у г. Глыбокае Віцебскай вобл. 24.08.2010

3. Губскі У.А. 1993 г.н. Інтэрв'ю запісана Філіпчыкам Д.У. у г. Глыбокае Віцебскай вобл. 18.08.2010

4. Луцэвіч А.С. 1990 г.н. Інтэрв'ю запісана Філіпчыкам Д.У. у г. Мінску 29.08.2010

5. Саўчанка І.М. 1991 г.н. Інтэрв'ю запісана Філіпчыкам Д.У. у г. Глыбокае Віцебскай вобл. 18.08.2010

6. Саўчанка Я.М. 1962 г.н. Інтэрв'ю запісана Філіпчыкам Д.У. у г. Глыбокае Віцебскай вобл. 18.08.2010

7. Садоўская Т.А. 1958 г.н. Інтэрв'ю запісана Філіпчыкам Д.У. у г. Глыбокае Віцебскай вобл. 23.08.2010

8. Смольская Ж.Р. 1970 г.н. Інтэрв'ю запісана Філіпчыкам Д.У. у г. Глыбокае Віцебскай вобл. 20.08.2010

9. Цырук А.У. 1955 г.н. Інтэрв'ю запісана Філіпчыкам Д.В. у г. Глыбокае Віцебскай вобл. 23.08.2010

10. Юркевіч С.А. 1993 г.н. Інтэрв'ю запісана Філіпчыкам Д.У. у г. Глыбокае Віцебскай вобл. 25.08.2010

11. Журнал рэгістрацыі пілігрымаў за 2010 г. – 9 л.

12. Філіпчык, Д. Капліца Святога Язафата / Д. Філіпчык // Вольнае Глыбокае. – 2008. – 24 ліп.

13. Філіпчык, Д. Шлях да святыні / Д. Філіпчык // Вольнае Глыбокае. – 2008. – 10 ліп.

14. Туристская энцыклапедыя Беларусі / И.И. Пирожник [и др.]; под общ. ред. Пирожника И.И., Мінск: Беларуская энцыклапедыя, 2007.

15. Рэлігійны турызм у Беларусі [Электронны рэсурс] / Беларускі партал Царква. – Рэжым доступа: <http://churchby.info/bel/b/index.php?page=5>. – Дата доступа: 18.01.2011.

ВИРТУАЛЬНЫЙ МУЗЕЙ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Худницкая Е.В., 5-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Одним из важнейших мотивов, которые побуждают людей к путешествиям, является потребность в познании, в знакомстве с другой культурой и историей, «выход за пределы наличного бытия для познания себя и мира повседневности Другого» [1]. Самое яркое выражение такое знакомство находит в познавательном, или культурном, туризме, а также присутствует, как компонент, практически во всех видах туризма.

Продвижение и развитие культурного туризма тесно связано с поддержанием этих мотивов и формированием новых, более конкретных целей у потенциальных туристов (посещение определенных памятников или участие в определенных праздниках и программах). Кроме того, необходимо прилагать максимум усилий, чтобы избежать негативных последствий вмешательства в чужую культуру, и развивать конструктивное влияние туризма, связанное с восстановлением и актуализацией наследия, налаживанием взаимодействия культур и их обогащением. Из противоречий в системе «индустрия туризма – культура», которые необходимо учитывать при проведении мероприятий по развитию культурно-познавательного и других видов туризма, следует потребность в новом этапе – этапе предварительной культурологической подготовки. Туристам необходимо заблаговременно знакомиться с особенностями страны, в которую они направляются [2, 3]. Результатами включения этого этапа и активной предварительной работы с туристами стало бы увеличение социально-культурной роли туризма в целом, а также улучшение качества услуг, получаемых туристами в поездке, благодаря осмыслению ценностей и особенностей культуры посещаемой страны, формированию базы для массива новых знаний, получаемых туристом во время поездки.

Самый гибкий и один из самых эффективных каналов осуществления предварительной работы с туристами – глобальная сеть. Активное развитие технологий, специфика и возможности Сети и виртуальной среды обусловили формирование новых видов ресурсов, в том числе специализированных, благодаря которым значительно упрощается взаимодействие с удаленными аудиториями. Одним из таких видов является виртуальный музей.

Как структура, вобравшая в себя качества и функции традиционного музея и черты онлайн-ресурса, виртуальный музей становится универсальным средством для решения многих задач: от проведения научных исследований до рекламы и др. На основе анализа возможностей и перспектив развития виртуальных музеев, а также обзора подобных ресурсов, была разработана концепция Виртуального музея белорусской национальной культуры.

Обзор зарубежных и белорусских ресурсов о культуре, в том числе виртуальных музеев и выставок, показывает, что, с одной стороны, существует множество интересных форм подачи информации и привлечения удаленных аудиторий, с другой стороны белорусские ресурсы практически не используют эти преимущества. Достойные доверия сайты с материалами о белорусской истории и культуре можно пересчитать по пальцам. Кроме того, серьезным минусом большинства сайтов о культуре является отсутствие переводов на иностранные языки. Однако ни житель Беларуси, ни иностранный турист не может захотеть посетить тот или иной город, исторический памятник или музей, пока не узнает о его существовании, и не заинтересуется его историей и уникальностью.

Как справедливо отметил А.В. Лебедев, «Открытое информационное пространство не терпит пустот. Спрос на информацию о музеях велик, и если музеи не поставляют необходимые сведения сами, то за них это делают другие. И потери от этого несут, в первую очередь, музеи» [4]. И это касается не только самих музеев, но и того, что они представляют: коллекций, тем и культуры региона вообще. Отсюда вытекает необходимость создания серьезного национального ресурса, способного восполнить качественными материалами по культуре Беларуси пробел в нашем информационном пространстве и полноценно представить наследие страны. Таким ресурсом призван стать Виртуальный музей белорусской национальной культуры.

Цель Виртуального музея – представить национальную культуру Республики Беларусь в глобальном информационном пространстве.

Задачи Виртуального музея:

- формирование авторитетного ресурса об истории и культуре Беларуси;
- формирование положительного имиджа страны;
- продвижение национального туристического продукта и стимулирование развития внутреннего и въездного туризма;
- стимулирование активности социокультурной деятельности населения, воспитание патриотичности путем интересной подачи исторических материа-

лов, раскрытия богатства национальной культуры и реализации на базе Виртуального музея дистанционных образовательных и познавательных программ;

– постоянное развитие и совершенствование музея; пополнение архивов видео-, фото- и текстовыми материалами, статьями, репортажами, документальными фильмами и др.;

– изучение посетителей музея, их потребностей и предпочтений.

Продвижение национального турпродукта в рамках ресурса будет осуществляться в нескольких формах. Во-первых, сами по себе экспозиции и выставки Виртуального музея – это форма яркого, глубокого, полноценного представления культурного наследия страны в целом как направления для культурного туризма. Кроме того, в рамках выставок могут быть детально представлены отдельные объекты и достопримечательности, их специфика, особенности.

Для презентации общих маршрутов, а также размещения полноценных предложений (туров, экскурсий, отдельных услуг), предусмотрен раздел «Туризм». Согласно предварительной структуре, в разделе «Туризм» выделено 3 элемента: «Экскурсионные программы», «Маршруты» и «Туристический гид». Важную роль в продвижении объектов культурного туризма также может сыграть комплекс временных выставок, в особенности с точки зрения освещения актуальных событий, акцентирования внимания посетителей на планируемых мероприятиях, нововведениях, открытии новых маршрутов и т. д.

Таким образом, Виртуальный музей белорусской национальной культуры – это масштабный проект, включающий разработку платформы для размещения виртуальных выставок и статей, а также разработку специального раздела и модулей, призванных органично объединить материалы о наследии Беларуси с туристическими маршрутами и дополнительной информацией. На основе Виртуального музея будет осуществляться активное привлечение новых аудиторий, презентация наследия и его объектов в том числе как объектов туризма, что позволит организовать комплексное продвижение культурно-познавательного туризма.

1. Черепанова, Н.В. Путешествие как феномен культуры: автореф. дис. ... канд. филос. наук / Н.В. Черепанова; Том. гос. пед. ун-т. – Томск, 2006. – 19 с.

2. Кузьмина, Е.М. Туризм как способ взаимодействия культур: автореф. дис. ... канд. культурологии / Е.М. Кузьмина; ТГИИК. – Тюмень, 2005. – 24 с.

3. Кирова, М.С. Социально-культурное проектирование в области организованного туризма / М.С. Кирова. – М., 2008. – 26 с.

4. Лебедев, А.В. Музейные представительства в Интернет. Российский и зарубежный опыт. Музей и новые технологии // На пути к музею XXI века / сост. и науч. ред. Н.А. Никишин. – М.: Прогресс-Традиция, 1999. – 216 с.

ФИЗИЧЕСКАЯ РЕКРЕАЦИЯ В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

Черникович А.А., 4-й курс

Научный руководитель – А.Г. Фурманов, д-р пед. наук, профессор
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Слово «рекреация» в переводе с латинского языка означает «воссоздавать, восстанавливать, обновлять, приходить в себя, выздоравливать (recreare etorbo)». Рекреация – это понятие, которое отражает в основном активный отдых человека вне трудовой, учебной, научной, спортивной и другой деятельности, предпочтительно в специально предназначенных для этого условиях, и приносящее удовлетворение от этих мероприятий [2].

Физическая рекреация – это процесс восстановления, развития и совершенствования адаптационных, физических и эмоционально-духовных возможностей человека средствами физкультуры, спорта и туризма в свободное время с целью оптимального его функционирования [3].

В современных условиях проживания в городах, плохой экологической обстановки, интенсивного ритма жизни, эмоционального напряжения, гиподинамии перед учреждениями здравоохранения, физической культуры и науки стоят задачи разработать такие валеологические и рекреационные мероприятия, которые способствовали бы формированию, восстановлению, укреплению и сохранению здоровья человека.

Поэтому в Государственной программе по формированию здорового образа жизни населения Республики Беларусь одними из первоочередных задач названы [1]:

– Обеспечить максимально возможное научное и методическое сопровождение деятельности по формированию здорового образа жизни.

– Разработать и внедрить эффективные территориальные программы по формированию здорового образа жизни. Усовершенствовать структуру и создать необходимую материально-техническую базу организаций, осуществляющих деятельность по формированию здорового образа жизни.

Цель исследования: улучшить качество организации физической рекреации на базе санатория.

Задачи:

1. Изучить источники информации по физической рекреации.
2. Разработать анкеты для исследования потребностей отдыхающих в санатории.
3. Обработать данные анкетирования и разработать практические рекомендации.

Физическая рекреация в белорусских санаториях осуществляется с помощью материальных и технических средств (сауна, бассейн, тренажерный зал),

и с помощью уникальных природных объектов (смешанные и хвойные леса, чистые реки и озера, целебный воздух и минеральные воды).

С целью определения потребностей и интересов отдыхающих нами было проведено анкетирование отдыхающих.

Санаторий располагает всеми необходимыми лечебными и диагностическими кабинетами и позволяет на высоком уровне проводить лечение и диагностику больных с заболеванием органов дыхания, желудочно-кишечного тракта и нарушением обмена веществ.

В санатории есть новая водолечебница, оснащенная универсальными ваннами для подводного вихревого массажа, ваннами для взрослых и детей, душевыми залами.

Массажные кабинеты, зал занятий ЛФК, воздушные, солнечные ванны и естественные водные процедуры способствуют закреплению эффекта лечения и гармонично завершают курс лечения.

Санаторий имеет свой источник питьевой минеральной воды, которая добывается из глубинных водоносных слоев и подается в питьевой бювет в разных температурных режимах. А в кабинете фитотерапии готовят из сборов разнообразные отвары, которые благотворно влияют на здоровье пациентов и способствуют выведению радионуклидов из организма. Большим успехом и спросом пользуется кабинет психологической разгрузки, иглорефлексотерапии.

К услугам отдыхающих база проката, благоустроенный пляж, сауна с бассейном и игровыми детскими площадками.

Из всего вышеизложенного можно заключить, что санаторий является подходящим объектом для исследования физической рекреации и внедрения на базе санатория новых оздоровительных мероприятий и объектов.

Нами было опрошено 50 отдыхающих из России и Беларуси разного возраста, семейного статуса и интересов.

На вопрос «Как вы узнали о нашем санатории?» 64 % респондентов ответили – через Интернет, остальные 36 % – по совету друзей, знакомых. Результат означает, что реклама и сайт санатория в Интернете эффективно работают на привлечение туристов.

Организация двигательной активности в санатории устраивает 68 % опрошенных, 30 % – не устраивает, 2 % – не хотят ею заниматься вовсе.

Большую часть респондентов устраивают занятия на тренажерных залах, ЛФК, плавание и оздоровительная ходьба. При этом отдыхающие выразили свои предложения по улучшению рекреации в санатории:

- прокат велосипедов;
- прокат бадминтона;
- организация лодочной станции;
- большой спортзал для баскетбола и волейбола;
- бассейн с дорожками;
- дыхательная гимнастика «Цигун»;
- «Веселые старты» для детей и взрослых;

- йога;
- городки;
- аквааэробика;
- спортивные соревнования;
- упражнения, связанные с гимнастикой и легкой атлетикой;
- терренкур.

Около 40 % респондентов ответили, что приехали на отдых с детьми. Все опрошенные посоветовали организовывать на базе санатория «Веселые стар-ты», спортландии, «Воробьиные» дискотеки, костюмированные вечеринки, детские кружки по интересам.

Для расширения сферы услуг, рекомендуется:

- сформировать группы для занятий аквааэробикой;
- организовать спортивные соревнования по спортландии;
- оборудовать лодочную станцию;
- построить площадку для игры в городки;
- организовать прокат велосипедов и бадминтона;
- построить бассейн с дорожками.

1. Государственная программа по формированию здорового образа жизни населения Республики Беларусь на 2002–2006 годы.

2. Зайцев, В.П. Рекреация: проблема, понятийная методология, воспитание и образование студентов / В.П. Зайцев, С.И. Крамской, С.В. Манучарян // Культура физическая и здоровье. – 2007. – № 12. – С. 22–25

3. Фурманов, А.Г. Физическая рекреация: учеб. пособие для студентов вузов / А.Г. Фурманов. – Минск: МЕТ, 2009. – 495 с.

ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА

Шарлан А.Л., 3-й курс

Научный руководитель – Х.Х. Лавинский, д-р мед. наук, профессор
Белорусский государственный технологический университет,
Республика Беларусь

Внешний облик и внутреннее содержание летних туристско-оздоровительных палаточных лагерей меняется с каждым годом в лучшую сторону. Для ребят готовятся интересные игровые программы, спортивные мероприятия, улучшают условия проживания, лишь бы только возобновить интерес к лагерной жизни. После разрушительных 90-х, когда исчезла пионерская организация, вместе с ней пришла в упадок и лагерная индустрия из-за недостатка финансовых вложений, зато в моду вошли и приобрели широкую известность палаточные лагеря.

Несмотря на то, что этот вид детского отдыха был давно известен не только в Белоруссии, но и во всем мире, родители восприняли появление палаточных лагерей неоднозначно. Наличие комфортабельных корпусов со всеми удобствами, четырехразовое питание в столовой, организованные походы на речку прочно укоренились в родительском сознании как эталон хорошего лагеря, а стало быть, и достойного отдыха для любимого чада. Поэтому палаточная альтернатива воспринималась как что-то экстремальное, но в тоже время очень заманчивое, так как ребятам предлагали интересные развлечения в форме военных и этнических игр, подростки от подобной новинки приходили в восторг и с нетерпением ждали следующего лета.

Человек и его потребность в досуге, отдыхе; отдых и природа; природа и архитектура – эта цепь сложных взаимосвязей приводит нас к животрепещущим проблемам, которые все больше тревожат людей второй половины XX века – века значимых исторических событий, урбанизации и научно-технической революции.

Мастера разных отраслей знания единодушны в том, что более важен и эффективен в условиях неизменных психических перегрузок и гиподинамии активный отдых на лоне природы. Этот вид отдыха обозначают особым термином «рекреация» (от латинского «восстановление»).

Таким образом, я хочу представить вам разработанный мной детский и молодежный туристско-оздоровительный палаточный лагерь «Турист». Он будет располагаться в Гродненской области Ивьевского района на берегу одной из самых крупных рек Беларуси – Неман. Ивьевский район расположен в северо-восточной части Гродненской области. Граничит с Республикой Литва, Ошмянским, Лидским, Новогрудским и Вороновским районами Гродненской области, Воложинским и Столбцовским районами Минской области. Характеризуется умеренным и влажным климатом, средняя температура -6°C зимой и $+17^{\circ}\text{C}$ летом. Практически всю территорию Ивьевщины покрывают тонкой разветвленной сетью ручьи и малые реки. Долину Немана обычно делят на три отрезка, называя их верхним, средним и нижним течением. В верхнем течении река пересекает Столбцовскую равнину и Верхненеманскую низину. По Столбцовской равнине Неман протекает в неширокой, но очень живописной, нередко густо заросшей лесом долине.

Базовый палаточный лагерь комплектуется на основе детских объединений (кружки, группы, команды, отряды и пр.), наполняемость которых не должна превышать 15 человек. Базовые палаточные лагеря комплектуются из числа обучающихся и делятся на отряды (группы) с учетом возраста детей (13–15 лет, 16 лет и старше). Продолжительность смены в базовом палаточном лагере составляет без учета дороги 10 дней. Базовый палаточный лагерь расположен на сухой горизонтальной площадке с твердым грунтом, на возвышенной местности; на эндемичных территориях проведена противоклещевая обработка и обработка территории от комаров. Участок лагеря не размещается вблизи мест

скопления мусора, свалок твердых бытовых отходов, на территории оползней, смещения пород, насыпных, песчаных грунтов и удален от мест сброса сточных вод, стойбищ и водопоя скота на расстоянии 800 м выше по течению реки.

В базовом палаточном лагере организовано 4-разовое питание. Оно отвечает возрастным особенностям детей и подростков и суточным энерготратам, в соответствии с действующим ассортиментным перечнем, утвержденным в установленном порядке. За организацию и качество питания в базовом палаточном лагере несет ответственность начальник палаточного лагеря и медицинский работник.

На территории базового палаточного лагеря оборудована физкультурно-спортивная зона, участок водоема, предназначенный для купания, хорошо спланированный досуг и развлечения для отдыхающих.

Обслуживающий персонал соблюдает свои обязанности, права в соответствии с должностными инструкциями.

Основной задачей туристско-оздоровительного палаточного лагеря «Турист» является оздоровление, воспитание детей и молодежи, формирование личности, способной к постоянному саморазвитию и успешной самореализации в жизни. Одним из оптимальных путей достижения этих целей являются занятия туризмом. Среди других видов спорта туризм оказывает наиболее благоприятное влияние на личность. Как вид спорта комплексный и коллективный, он дает много ценного для жизни, позволяет ребятам не только приобрести знания о мире вокруг, но и сформировать многие необходимые в жизни навыки и умения. Это дает возможность развить ценные личностные качества, такие как: коллективизм, взаимопомощь, доброту, самостоятельность в принятии решений, способность принять на себя ответственность, коммуникабельность. Туризм – средство расширения кругозора и обогащения духовной жизни подростков. В туристическом походе вырабатывается умение преодолевать трудности, ребята учатся коллективизму не на словах, а на деле. Регулярные занятия туризмом вырабатывают у подростков сознательную дисциплину, настойчивость, ответственность.

1. География Белоруссии / под ред. М.С. Войтовича, Б.Н. Гурского. – Минск: Вышэйшая школа, 1984.
2. Климат Беларуси / под ред. В.Ф. Логинова. – Минск, 1996.
3. Туристская энциклопедия Беларуси / под общ. ред. И.И. Пригожина. – Минск: Беларус. энцикл., 2007.
4. Ландшафты Беларуси. – Минск, 1989.
5. Энциклапедыя прыроды Беларусі. Т. 1–5. – Минск, 1983-1986.
6. О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь: Указ Президента Респ. Беларусь, 2 июня 2006 г., № 372 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 89. – 1/7647.
7. Об утверждении Типового договора на оказание услуг в сфере агроэкотуризма: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 29 июня 2006 г., № 818 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 107. – 5/22535.

8. Об утверждении формы информации о договорах на оказание услуг в сфере агроэкотуризма, заключенных в истекшем году: постановление М-ва по налогам и сборам Респ. Беларусь, 19 июня 2006 г., № 68 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 107. – 8/14622.

9. Режим доступа: WWW.ALLHOUSES.RU

ТОП-20 ТУРИСТИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ БЕЛАРУСИ

Шеремет А.В., 1-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Многие архитектурные ценности нашей страны, несмотря на сложную историю с войнами и разрушениями, все-таки сохранились. Наиболее древние архитектурные сооружения Беларуси относятся к средневековью. Искусство и религия, а точнее их разнообразные направления, внесли значительную лепту в процесс формирования архитектуры Беларуси: в стране встречаются образцы готики, барокко, классицизма, модерна, эклектики и романского стиля. Белорусская архитектура в силу разных обстоятельств в какой-то степени связана не только с русским, но и с восточно-европейским и западным средневековым искусством. Монументальные крепости и замки, живописные церкви, величественные храмы-крепости, оригинальные соборы, великолепные дворцы – произведения высокого художественного и строительного мастерства, передающие атмосферу ушедшего времени.

В государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь входит 4911 объектов. Среди них есть 20 памятников архитектуры, которые по праву считаются одними из лучших в Беларуси. Это особенные места, в которых действительно приятно находиться.

Изучая список этих объектов, я столкнулась с задачей: в какой последовательности составить этот список? Решить этот вопрос мне помог маленький опрос. Опросив людей разных возрастных групп и людей, проживающих в разных областях нашей страны, я составила список по степени известности этих архитектурных объектов. Не по популярности среди туристов, а именно по известности среди наших жителей.

Итак, начинаем небольшую экскурсию по этим замечательным местам.

1. Самым знаменитым среди опрошенных оказался *Софийский собор* в Полоцке. Первоначально собор был построен в XI веке между 1044 и 1066 гг. в византийском стиле. После пожара в середине XV века собор был перестроен в готический храм оборонного типа и с тех пор перестраивался еще несколько раз. А во время Северной войны Петр I устроил в храме пороховой склад, который в

итоге взорвался при отходе русских войск из города и оставил от храма только некоторые фрагменты. Лишь спустя десятилетия на месте старого храма архитектор Ян Кристофор Глаубиц выстроил новый храм в стиле виленское барокко. От собора XI века сохранилась апсида высотой около 9 метров, которая является самым старым каменным сооружением на территории Республики Беларусь. Собор святой Софии претендует на включение в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

2. **Замок Ильиничей и Радзивиллов** в городском поселке Мир Кореличского района Гродненской области. Строительство дворцово-замкового комплекса проходило не единовременно. В XVI веке были построены крепостные стены и башни, которые соответствовали стилю поздней белорусской готики. А в начале XVII века при Радзивилле Сиротке был построен трехэтажный дворец с элементами стиля ренессанс.

3. **Дворцово-парковый ансамбль Радзивиллов** в городе Несвиж Минской области. Выдающийся памятник архитектуры с большими водоемами и парковыми массивами. Был построен в XVI–XVIII вв. в стилях ренессанс и барокко. Строительство комплекса происходило в несколько этапов, поэтому в архитектуре присутствует смешение разных стилей и используются художественные достижения разных исторических эпох. Большой популярностью у туристов Несвижский замок пользуется за счет легенды о черной даме.

4. **Башня-донжон** в городе Каменец Брестской области (Каменецкая вежа). Была построена между 1276–88 гг. в стиле готика, обновлена в 1903 г. Это единственная сохранившаяся в Беларуси башня-донжон. Сейчас в Каменецкой веже размещается филиал Брестского областного краеведческого музея.

5. **Церковь св. Бориса и Глеба (Коложская)** в Гродно. Была построена до 1183 г. Замечательный образец древнерусского зодчества второй половины XII в., а также памятник гродненской архитектурной школы. Древнейшая святыня белорусского православия.

6. **Спасо-Преображенская церковь** в Полоцке. Построена между 1152–61 гг., обновлена в XIX в. Несмотря на перестройки периода классицизма, церковь является наилучшим образом сохранившимся памятником древнерусского зодчества.

7. **Новогрудский замок** в городе Новогрудок Гродненской области. Дата строительства – XIII–XVI вв. До наших дней дошли лишь руины этого замка. Замок был главным звеном обороны древнего города Новогрудка и являлся крупнейшей крепостью на территории Беларуси.

8. **Замок Ольгерда** в агрогородке Крево Сморгонского района Гродненской области. Построен в 1330-х гг. Это первая полностью каменная крепость, которая была призвана сдерживать набеги рыцарей Тевтонского ордена на земли ВКЛ. До наших дней сохранились только руины замка. В 1929 году была проведена консервация.

9. *Дворцовый комплекс Сапег* в городском поселке Ружаны Пружанского района, Брестской области. Дата строительства – 1598–1605 гг., 1748–86 гг. Построен в интересном стиле перехода от позднего барокко к классицизму. Сохранились главные корпуса, аркады, въездная брама и флигели, фрагменты оснащения интерьерера и конструкций перекрытия (находятся на консервации).

10. *Троицкий костел* в деревне Ишкольд Барановичского района Брестской области. Был построен до 1472 г. в стиле готика. Первоначально строился как католический храм. Во второй половине XVI в. был приспособлен под кальвинистский сбор, в 1641 г. возвращен католикам. Костел является самым старым (из неперестроенных) на территории современной Беларуси.

11. *Церковь св. Михаила Архангела* в деревне Сынковичи Зельвенского района Гродненской области. Был построен в начале XVI в. Памятник оборонительного зодчества. Здание церкви имеет выразительные элементы романской и готической архитектуры.

12. *Замок Гедимина* в городе Лида Гродненской области. Построен в 1323–25 гг. Здание имеет черты романской архитектуры и ранней готики. При многочисленных осадах были повреждены стены, разрушены башни и полностью уничтожена застройка внутри крепости. Замок был обновлен в конце XX в. и на данный момент там ведутся реставрационные работы.

13. *Костел св. Франциска Ксаверия* в Гродно. Построен в 1678–1703 гг. в стилях барокко и рококо. Это выдающийся памятник архитектуры Беларуси XVII–XVIII вв. Первое богослужение в костеле произошло в 1700 году, освящение во имя Ксаверия, на котором присутствовали Август II и русский царь Петр I, в 1705 г. Костел был обновлен в 1750–52 гг.

14. *Костел бернардинцев* в городе Будслав Мядельского района Минской области. Дата строительства – 1633–43, 1767–83 гг. Построен в стиле «позднее барокко» с использованием отдельных частей постройки середины XVII века. При росписи интерьерера использован необычный прием – объемная живопись. На основе храма была создана часовня св. Варвары, в которой до наших дней сохранился уникальный деревянный алтарь. В 1994 году папой римским Иоанном Павлом II костелу присвоен титул «базилика малая».

15. *Костел иезуитов* в городе Несвиже Минской области. Костел был построен в 1587–93 гг. в стиле раннее барокко. Этот костел за всю историю своего существования ни разу не закрывался и не перестраивался. Храм является родовой усыпальницей князей Радзивиллов. Костел Божьего Тела – первая постройка в стиле барокко на территории РП.

16. *Дворец Пусловских* в городе Коссово Ивацевичского района Брестской области. Дворец был построен в 1838 г. в ретроспективно-готическом стиле с декоративными элементами. В 1943 г. был сожжен партизанами, но несмотря на это дворец и сегодня впечатляет своими размерами и красотой.

17. *Церковь Рождества Богородицы* в деревне Мурованка Щучинского района Гродненской области. Была построена между 1516–42 гг. в стилях

готика и ренессанс. Храм оборонительного типа, известен также под названием «Мурованка». Во второй половине XIX – начале XX в. Мурованка подвергалась перестройке.

18. **Дом-крепость Нонхартов** в деревне Гайтюнишки Вороновского района Гродненской области. Дата строительства – 1613 г. Памятник гражданской архитектуры. Яркая иллюстрация эпохи средневековья, жилой дом феодала начала XVII в. После Нонхарта здание принадлежало Храптовичам, Корфам, Штретерам, Путкомерам, Остэн-Сакенам и Римшам. Фасады почти не имеют архитектурного декора. На данный момент здание используется лечебным учреждением.

19. **Успенская церковь** в агрогородке Сарья Верхнедвинского района Витебской области. Церковь была построена в 1852–57 гг. В архитектуре присутствуют элементы двух стилей: неоготики и ретроспективно-готического стиля. В советский период церковь была переделана в складское помещение, с 1970 г. здание не использовалось и в 1989 году было передано верующим.

20. Самым неизвестным среди опрошенных оказался **Троицкий костел** в деревне Гервяты Островецкого района Гродненской области. Он был построен в 1899–1903 гг. в стиле неоготика на месте деревянного костела 1526 г. В алтаре костёла сохранились фрагменты разноцветных витражей.

Изучив всего 20 архитектурных сооружений нашей страны уже с уверенностью можно сделать вывод: белорусская архитектура состоит из маленьких кусочков разных эпох. Архитектурное наследие Беларуси можно назвать «летописью в камне». Именно она создает неповторимый облик нашей страны.

1. Глобус Беларуси [Электронный ресурс]: энциклопедия белорусской архитектуры – Электрон.дан. (686 Мб). – М.: Кордис& Медиа, 2007. – Электрон. опт. диски (CD-ROM).

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА МЕТОДОМ ЛИЧНОЙ ПРОДАЖИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ТЫСЯЧА ТУРОВ»)

Шеремет Е.С., 6-й курс

Научный руководитель – О.В. Романова

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры, Республика Беларусь

Личная продажа играет ведущую роль в комплексе продвижения продукции производственного назначения, но она важна и в маркетинге услуг. Например, туристические предприятия продают услуги в момент их предостав-

ления, поэтому личная продажа – это главный способ удовлетворить запросы клиентов [1, 2]. Последние исследования показывают, что для клиента туристического предприятия очень важно, чтобы обслуживающий его продавец был профессионалом, хотя степень профессионализма не имеет решающего значения. Основным моментом для клиента является то, как его обслуживают. Для эффективных отношений с клиентами необходимы учтивость, здравый смысл, профессиональное поведение. Сочетание этих трех компонентов, вежливость, отзывчивость и готовность прийти на помощь имеют решающее значение для клиента.

Личная (персональная) продажа предполагает индивидуальное общение работника туристического предприятия с клиентами, устное разъяснение целесообразности покупки в ходе непосредственной беседы с одним или более потенциальными покупателями [3, 4, 5, 6].

В связи с вышесказанным, представленная тема является довольно актуальной. Цель работы – изучение особенностей продвижения турпродукта в рамках личной продажи (на примере ООО «Тысяча туров»). Поставленная цель обусловила решение следующих задач:

1. Рассмотреть личную продажу как элемент маркетинговых коммуникаций.
2. Дать характеристику процесса и оценке организации личной продажи туристического продукта на туристском предприятии ООО «Тысяча туров».
3. Выявить направления оптимизации процесса личной продажи на туристическом предприятии ООО «Тысяча туров».

Предметом исследования является организация личной продажи на туристическом предприятии «Тысяча туров». В работе использованы следующие методы исследования: теоретический анализ, обобщение литературных источников и документов; сравнительный анализ; обобщение; наблюдение; экономический метод. Особенности продвижения турпродукта в рамках личной продажи были рассмотрены на примере деятельности ООО «Тысяча туров».

Эффективность личной продажи можно оценить с помощью экономических показателей, таких как коэффициент сбытовых затрат, коэффициент охвата клиентов, коэффициент превращения в новых клиентов, коэффициент утраты клиентов, коэффициент объема продаж на одного клиента. Эти коэффициенты следует рассчитывать как по предприятию в целом, так и по каждому специалисту в отдельности, чтобы сравнить эффективность их работы. При анализе коэффициентов результативности личной продажи четырех специалистов туристического предприятия «Тысяча туров» было выявлено, что у каждого из них эти коэффициенты различны (рисунок 1, 2, 3, 4).

Анализируя коэффициенты результативности личной продажи четырех специалистов туристического предприятия «Тысяча туров», можно видеть, что у каждого из них коэффициенты различны. С их помощью можно сравнить результативность работы специалистов (рисунок 5).

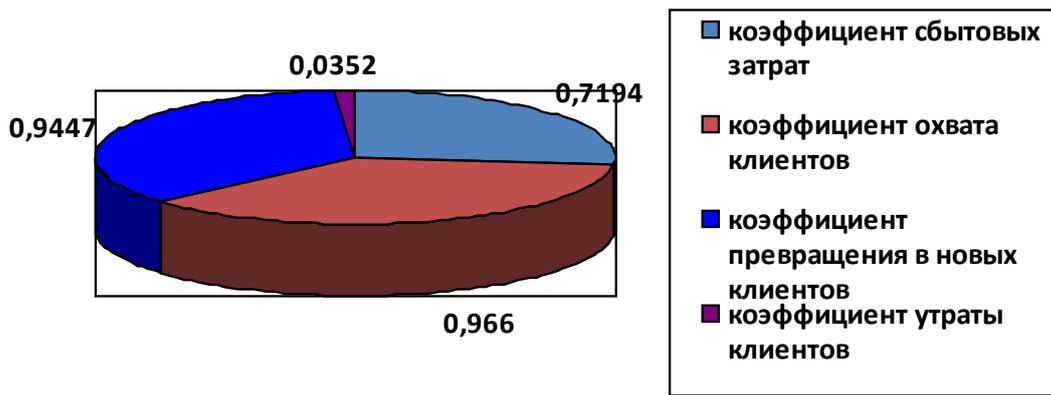


Рисунок 1 – Коэффициенты, используемые для оценки продавца А

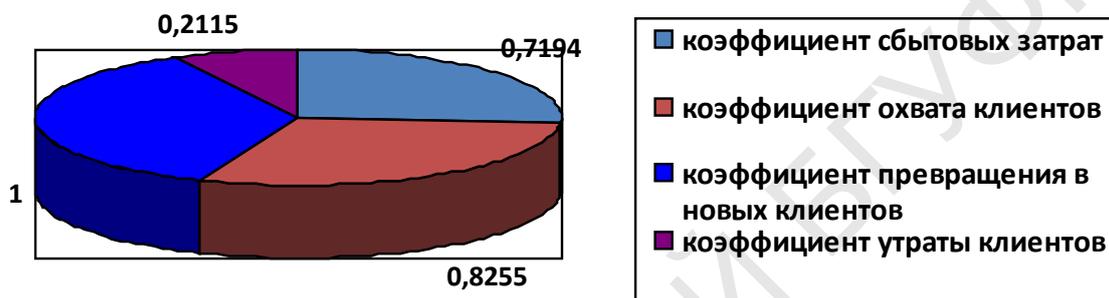


Рисунок 2 – Коэффициенты, используемые для оценки продавца Б

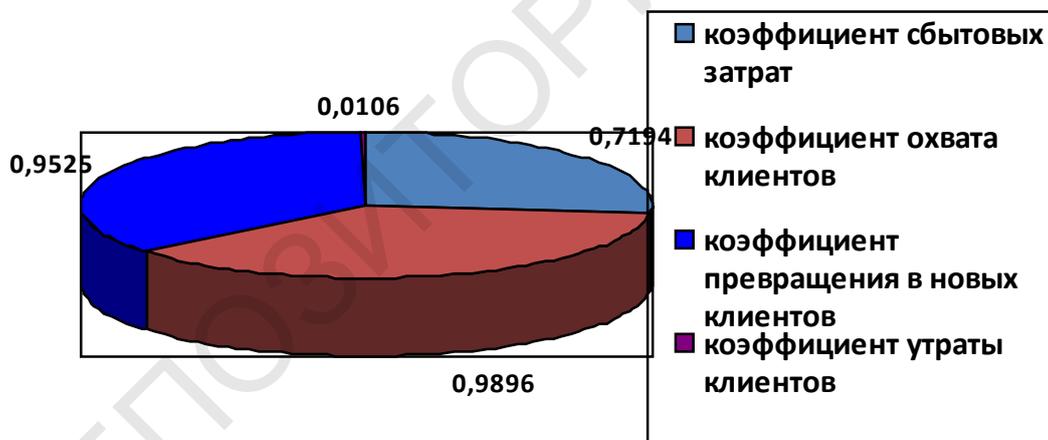


Рисунок 3 – Коэффициенты, используемые для оценки продавца В

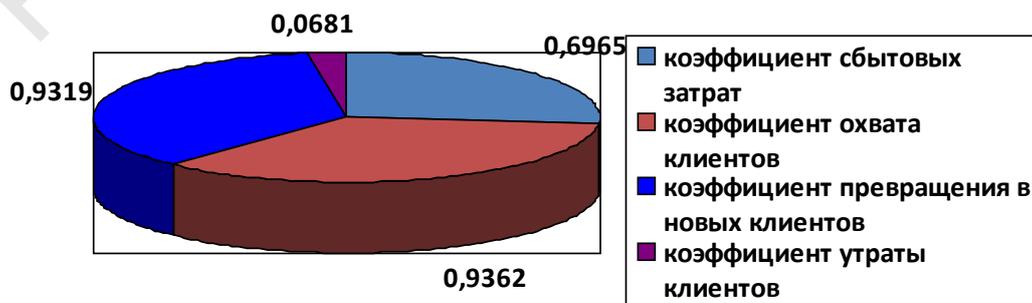


Рисунок 4 – Коэффициенты, используемые для оценки продавца Г

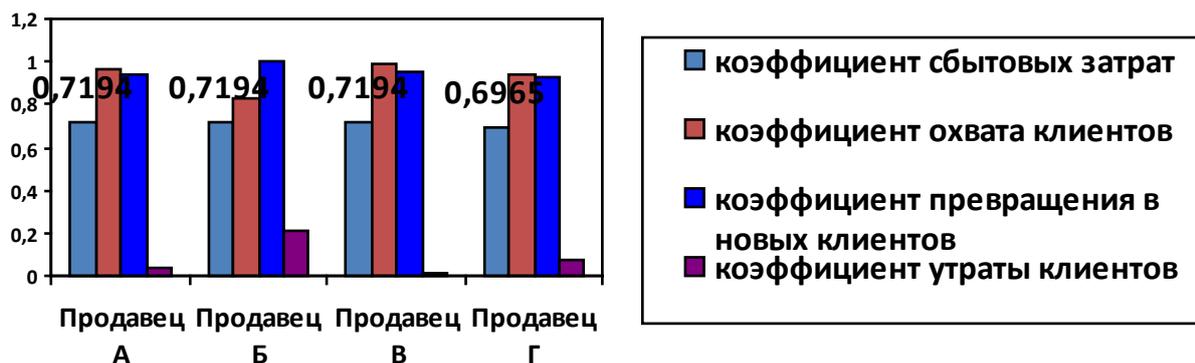


Рисунок 5 – Сравнение коэффициентов результативности личной продажи всех специалистов ООО «Тысяча туров»

Анализируя показатели рисунка 5, можно определить, что по всем показателям самым результативным продавцом является продавец А. Он приносит фирме самую большую прибыль, при этом коэффициент утраты клиентов у него самый низкий из специалистов, продающих индивидуальные авиатуры. Что же касается специалистов Б и Г, то они также занимаются индивидуальными турами, их результативность ниже, чем результативность продавца А. Об этом говорит величина прибыли, которую они приносят предприятию, количество обслуженных клиентов и коэффициент утраты клиентов. В связи с этим следует выявить, в чем состоят слабые стороны личной продажи данных специалистов, и попытаться увеличить эффективность их работы. Специалист В продает автобусные туры, он также обладает высоким профессионализмом и опытом, однако он приносит предприятию меньшую прибыль в связи с тем, что прибыль с автобусных групповых туров всегда меньше, чем прибыль с индивидуальных авиатуров.

На основе анализа осуществления личной продажи разными продавцами для ООО «Тысяча туров» можно предложить следующие пути оптимизации процесса личной продажи туристического продукта:

- совершенствование навыков личной продажи путем обучения на различных семинарах и курсах, а также оценка результатов обучения;
- организация работы с отзывами клиентов;
- выполнение рекомендаций, предлагаемых теоретиками маркетинга при осуществлении личной продажи (касательно речи менеджера, поведения на основных этапах процесса продажи, общения по телефону и т. д.);
- выполнение этических норм при личной продаже.

Что касается мер повышения эффективности личной продажи со стороны руководителя, то главными из них являются:

- уделение большего внимание не только материальному, но и моральному стимулированию персонала;
- совершенствование организации АСУ и условий труда сотрудников в целом.

Следует отметить, что предложенные пути повышения эффективности личной продажи на туристическом предприятии позволят увеличить объем продаж, количество обслуживаемых клиентов, а также прибыль, и в то же время улучшить условия труда сотрудников.

1. Александрова, А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 470 с.
2. Ассэль, Генри. Маркетинг: принципы и стратегия: учебник для вузов / А. Генри. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 804 с.
3. Дурович, А.П. Маркетинг в туризме: учеб. пособие / А.П. Дурович. – 4-е изд., стер. – Минск: Новое знание, 2004. – 496 с.
4. Маркетинг: учеб. пособие / под ред. А.М. Немчина, Д.В. Минаева. – СПб: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2001. – 512 с.
5. Молоканов, М. Руководство сотрудниками отдела продаж / М. Молоканов // Управление продажами. – 2005. – № 3 (22). – С. 18–21.
6. Панкрухин, А.П. Маркетинг: учебник / А.П. Панкрухин. – М.: ИКФ Омега-Л, 2002. – 656 с.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО РЕКРЕАЦИОННО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА С ПЕШИМ ПОХОДОМ В КАЧЕСТВЕ ОСНОВНОЙ УСЛУГИ

Шилин П.В.

Научный руководитель – В.Е. Подлиских, канд. биол. наук
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Актуальность данной работы определяется тем, что в настоящее время выезжающих из страны за рубеж туристов значительно больше, чем иностранных туристов, посещающих нашу страну. В то же время известно, что для успешного функционирования национальной отрасли туризма желательно, чтобы соотношение объемов въездного и выездного туризма равнялось 3:1 [1].

Развитие въездного туризма зависит, в том числе, от создания туристскими предприятиями востребованных туристских продуктов, рассчитанных как на широкий круг туристов, так и на отдельные сегменты со специфическими мотивами. Таким (специализированным) продуктом может, например, стать тур, включающий наряду с «традиционными» экскурсионно-познавательными услугами рекреационно-оздоровительный пеший поход. Мотивацией туристов к выбору данного продукта будет потребность в познании культуры, истории и

природы Беларуси и потребность в активном отдыхе в богатой рекреационными ресурсами среде.

Исходя из этого, цель данной работы – разработать проект специализированного рекреационно-познавательного туристского продукта с пешим походом в качестве основной услуги.

Специализированный туристский продукт характеризуется потребительской стоимостью, то есть полезностью или способностью удовлетворять определенные рекреационно-познавательные потребности людей. При разработке проекта мы исходили из предположения о том, что определенному сегменту потребителей будет интересен тур, объединяющий в своей программе экскурсии по наиболее значимым познавательным объектам Беларуси (объектам ЮНЕСКО) с активным перемещением по рекреационно-ценным природным территориям.

Маршрут «активной» части тура: г. Несвиж – пос. Падеричи – пос. Николаевщина – турбаза «Высокий Берег» – г. Столбцы. Его протяженность составляет – 60 км, а продолжительность похода – 3 дня.

Пеший переход г. Несвиж – пос. Падеричи (1-й день) осуществляется по сосновому лесу урочищ «Винклеровщина» и «Гостимно». Ночлег – в пос. Падеричи в агроусадьбе «Ив-Ле» (проживание; питание с использованием в меню блюд белорусской традиционной кухни).

Переход пос. Падеричи – пос. Николаевщина – турбаза «Высокий Берег» (13 км) (2 день) планируется по урочищу «Калеровский Лес» с преобладанием хвойных насаждений. На данном участке (как приключенческий компонент тура) предполагается переход вброд реку Неман (брод указан на топографических картах). Ночлег – на турбазе «Высокий Берег» (проживание в двухместных однокомнатных номерах, питание).

Переход турбаза «Высокий Берег» – г. Столбцы (11 км) (3 день) планируется по сосновому лесу урочища «Окинъчицы» вдоль правого берега реки Неман (наиболее живописный участок движения, со сменой пейзажей).

Содержание основных и дополнительных услуг проектируемого продукта представлено в таблице 1.

В структуру проекта туристского продукта входят услуги по посещению экскурсионных объектов. Во-первых, планируется экскурсия в Несвижский замок (дворец некоронованных королей Великого княжества Литовского Радзивиллов – памятник архитектуры XVI–XVIII веков, оригинальный и единственный полностью сохранившийся на территории Европы пример резиденции магнатов). В 2005 году замок включен ЮНЕСКО в Список мирового наследия [2]. Во-вторых, предполагается экскурсия по Мирскому замку (замок также включен в Список памятников мирового культурного наследия ЮНЕСКО).

В таблице 2 представлен расчет стоимости проектируемого туристского продукта.

Таблица 1 – Услуги специализированного рекреационно-познавательного туристского продукта и график движения по маршруту

Участки маршрута, и их протяженность (км)	Время суток	Программа обслуживания (с указанием предприятий-партнеров, оказывающих услуги на маршруте)					Дополнительные услуги	
		Завтрак	обед	ужин	Без питания	Ночлег		
г. Минск – г. Несвиж (120 км)	8.00 – 10.00				+		Информирование об объектах ЮНЕСКО в Республике Беларусь	Переезд на автотранспорте.
г. Несвижу (5 км)	10.00 – 13.00		+				Экскурсия по г. Несвиж	Посещение Несвижского Замка, обед в кафе «Чаборок»
г. Несвиж – пос. Падеричи (15 км)	14.00 – 20.00				+		Пешее движение по урочищу Гостимно	–
пос. Падеричи – пос. Николаевщина (9 км)	20.00 – 13.00	+		+		+	Знакомство с р. Неман.	Ужин и ночлег в агроусадьбе Ив-Ле
пос. Николаевщина – турбаза «Высокий Берег» (4 км)	13.00 – 8.00	+	+	+		+		Завтрак и обед в пос. Николаевщина кафе «Спатканне» Ужин и ночлег на турбазе
Турбаза «Высокий Берег» – г. Столбцы (11 км)	8.00 – 14.00	+	+				Пешее движение и осмотр лесного массива «Окинъчицы»	Завтрак на турбазе. Обед в Столбцах, в кафе «Старый Двор»
г. Столбцы – г.п. Мир (21 км)	14.00 – 15.00				+			Переезд на автотранспорте
г.п. Мир (5 км)	15.00 – 17.00				+		Экскурсия по г.п. Мир.	Посещение Мирского замка
г.п. Мир – г. Минск (100 км)	17.00 – 19.00		+				Рассказ экскурсовода об истории рода Радзивиллов.	Обед. Переезд на автотранспорте

Примечание: Общая протяженность маршрута составляет 290 км.

Таблица 2 – Расчет себестоимости туристского продукта

№ п/п	Услуга	Стоимость групповых услуг (в рублях)	Стоимость индивидуальных услуг (в рублях)
1	Переезд на автобусе г. Минск – г. Несвиж	640.000	
2	Услуга экскурсовода в г. Несвиж	80.000	
3	Входной билет в Несвижский Замок		30.000
4	Питание (обед) в Несвиже в кафе «Чаборок»		40.000
5	Размещение в агроусадьбе «Ив-Ле»		80.000
6	Питание (ужин+завтрак) в агроусадьбе		120.000
7	Питание (обед) в пос. Николаевщина в кафе «Спатканне»		40.000
8	Проживание на турбазе «Высокий Берег»		150.000
9	Питание (ужин+завтрак) на турбазе «Высокий Берег»		60.000
10	Питание (обед) в г. Столбцы в кафе «Старый Двор»		40.000
11	Услуги экскурсовода в г.п. Мир	110.000	
12	Входной билет в Мирский Замок		32.000
13	Переезд на автобусе г. Столбцы – г.п. Мир – г. Минск	640.000	
14	Услуги гида	782.000	
Итого по услугам:		2.252.000	782.000

Себестоимость тура на группу (8 участников и 1 гид) равна 8.508.000 бел. рублей. Себестоимость тура в расчете на одного туриста равна 1.063.500 бел. рублей. С учетом прибыли в размере 20 %, стоимость тура на человека составляет 1.276.200 бел. рублей. Туристский продукт может быть адаптирован и значительно удешевлен (без изменения замысла) для «внутреннего» туриста.

1. Коваленко, Ю. Туризм в цифрах / Ю. Коваленко // Туризм и отдых. – 2002. – № 15. – С.4.

2. Национальное агентство по туризму [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.belarustourism.by – Дата доступа: 26.02.2012.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АГРОУСАДЬБЫ КАК ОБЪЕКТА АГРОЭКОТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ АГРОУСАДЬБЫ «ПАНСКИЕ ПРУДЫ»)

Шмидт А.Ю., 4-й курс

Научный руководитель – О.Н. Михайлова, канд. техн. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Одним из самых популярных видов туризма в Республике Беларусь является агроэкотуризм, который дает возможность белорусским и иностранным гражданам отдохнуть, оздоровиться, ознакомиться с природным потенциалом республики, национальными культурными традициями. Среди факторов, повлиявших на развитие этой формы туризма, следует отметить:

- рост мобильности граждан за счет увеличения количества личного транспорта;
- более эффективную организацию свободного времени;
- рост динамичности и уровня стрессов в современной городской жизни;
- разнообразие и рост качества услуг, предлагаемых владельцами туристических структур в сельской местности, их специализацию.

Осуществление деятельности в сфере агроэкотуризма Республики Беларусь регулируется нормативно-правовыми актами:

- Законом Республики Беларусь «О туризме» № 206-3 от 09.01.2007;
- Указом Президента Республики Беларусь от 02.06.2006 № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь»;
- Государственной программой развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы.

Указ Президента Республики Беларусь № 372 позволил физическим лицам – сельчанам, постоянно проживающим в сельской местности и ведущим личное подсобное хозяйство, а также крестьянским (фермерским) хозяйствам осуществлять деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма официально, по заявительному принципу, без государственной регистрации.

Цель данной работы – изучить состояние и социально-экономические проблемы развития агроэкотуризма в Республике Беларусь, оценить перспективы развития агротуристического бизнеса на примере агроусадьбы «Панские пруды».

Агроусадьба «Панские пруды» расположена в деревне Кузевичи Барановичского района Брестской области (25 км от г. Барановичи, 155 км от г. Минска), в 1 км от железнодорожной станции и в 500 м от автобусной остановки. Усадьба была построена в 2007 году, а в 2008 году начала свою деятельность в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь № 372 от 2 июня 2006 года «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь».

В агроусадьбе «Панские пруды» предлагают отдых в трех одноэтажных деревянных благоустроенных домах (два дома с условиями, один без условий). Хозяева могут одновременно разместить 15 человек. В домиках имеется телевизор с DVD-проигрывателем (караоке), спутниковое телевидение. Элементы старинного интерьера соседствуют с современной бытовой техникой.

Гостям предлагаются блюда национальной кухни. Здесь можно приготовить ужин или в холодный уютный вечер душевно посидеть веселой компанией. А вот летний ужин лучше провести на крытой террасе, оборудованной печью-барбекю для приготовления шашлыков, рыбы и плова. Имеется также возможность посетить отличную баню, оборудованную современной финской сауной и бассейном. После бани можно отдохнуть в стилизованной старинной мебели комнате отдыха. Во дворе усадьбы расположен искусственный декоративный водоем.

Усадьба находится на берегу пруда в окружении лесов. Есть все условия для рыбалки и купания. Любители активного отдыха могут поиграть в бадминтон, волейбол, совершить велосипедную, а зимой лыжную прогулку, съездить покататься на коньках в ледовый дворец г. Барановичи.

Во дворе усадьбы сочная зелень газонов украшена цветниками многолетних и однолетних цветов. За забором усадьбы находится лес, где гости могут заняться сбором ягод, грибов, трав. Возле агроусадьбы находится река Молчадка, множество родников, освещенные пруды, которые в свое время принадлежали панам Межиевскому и Данилевичу, и легкие Европы – белорусские болота, по которым пролегает первая в районе экологическая тропа. В радиусе тридцати километров от усадьбы расположен ряд уникальных исторических объектов, среди которых единственная действующая в мире «Треугольная церковь».

Агроусадьба пользуется популярностью для проведения неформальных встреч деловых партнеров. Также облюбовали это уютное местечко и молодожены: в усадьбе «Панские пруды» сыграна уже не одна свадьба! Кроме этого, здесь регулярно проводятся региональные и республиканские проекты (региональный фестиваль агротуризма, региональный конкурс «Властелин села», презентация туристических возможностей Барановичского региона, концертные программы и т. д.), которые направлены на популяризацию агроэкотуризма, презентацию туристического потенциала Барановичского района, экологически безопасной продукции региональных производителей, возрождение белорусской деревни.

Туризм – категория экономическая, потому что государство, принимая туриста, продает ему местные услуги, создает рабочие места для своих граждан, получает огромные доходы от ввоза валюты. Во многих странах туризм является наиболее прибыльным видом экономической деятельности. Для изучения отношений «туризм – экономическая среда» целесообразно сгруппировать их по типу влияния: природно-географические; политические; экономические; социально-демографические; правовые; технологические; международные; государственные [1].

Проведенный анализ экономической среды агроусадьбы «Панские пруды» показал, что владелец выбрал один из наиболее перспективных и поддерживаемых на всех уровнях власти видов деятельности. В ходе проведенных исследований была разработана анкета, которую было предложено заполнить отдыхающим в агроусадьбе. На основании полученных данных был сделан вывод, что «Панские пруды» пользуются популярностью, все гости довольны отдыхом, а некоторые приехали уже не в первый раз. Одним из самых больших плюсов, которые отметили посетители, является хорошее расположение усадьбы: она находится на берегу реки и в окружении лесов, что дает возможность «убежать от городской суеты» и восстановить силы. Также в значительных плюсах гости отметили возможность рыбалки и купания летом, наличие бани и барбекю, волейбольной площадки, дружелюбность и открытость хозяев, и наличие богатого животного мира.

На основе анализа деятельности агроусадьбы «Панские пруды» и полученных анкетных данных предложен ряд мер по улучшению ее функционирования:

- расширение номерного фонда путем реконструкции и переоборудования старых пустующих домов в деревне или постройки новых бревенчатых домиков;
- более активное привлечение местных жителей к работе в агроусадьбе;
- маркировка информационными знаками направления движения к усадьбе «Панские пруды» на участке автомобильной дороги от г. Барановичи до д. Кузевичи;
- оборудование дополнительных санитарных узлов и комнат гигиены (душевые, умывальники);
- расширение материальной базы туристического и спортивного инвентаря;
- создание историко-этнографического музея, экспонаты для которого в усадьбе уже имеются (старинные угольные утюги, подковы, швейные машины, самовары, прялки).

У Республики Беларусь есть огромный потенциал в разных сферах деятельности агроэкотуризма. Кладовые природы, истории, культуры открывают широкие горизонты для направления движения. Теперь важно правильно распорядиться данным богатством.

Развивая сельский туризм, мы помогаем жителям деревни, которые бегут в города за неимением работы по месту жительства. Более того, с появлением возможности зарабатывать таким путем многие городские жители принимают решение купить усадьбу и жить в деревне. Это очень важно, потому что именно такие люди с энтузиазмом, любящие свою культуру и природу, способны привлечь и заинтересовать огромное количество туристов.

Агроусадьба – это не просто гостиница, а построенный на общении отдых. Приехав к нам туристом, человек уедет от нас другом. А это именно то, что так нужно нашей стране: интерес со стороны иностранных гостей и теплые отношения со всеми близлежащими странами [2].

1. Клицунова, В.А. Сельский туризм как перспективное направление развития туристической отрасли в Беларуси / В.А. Клицунова. – Минск, 2003. – 123 с.

2. Эко- и агротуризм: перспективы развития на локальных территориях: тезисы докладов 2 международной научно-практической конференции, Барановичи, 2010 г. / под ред. В.Н. Зуева. – Барановичи, 2010. – 278 с.

КАРНАВАЛІЗАЦЫЯ ЯК СРОДАК АНИМАЦЫІ Ў ЭТНІЧНЫМ ТУРЫЗМЕ (НА ПАДСТАВЕ ТВОРАЎ ЯНА БАРШЧЭЎСКАГА)

Шышко Н.В., 1-й курс

Навуковы кіраўнік – М.А. Нагорны, канд. геол.-мінэрал. навук, дацент
Інстытут турызму Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта фізічнай
культуры, Рэспубліка Беларусь

Упершыню тэрмін «карнавалізацыя» быў уведзены М.М. Бахціным у 1965 годзе. Даследчык пад карнавалізацыяй разумеў транспартыроўку традыцый карнавалу на мову літаратуры. У літаратуры карнавалізацыя праяўляе сябе на падставе павышанай цікавасці да міфаў і вуснай народнай творчасці. Карнавальны воблік у літаратуры выяўляецца пераважна праз: матыў маскі, дарожную блытаніну, танец, смех, мастацкую дэталю, красамоўныя прозвішчы, гульні. Само развіццё канфліктных сітуацый у апавяданнях Яна Баршчэўскага найчасцей адбываецца ў кантэксце карнавальных сцэн – заручын, вяселля, у карчме і нават у касцёле. Яркай праявай карнавалізацыі ў творах Баршчэўскага з'яўляецца матыў дарожнай блытаніны.

Асобнае месца ў Яна Баршчэўскага займае вобраз жанчыны. Ён утрымлівае ў сабе як д'бальскае, так і чалавечае. Дарэчы, акрэсліванне дынамічнага пачатку жанчыны выразна прасочваецца ў літаратуры XIX стагоддзя ў творах Ф. Багушэвіча, В. Дуніна-Марцінкевіча, А. Рыпінскага, Я. Чачота, А. Міцкевіча і, канешне, у апавяданнях Я. Баршчэўскага. Але вобраз жанчыны тоіць у сабе не толькі разбурэнне (амярцвенне). Ён валодае магутнай адраджальнай сілай, можа нават стаць ідэалам – блакітнай кветкай Наваліса.

Сумарны вобраз жанчыны ў апавяданнях Баршчэўскага носіць характар неадназначнасці, які ўласцівы і вобразу дзіцяці. Герой апавядання «Ваўкалак» у метамарфозным стане бяжыць па дарозе і сустракае кабету, што вяла за руку маленькае дзіця. Успомнім, што ў славянскай міфалогіі дзіця атаясамліваецца з тонкай адчувальнасцю пераходных момантаў паміж жыццём і смерцю.

Такім чынам, вывучэнне элементаў карнавалізацыі, а ў прыватнасці, карнавальных вобразаў, сцэн, дзеянняў, прывяло да акрэслівання характарыстык метамарфоз у твора Яна Баршчэўскага і асэнсавання іх у мастацкім кантэксце. Можна зрабіць вывад, што тыя самыя метамарфозы

зяўляюцца вызначальнымі ў сюжэтапабудове, бо элементы карнавалізацыі якраз суправаджаюць канфліктныя моманты ў апавяданнях. Трэба сказаць, што Ян Баршчэўскі па-майстэрску ўжывае гэты прыём. Мы можам нават гаварыць пра аўтарскую эвалюцыю, якая выяўляецца ў пераходзе ад адзінакавага выкарыстання карнавальнай формулы ў апавяданнях «пра чарнакніжніка і цмока...», «Вужыная карона» як моманту развіцця канфліктнай сітуацыі, да выкрывальнага, развянчальнага тыпу пабудоў вобразаў ў апавяданнях «Горды філосаф», «Шкаляр Люцэфуга».

З’ява карнавалізацыі у поўнай меры адпавядае задачам анімацыі ў этнічным турызме. У даным кантэксце мова ідзе аб прымененні гэтай з’явы ў дзейнасці этнічных музеяў пад адкрытым небам, дзе ўместны будуць не толькі самі дзеючыя асобы твораў Яна Баршчэўскага, але і цэлыя эпізоды з яго містычных апавяданняў. Аналагічная анімацыя існуе і працуе у Маскве ў доме-музее Булгакава (Музей «Нехорошая квартира по Садовой, 302 бис»), а таксама ў музеі пад адкрытым небам «Дзіканька» ва Украіне. Тут турыстаў сустракаюць героі кніг, якія іх суправаджаюць па мясцовасці, палохаюць і жартуюць, садейнічаюць «прапітванню» асобай атмасферай не толькі літаратурнага твора, але і самой эпохі. Па нашаму разуменню, іменна карнавалізацыя з твораў Яна Баршчэўскага можа стаць падставай дзеля анімацыі у такіх турыстычна атракцыйных месцах як этнічныя музеі у Строчыцах і Заслаўі, дзе само паветра напоўнена міфамі, казкамі, язычнай містыкай.

1. Баршчэўскі, Я. Шляхціц Завальня або Беларусь ў фантастфчных апавяданнях / Я. Баршчэўскі. – Мінск, 1990.

2. Бахтин, М. Вопросы культуры и эстетики / М. Бахтин. – М., 1975.

3. Иванов, В. Из заметок о строении и функциях карнавального образа / В. Иванов. – Саранск, 1973.

ОТБОР, АДАПТАЦИЯ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОДО «НОВА ТУР»)

Эрленбуш В.А., 6-й курс

Научный руководитель – О.В. Романова

Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

В кризисных условиях становления рыночной экономики в Республике Беларусь особое значение приобретают вопросы практического применения современных форм управления, позволяющих повысить социально-экономиче-

скую эффективность любого производства. Рыночная экономика предъявляет к квалификации специалистов-руководителей более высокие требования, чем плановая. Необходима совершенно новая концепция развития организации, жизнеспособная в новых хозяйственных условиях. Руководители предприятий призваны стать инициаторами в области реализации технологических и организационных перемен. Применительно к экономике менеджерами называют специалистов, которые, используя различные методы и тактику управления, способствуют достижению организацией или предприятием определенных целей. Методы достижения целей могут быть различны.

Сейчас за рубежом получили широкую поддержку представители «школы человеческих отношений», которые исследуют проблемы мотивации поведения людей, руководства. Такие исследования оценивают социально-психологические последствия различных организационных перемен и дают рекомендации по совершенствованию управленческих процедур, политики, по созданию такого организационного климата и такой структуры, которые стимулируют совместные усилия работников.

Одной из крупнейших и стремительно развивающихся отраслей экономики является туристическая индустрия. Высокие темпы ее развития, большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные секторы экономики, что способствует формированию собственной туристической индустрии. Туризм является одним из самых динамичных секторов как белорусской, так и мировой экономики. Изучение и практическое внедрение положительного опыта зарубежных стран подтверждают возможность и эффективность комплексного маркетингового подхода к решению существующих проблем в туристическом бизнесе [1, 2, 3, 4].

Все это требует от работника туристической сферы наличия специфических навыков, опыта работы и квалификации. Организация качественного обслуживания туристов – цель каждой современной туристической фирмы, стремящейся занять лидирующие позиции на рынке. Для обеспечения же качественного обслуживания в первую очередь необходимо наличие квалифицированного персонала.

Наиболее важным элементом в деятельности любой туристической фирмы является функция организации. Функция организации реализуется двумя путями: через административно-организационное управление и через оперативное управление. Совершенствование организационной структуры управления предполагает уточнение функций подразделений, определение прав и обязанностей руководителя и сотрудника, устранение многоступенчатости, дублирования функций и информационных потоков. Организационные структуры управления туристическими фирмами отличаются большим разнообразием и зависят от многих факторов. К ним могут быть отнесены, в частности, размеры фирм (средняя, мелкая, крупная), профиль фирмы (специализация на

одном конкретном направлении или нескольких направлений). Туристическая фирма – хозяйственно обособленная производственная единица, выполняющая одну или несколько функций в производстве и сбыте туристского продукта и создании объектов [4, 5].

Актуальность выбранной темы заключается в том, что наиболее важным в управлении туристической фирмой является структура управления. От того, насколько грамотно, четко, правильно, логично будет организована структура управления туристической фирмы, напрямую зависит эффективность всей деятельности организации. Объект исследования – отдел кадров в туристической организации ОДО «Нова тур». Предмет исследования – отбор, адаптация и развитие персонала туристической организации. Цель работы – исследование отбора, адаптации и развития персонала туристической организации на примере ОДО «Нова тур» и разработка предложений по их совершенствованию.

Поставленная цель работы обусловила решение следующих задач:

1. Рассмотреть теоретические аспекты отбора, адаптации и развития персонала туристической организации.
2. Исследовать особенности отбора, адаптации и развития персонала в ОДО «Нова тур».
3. Разработать направления совершенствования процесса отбора, адаптации и развития персонала туристической организации.

Исследования особенностей отбора, адаптации и развития персонала рассмотрено на примере деятельности ОДО «Нова тур».

ОДО «Нова тур» возглавляет директор. Общая управленческая структура представлена на рисунке 1.

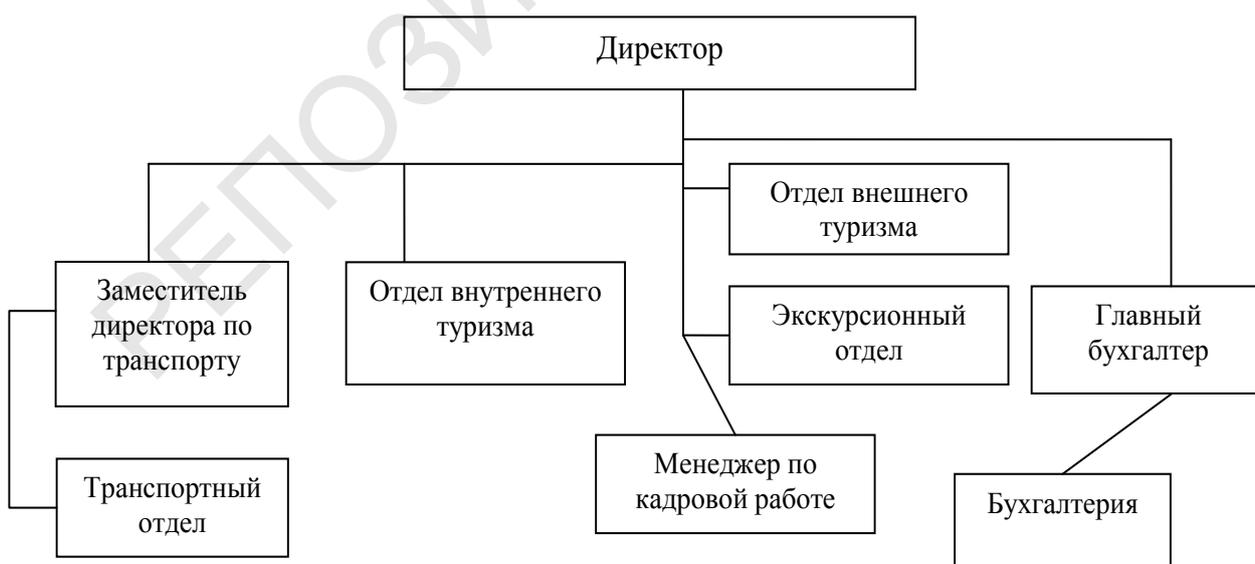


Рисунок 1 – Общая управленческая структура ОДО «Нова тур»

Основные показатели финансово-экономической деятельности ОДО «Нова тур» представлены на рисунке 2.

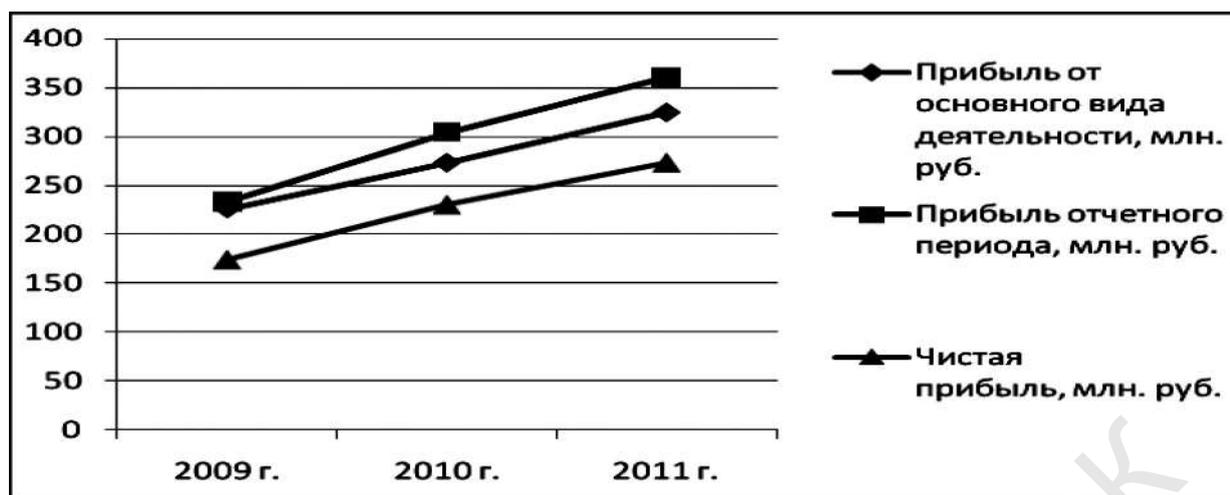


Рисунок 2 – Показатели деятельности ОДО «Нова тур»

На основе проведенного анализа деятельности ОДО «Нова тур» можно выделить отрицательные и положительные моменты в организации управления персоналом (таблица 1).

Таблица 1 – Преимущества и недостатки системы управления персоналом ОДО «Нова тур»

Преимущества	Недостатки
<p>подготовка кадров перед принятием должностных обязательств;</p> <p>при найме предпочтение отдается кандидату с опытом, что позволяет не тратить средства на обучение;</p> <p>быстрая адаптация персонала в неформальной обстановке;</p> <p>учет мнений персонала.</p>	<p>отсутствие долгосрочного планирования кадров;</p> <p>отсутствие четкой кадровой политики;</p> <p>отсутствие кадрового резерва;</p> <p>возрастной ценз;</p> <p>отсутствие передвижения кадров для обеспечения взаимозаменяемости на рабочих местах;</p> <p>частичное отсутствие материального стимулирования;</p> <p>относительно низкая оплата труда при длительном рабочем дне.</p>

Указанные недостатки являются минусом организации системы управления персоналом ОДО «Нова тур». Устранение этих минусов могло бы привести к решению многих проблем, таких, как больничные листы, отпуск. Руководство обращает внимание на приведенные выше недостатки, так как в итоге они сказываются на конечном результате деятельности предприятия.

Исходя из всех отрицательных сторон работы персонала ОДО «Нова тур», можно предложить три формы повышения квалификации сотрудников:

1. Повышение квалификации сотрудника в рамках его прежней профессиональной специализации. Данную форму обучения следует использовать

при централизованных изменениях на предприятии, при появлении на рынке туристских услуг новых технологий обслуживания клиентов, при переходе на новый тип коммуникаций и т. п. В этом случае необходима своевременность, предельная корректность и рациональная стоимость обучения.

2. Повышение профессиональной квалификации сотрудника путем освоения им знаний и практических навыков работы в смежных с его базовой специализацией областях туристской деятельности.

3. Стажировка в других туристских предприятиях, в том числе зарубежных, как возможность овладеть не столько теоретическими знаниями, сколько практическими навыками.

Таким образом, следует отметить, что устранение отрицательных моментов в организации управления персоналом будет способствовать увеличению производительности труда.

1. Архипов, А.И. Экономика: учебник / А.И. Архипов, А.К. Большаков [и др.]. – изд.3-е, перераб. и доп. – М.: Проспект, 2009. – 848 с.

2. Виханский, О.С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономистъ, 2008. – 670 с.

3. Головачев, А.С. Экономика предприятия: в 2-х кн. / А.С. Головачев. Минский институт управления. – Минск: МИУ, 2008. – 372 с.

4. Гольдштейн, Г.Я. Основы менеджмента: учеб. пособие / Г.Я. Гольдштейн. – 2-е изд., доп. и перераб. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2009. – 102 с.

5. Грибов, В.Д. Экономика организаций (предприятия): учеб. пособие для студентов вузов / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов. – М.: Кнорус, 2008. – 416 с.

УСЛОВИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ НАЧИНАЮЩЕГО МЕНЕДЖЕРА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Юришина К.А., 4-й курс

Научный руководитель – Л.В. Штефан, канд. геол.-минерал. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Современный менеджер туристической индустрии должен обладать всем комплексом знаний, входящих в компетенцию специалиста по организации туристического бизнеса. Эффективность деятельности менеджера в туризме, во многом сегодня зависит от успешного применения знаний, приобретенных за годы обучения и работы в этой сфере, способности жить и работать в постоянно меняющихся условиях рыночной экономики.

В статье мы рассмотрим условия, необходимые для того, чтобы выпускник состоялся как специалист в сфере туризма, в нашем случае – менеджер

по продажам, приобрел постоянных клиентов, качественно и эффективно выполнял свою работу. Менеджерами принято считать руководителей всех рангов, направляющих усилия и действия подчиненных им работников на решение поставленных задач. Но менеджерами могут быть и организаторы конкретных видов работ, обеспечивающие их успешное выполнение в контакте с другими организациями и людьми. Например, менеджер по продажам, менеджер по подбору персонала, менеджер по приему и размещению (туристов в гостинице) и др. Перечень специализаций менеджера довольно обширен и продолжает пополняться. Основной акцент в его работе, в какой бы области он ни трудился, приходится на взаимодействие с людьми. Люди – главный, определяющий специфику профессии менеджера объект его трудовой деятельности. Воздействуя на них, менеджер добивается определенных результатов от совместной работы с ними. Каким будет уровень этих результатов, зависит от качества подготовки менеджера в области управления. Она дает ему необходимые знания, умения, навыки, определяющие его способность влиять на людей и вести их за собой.

Компетенции – комплекс взаимосвязанных, профессионально важных способностей, умений и установок, необходимых сотруднику для эффективного исполнения деятельности в конкретной компании. В компетенции не включаются технические знания и навыки, потому что их нет нужды проверять экспертно – для них всегда есть инструменты более объективного измерения – результаты работы, профессиональные тесты и задачи.

Можно выделить две разновидности компетенций – ценностного плана и профессионального плана. «Ценностные» компетенции, такие, как командность, корпоративность, клиентоориентированность, открытость новому, строятся вокруг профессиональных или корпоративных ценностей, которые усваиваются сотрудниками в виде психологических установок. «Профессиональные» компетенции обычно строятся вокруг комплекса способностей, необходимых для данной должности, причем это способности, которые можно и нужно сознательно в себе развивать.

К профессиональным компетенциям менеджера по продажам обычно относят следующие:

- активность, ориентация на результат;
- умение слушать;
- коммуникабельность;
- управление ситуацией во время продаж, ведения переговоров;
- конструктивное поведение в конфликтных ситуациях;
- стрессоустойчивость;
- клиентоориентированность;
- умение планировать деятельность и расставлять приоритеты, и т. д.

Таким образом, зная основные параметры эффективности, можно составить некоторый идеальный образ, т. е. совокупность определенных компетенций и знаний, необходимых для решения поставленных перед сотрудником отдела

продаж, задач. Сравнив между собой желательную и действительную картину, можно обнаружить направление повышения его личной эффективности.

Эффективность также следует рассматривать в прямой зависимости от целей и задач, поставленных перед сотрудником, а они различаются в зависимости от того, на какой ступени своего профессионального или трудового развития стоит сотрудник. Как правило, отдел продаж является наиболее динамичным отделом туристического предприятия. Здесь достаточно высока текучесть кадров, а попав на должность стажера или оператора, новичок имеет возможность в течение года дорасти до менеджера по продажам. И складывается ситуация, когда разница между сотрудниками с разным профессиональным опытом становится огромной. Отсюда и получается, что цели и задачи по повышению эффективности их работы тоже разные. Следовательно, раскрывать данную проблему следует поэтапно, в соответствии с уровнем развития сотрудника: начинающий продавец (новичок), опытный менеджер по продажам, старший менеджер по продажам (профессионал). Мы же остановимся на эффективности работы начинающего менеджера.

Зачастую выпускники высших учебных заведений сталкиваются с проблемой адаптации на рабочем месте, так как из-за отсутствия опыта работы в данной сфере они не знают всех нюансов работы, а также у них отсутствует опыт общения с клиентами. Большой проблемой для новичков является то, что теоретические знания, которые они получают при обучении, часто не связаны с практической работой. Если мы решим связать свою карьеру с туристическим бизнесом, а свою судьбу с отдыхом других людей, то надо понимать всю степень ответственности. Если нам не понравится наш собственный отдых, то винить за это мы будем себя, а если плохо отдохнут наши клиенты, то винить в этом будут нас. Сейчас из-за огромной конкуренции на рынке туристических услуг туристические агентства дорожат своими профессиональными кадрами, и если возникает потребность в новых сотрудниках, то в критериях поиска зачастую можно наблюдать такие основные требования к кандидату:

- опыт работы не менее 1 года (резюме не рассматривается без опыта работы);
- своя клиентская база;
- уверенное и обязательное знание основных туристических направлений и т. д.

Из этого следует, что выпускники сталкиваются с огромной проблемой по поиску работы в своей сфере. Лишь немногих без опыта работы берут в качестве менеджеров по туризму. Основная масса желающих работать в сфере туризма либо начинает с вакансий курьера, либо работает бесплатно в качестве практикантов, но с параллельным и весьма продолжительным обучением профессиональному мастерству, перед тем как им доверят самостоятельную работу с полной оплатой. Автор, исходя из собственного опыта обучения в вузе туристического профиля и работы в сфере туризма, предлагает некоторые умо-

заклучения на тему уменьшения периода адаптации и обучения профессиональному мастерству начинающего менеджера (новичка).

Рассмотрим систему знаний и умений, которые будут необходимы начинающему менеджеру с самых первых дней работы. К новичку, стремящемуся стать менеджером по туризму, работодатель, как правило, предъявляет следующие требования:

1. Менеджер должен знать основные туристические направления – и это не просто знание названий государств и их столиц. Нужно знать все основные и неосновные курорты, в чем заключается разница между ними, и для какого клиента какой курорт наиболее подходит с точки зрения его запросов, интересов, пожеланий и возможностей. Также необходимо знание отельной базы, условий проживания и услуг, которые предоставляют отели. Знание возможностей и состояния туристической инфраструктуры, особенностей отдыха, возможных угроз безопасности и другой информации, которую нужно подробно рассказать клиенту.

2. Менеджер должен уметь правильно оформлять документы – здесь каждая ошибка стоит денег. При этом надо учитывать, что у каждого туроператора имеются свои требования к особенностям оформления документов. Многие туроператоры подходят к этому достаточно строго, требуя, чтобы агентство прислало заявку исключительно по их образцу, без права на ошибку.

3. Менеджер должен уметь общаться с клиентом. Клиент-главный объект поклонения, обхождения и уважительного отношения в туристическом бизнесе. Нужно суметь заставить себя поверить в эту формулировку, так как от того, как с ним, клиентом, будут обращаться в агентстве, зависит будущее – и ваше как менеджера, и вашего туристического агентства.

Таким образом, можно выделить три основных (базовых) направления знаний, которые будущий менеджер по туризму должен освоить в вузе, чтобы иметь возможность успешно начать свою профессиональную деятельность:

1) знания по страноведению и туристическим ресурсам отдельных стран, в том числе и менеджменту гостеприимства;

2) знания по бронированию, резервированию, таможенным формальностям и работе с документами;

3) знания по психологии, менеджменту и особенно по деловым коммуникациям.

Из всего изложенного выше, следует, что в первую очередь теоретические знания, которые выпускник приобретает при обучении в высших учебных заведениях, должны быть напрямую связаны с практикой. По моему мнению, это одно из главных пунктов успеха и эффективности начинающего специалиста в сфере туризма и гостеприимства. Также, следует сказать, что без саморазвития, упорства и дальнейшего обучения будет весьма нелегко достичь желаемого уровня профессионала в сфере туризма. Начинающий менеджер должен понять, что изначально он будет работать на свое имя, но при правильном подходе его имя в последующем будет работать на него.

УПРАВЛЕНИЕ ТВОРЧЕСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ СОТРУДНИКОВ ТУРФИРМЫ

Юркевич В.Н., 6-й курс

Научный руководитель – Е.Н. Погодина

Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Роли профессионального и самодеятельного творчества в структуре экономической деятельности индустрии туризма и гостеприимства имеет в настоящее время исключительно важное значение. В век информации и инноваций развитие творческого потенциала личности сотрудника и развитие производства товаров и услуг начинают зависеть друг от друга, а грамотно построенная творческая обстановка в компании – прямым образом влиять на производительность труда и качество выпускаемой продукции.

Успех нынешнего туристического предприятия начинает зависеть, в первую очередь, от того, насколько оно в состоянии использовать интеллектуальные ресурсы, интеллектуальный капитал: кадровый, организационный, потребительский. Становится все более выгодно вкладывать деньги в средства производства и распределения знаний, системы управления знаниями. Меняется характер менеджмента, который направлен теперь на активизацию и максимальное использование творческого потенциала работников. Возрастает количество творческих коллективов в турфирмах, которые занимаются разработкой отдельных проектов, создавая в их рамках новые знания и обеспечивая тем самым профессиональный рост. Для эффективной творческой работы они должны быть свободны и чувствовать свою причастность к происходящему [1].

Творческая обстановка на функционирующем предприятии является наибольшим достижением руководителя коллектива. Для того чтобы ее создать, необходимо поддерживать инициативные и творческие устремления сотрудников. Перед руководителем стоит сложная задача создать такой микроклимат внутренней среды компании (творческую атмосферу), чтобы творческие личности, работая в группе, не теряли своей яркой индивидуальности, превращаясь с течением времени в «серого» члена группы.

Творческая атмосфера – это в первую очередь доброжелательное окружение, обеспечивающее поддержку и ощущение причастности к команде, принятие и безоценочное отношение, которые создают ту безопасную среду, в которой творческие способности смогут раскрыться. Для создания такой творческой атмосферы необходимы специальные усилия менеджеров по формированию команды и налаживанию коммуникаций [2].

Грамотно построенная творческая обстановка в компании прямым образом связана с увеличением производительности труда и улучшением качества

выпускаемой продукции, благодаря тому, что ее наличие позволяет решить ряд важных проблем:

- существенным образом повышает качество организационных решений;
- помогает внедрять выгодные, перспективные, многообещающие новшества;
- приводит к повышению производительности труда в силу оживления производственной деятельности;
- повышает профессиональные навыки персонала.

Для создания творческого коллектива руководителю недостаточно просто хотеть, чтобы специалисты были самыми креативными и продуктивными. Помимо желаний, требуется понимание определенных правил этой игры, своей ответственности и некоторые действия по изменению собственного управленческого общения. В целом можно сказать, что руководство креативной деятельностью (в большей степени, чем многие экономические и технологические решения) все-таки требует научного подхода и высокого профессионализма. Это предполагает:

- во-первых, поиск и привлечение работников, обладающих необходимыми творческими способностями и профессиональными навыками, так как компания вынуждена соперничать на кадровом рынке в привлечении творческих работников;

- во-вторых, заполучив эту «движущую силу организации», компания стремится использовать ее с наибольшей отдачей, для чего создаются необходимые организационные условия и психологический климат.

В современных условиях для эффективной работы компании возрастает необходимость выстраивать гибкие, подвижные взаимосвязи в организационной структуре, тесные контакты в процессе нововведений, совместных усилий персонала в подготовке и принятии решений, интенсивных отношений с внутренними и внешними партнерами. Эффективной чертой управления творческими потенциалами сотрудников является тесная увязка инновационных стратегий и политики управления человеческими ресурсами.

Очень многое в организации зависит от самого руководителя и избранного им стиля управления. Он может как стимулировать инициативу сотрудников, так и подавлять ее еще в зародыше. Более всего способствует раскрытию творческого потенциала сотрудников демократический стиль управления. Он предполагает делегирование ответственности и значительную степень свободы, устанавливая определенные рамки, определяющие согласованность общих усилий, позволяя контролировать процесс, обеспечивая четкость администрирования. Руководитель, выбирающий демократический стиль управления, поддерживает творческую инициативу, способствует организации креативного процесса, а часто и сам служит вдохновляющим примером для своих сотрудников.

Таким образом, для того чтобы сотрудники могли в полной мере раскрыть свои таланты и направить их на пользу дела, в организации должна быть создана особая творческая среда, основными характеристиками которой являются:

- открытость новому,
- поддержка инноваций;
- доверие и сотрудничество на всех уровнях;
- демократический стиль управления;
- организация обучения и профессионального общения.

Взаимодействие творческих сотрудников с руководством компании должно быть построено так, чтобы новые идеи, которым требуется организационная поддержка, не терялись, для чего необходимо наладить эффективные каналы их получения, для чего могут быть использованы различные варианты решений:

- создается отдельная структура, ответственная за инновации;
- назначается менеджер, к которому стекаются все предложения от персонала;
- предложения принимают непосредственные руководители;
- создаются временные творческие группы для решения конкретных творческих задач;
- организуются кружки новаторов, изобретателей;
- проводятся специальные мероприятия – «креативные дни», конференции и фестивали идей;
- устанавливается специальный ящик для сбора идей [3].

Важный момент в управлении творческими потенциалами заключается в том, чтобы поток идей не прекращался из-за бюрократизма, связанного с процедурой выдвижения идей, отсутствие обратной связи или не востребованность.

Одним из важных факторов для расцвета творчества в организации является постоянный приток в организации новых знаний, информации, впечатлений. Следует сказать, что дело это благодарное – креативные сотрудники с удовольствием учатся, стажируются, посещают конференции и другие мероприятия. Общение с коллегами помогает им раздвигать рамки собственных представлений, улавливать новые тенденции, генерировать новые идеи. Например, японские корпорации для повышения креативности сотрудников намеренно погружают проектные команды в принципиально новую среду – географическую, культурную или интеллектуальную – с помощью поездок в новые места и представления знаний из не связанных с их бизнесом областей [4]. Существуют специальные программы развития творческих способностей. Тренинг креативности помогает активизировать творческий потенциал каждого человека за счет осознания внутренних барьеров и лучшего понимания своих возможностей, повышает мотивацию к творческому труду. Овладение методами и технологиями творчества позволяет сделать творческий процесс более эффективным, гарантирует получение идей и решений в любых ситуациях.

Не менее важной задачей является создание и поддержка руководителем благоприятного психологического климата, который бы снижал склонность к аффектам, стрессам, внутригрупповым и межличностным конфликтам, придавал конструктивную направленность работе коллектива и способствовал наиболее полному творческому самораскрытию каждого члена ее члена.

1. Бек, Р.А. Этика управления индустрией гостеприимства / Р.А. Бек. – М., Юнити, 2003. – 547 с.
2. Грузенберг, С.О. Психология творчества / С.О. Грузенберг, А.Ю. Козырева. – Минск, 2005. – 491 с.
3. Столяров, А.М. Методы активизации творческого мышления / А.М. Столяров. – М: ВНИИПИ, 2003. – 126 с.
4. Смирнова, И. Нетрадиционные методы оценки персонала / И. Смирнова // Управление персоналом. – 2006. – №1. – 151 с.

НАСЛЕДИЕ ДОМИНИКАНЦЕВ НА ТЕРРИТОРИИ БЕЛАРУСИ (ПОТЕРЯННОЕ И ЗАБРОШЕННОЕ)

Яконюк А.М., 2-й курс

Научный руководитель – И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Доминиканцы – «нищенский» католический монашеский орден. Название происходит от имени основателя, испанца Доминика де Гусмана (1170–1221), канонизированного в 1234 г. Орден был создан в начале XIII века, и главным его направлением стала пропагандистско-миссионерская деятельность, а на территории Испании – инквизиция. «Нищенский», аскетичный характер ордена не всегда выдерживался, а в 1475–1477 годах доминиканцам официально было позволено владеть имуществом и иметь постоянный источник дохода. Одевались доминиканцы в белую сутану с белым капюшоном, но, выходя за пределы храма, они набрасывали сверху черную мантию с черным капюшоном. Герб ордена представляет собой изображение собаки, которая несет факел, что символизирует призвание ордена: оберегать церковь от ереси и нести сказанием истину миру. Отсюда еще одно толкование названия ордена: *Domini canes* (псы Господни). В наше время орден действует в 50 странах мира. В Беларуси и в Литве доминиканцы закрепились с начала XVI в. Их монастыри были в Островце, Ошмянах, Василишках, Витебске, Гродно, Деречине, Друи и других местах. Существовала и женская ветвь ордена. В Беларуси был известен один женский монастырь в Новогрудке. Кроме монастырей, в Беларуси имелось около 10 резиденций доминиканцев [1].

Остановимся на анализе наследия доминиканцев на территории Беларуси.

Среди римско-католических орденов монахи-доминиканцы одними из первых появились в городе Минске, где и были основаны костел святого Фомы (Тамаша) Аквинского и монастырь доминиканцев. Монастырь ордена доминиканцев находился в юго-восточной части ансамбля Верхнего рынка, ограниченной улицами Волоцкой (сейчас Интернациональная) и Доминиканской (Энгельса). В 1600 году Софья Слушка, происходившая из магнатского рода Завишей, начала строить кляштар с деревянным костелом. В 1604 году рыцарство Речи Посполитой возвращалось через Минск с богатой добычей. Увидев незавершенное строительство, шляхтичи решили сброситься вскладчину по количеству коней, назвав это «копытковым сбором», и пожертвовать собранное на монастырь. Благодаря этому монастырский комплекс с костелом быстро были закончены, и уже через год на генеральном капитуле в Риме орден доминиканцев принял его в дар. Вскоре после этого Слушка выписала из Вильни монахов и поселила их в Минске.

Совсем скоро минский воевода Петр Тышкевич прикупил земли на Верхнем Рынке на перекрестке улиц Волоцкой и Доминиканской и в 1615 году начал строить для доминиканцев уже каменные костел и монастырский корпус. К середине XVII века в этой части города был возведен костел под титулом св. Фомы Аквинского и монастырь на 12 монахов. После реконструкций 1709–1781 годов комплекс кляштара приобрел черты барокко. К правой стороне пресвитерия еще в 1703 году был пристроен «в одну линию» двухэтажный монастырский корпус, входная часть которого обозначалась ризолитом с фигурным фронтоном. Планировка корпуса была коридорной, за ним находился сад и деревянные хозяйственные постройки: 2 флигеля, амбар, конюшня. Перед костелом же стояла двухбашенная брама.

Костел представлял собой 3-нефовую базилику с прямоугольной апсидой. Богато декорированный главный фасад завершался фигурным фронтоном с волютами, над которым возвышалась небольшая башенка под куполом с крестом. Особенно интересно размещение двух часовен при главном фасаде: их завершали большие световые восьмигранные барабаны под куполами с головками, похожие на невысокие башни. Под левой и правой часовнями соответственно находились склепы их фундаторов – магнатских семей Глебовичей и Завишей. Центральный неф перекрывался цилиндрическим сводом, боковые – крестовыми. Интерьер украшали – и в этом доминиканский костел превосходил все остальные католические храмы Минско-Могилевского архидиоцеза – целых 14 резных алтарей. К ним добавлялись 8 гербов инициаторов «копыткового сбора». На хорах стоял самый большой и красивый минский орган – на 24 голоса.

В 1840 году бывший доминиканский монастырь перестроили под католическую семинарию. При этом внутреннее пространство костела было разделено перекрытиями на 3 этажа, из которых нижние два занимали клирики, а на третьем размещалась часовня св. Тадеуша (апостола Фаддея). После закрытия

семинарии в 1869 году весь комплекс приспособили под казармы и офицерский клуб. Около 1907 года верх фронтона костела разобрали, а на его месте появилась деревянная пожарная вышка.

5 июля 1926 года комплекс бывшего доминиканского монастыря был объявлен памятником архитектуры, находящимся под охраной государства. В годы войны он серьёзно пострадал, в конце 1940-х гг. в костеле были выполнены работы по его первичной консервации. Однако в 1950 году руководство республики окончательно утвердило новый генплан Центральной (Октябрьской) площади, согласно которому в ее центре возводился монумент Сталину, а на месте бывшего монастыря разбивался сквер. Костел взорвали ночью.

В 1985 году на Октябрьской площади началось строительство Дворца Республики, а в 1986-м в северо-западной ее части археологи откопали хорошо сохранившиеся фундаменты костела св. Фомы. Его стены местами достигали трехметровой толщины, а в сторону комплекса бернардинских монастырей на пл. Свободы вел подземный ход. Теперь же эти фундаменты частично находятся под Дворцом Республики. Минск лишился, и, похоже, уже навсегда, одной из главных своих достопримечательностей [2].

Недалеко от города Могилева есть одна деревушка. Находится она в 11 километрах от города. Сама деревня очень старая и упоминается еще в XV–XVI веках, именно в ней находится костел доминиканцев, построенный в честь святого Антония в 1681 году. Костел и по сей день возвышается над деревней и стоит на холме. К сожалению, он полностью заброшен...

Костел был основан на деньги Константина Паца, хорунжия Великого Княжества Литовского. Первый костел был деревянным. В XVIII веке на деньги от пожертвований других хорунжих была произведена реконструкция костела в кирпичное здание. Осветили новый костел в 1780 году в честь святого Антония. Костел действовал до 1863 года, после был закрыт и заново открыт в 1872 году. Но уже не костел, а православная церковь в честь святого Николая размещалась тут.

Здание костела выполнено в стиле «барокко». Имеет трехбашенный фасад, высота башен 16–18 метров. Сам костел напоминает вытянутый прямоугольник, внутри в храме нет столбов, и создается необычайная воздушность. На крыше – три башенки с куполами, перед костелом – парадный дворик. По бокам от входа находятся арочные примыкающие постройки, они как бы придают устойчивость костелу, сзади массивный щит – пристройка. Такого плана костелов нет больше нигде в Беларуси. Внутри храмового строения сохранились барочные колонны у алтаря, часть лепнины, хоры, лестницы и рисунки. Правда, их практически не видно. Имеется так же вход в подвал, но далеко не пройти – он завален. В здании много арок и колонн, толщина кладки в некоторых местах до полутора метров.

Костел-церковь действовала до 1960 года. В начале 90-х годов были выделены средства на реконструкцию, но они куда-то ушли. О грандиозных планах

реконструкции теперь напоминают только обвалившиеся леса... Увы, будущее костела печально. В крыше уже есть дыры, один купол почти упал, на фасадах трещины. Внутри гуляет ветер – и становится так печально от того, что такое красивейшее архитектурное творение скоро просто обрушится [3].

Кроме того, что многие принадлежащие доминиканцам постройки были заброшены или вовсе разрушены, в 1830–60-е гг. монастыри доминиканцев в Беларуси были закрыты властями Российской Империи, аннексировавшей Великое княжество Литовское. Жилые строения были приспособлены под казармы, госпитали и т. д. Костелы стали парафиальными или были переданы православной церкви.

Возможно, именно такое отношение в прошлом обусловило безразличие современного общества к культурному наследию доминиканцев, оставленному на территории нашей страны. Мировая известность этого монашеского ордена и история его деятельности на территории Беларуси может стать туристическим интересом при условии частичного восстановления храмовых строений доминиканцев и разработки маршрутов познавательных туров.

1. Сборовский мир. Доминиканцы. [Электронный ресурс] Rodina.by. – Режим доступа: <http://rodina.by/?p=3743>. – Дата доступа: 29.03.2012.

2. Костёл святого Фомы (Тамаша) Аквинского и монастырь доминиканцев в Минске. [Электронный ресурс] LiVEJOURNAL. – Режим доступа: <http://darriuss.livejournal.com/271274.html>. – Дата доступа: 29.03.2012.

3. Доминиканский костел в честь святого Антония (Беларусь, Могилевская область). [Электронный ресурс]. Отзовик – Режим доступа: http://otzovik.com/review_119071.html. – Дата доступа: 29.03.2012.

ПЕШЕХОДНАЯ ТУРИСТИЧЕСКАЯ ЭКСКУРСИЯ ПО РАКОВУ

Янушкевич М.В., 1-й курс

Научный руководитель – М.А. Нагорный, канд. геол.-минерал. наук, доцент
Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры, Республика Беларусь

Начнем нашу экскурсию. Из Минска поедem в Раков. Первые упоминания о поселении на месте современного Ракова относятся к XIV веку. В 1686 году был основан доминиканский католический монастырь, в 1702 году – базилианский. Город находится примерно в 35 километрах от Минска на шоссе Минск – Вильнюс (экзотики ради покажем его местоположение на карте 1896 года). Первое упоминание в летописях датируется 1465 годом, с 1579 года населенный пункт получил статус местечка. С течением времени Раков переходил

от одного магнатского рода к другому. Веками жили здесь люди разных национальностей и вероисповеданий.

Много интересного в его истории. Писатели (а в гости к ним приезжала Элиза Ожешко), ученые (и сюда слависту Марьяну Здзеховскому написал несколько писем Лев Толстой), художники... А в тридцатые годы Раков был даже своеобразной столицей белорусских контрабандистов, о чем писал человек интереснейшей судьбы Сергей Песецкий.

Раковское шоссе, появившееся на месте старого тракта, – само по себе исторический памятник. Мало того, что оно проходит мимо самых высоких точек Беларуси – гор Дзержинской и Маяк, по водоразделу европейского уровня, связывающего бассейны Балтийского и Черного морей: оно имело и важнейшее политическое значение – когда-то возле небольшой речки Манюнька проходила граница СССР и Польши.

Итак, начнем экскурсию. Раковская православная святыня – это надкладная часовня. Раков – одно из шести мест в Беларуси, которые посетила Святая Дева Мария. В подтверждение тому есть история о чудесном прозрении слепого старика почти двести лет назад. Тому было дано услышать во сне голос Святой Девы, который приказал ему идти на восток, остановиться возле большого дерева и перекопать немного земли. Повиновался он. И забил в том месте – на окраине Ракова – родник. Омыл старец свое лицо – и прозрел. И первое, что он увидел, была икона Пресвятой Богородицы, от облика которой исходил небесный свет. На том месте установили деревянную часовню. Сделанный химический анализ открыл тайну святой водицы – в ней оказалось невероятное количество ионов серебра.

Двигаемся дальше. Костел во имя святой Анны (1830 год) возведен на католическом кладбище. Установленный возле него крест уникален: такая табличка была бы абсолютно невозможна в советские времена: «Солдатам К.О.Р.Столпецко-Налибокского батальона А.К. (1934–1944).родственники». А.К. – это «Армия Крайова», которая, хоть и сражалась с гитлеровцами, но как союзник советской властью не воспринималась.

Следующая достопримечательность – Православная церковь Преображения Господня была построена в 1793 году (в некоторых источниках начало строительства относится к тридцатым годам того же столетия) как униатская, а в XIX веке по известным причинам «перешла» в другую конфессию.

Небольшая на фоне основного здания надвратная колокольня сооружена много позже храма – в 1887 году, в память об отмене крепостного права.

Немного познавательного туризма.

В Ракове работают три музея: краеведческий в школе, полиэтнической культуры в доме известного белорусского литературоведа зав. кафедрой минского педагогического университета (он же – редактор-издатель газеты «Ракаўскі шлях») В. Рагойши и художественный, принадлежащий семье Янушкевичей –

отцу и пятерым его сыновьям, отмеченным недюжинными творческими способностями.

Музей Феликса Янушкевича – художника, реставратора, президента Белорусской Академии изобразительных искусств, академика. Коллекция вышивок и коллекция бытовых предметов, у которой есть своя удивительная история. Дело в том, что там, где теперь стоит музей, до 1942 года жил пекарь Ёсель Красносельский. Семья погибла в Раковском гетто. Но весь свой скорб они положили в медные бочки и закопали. При строительстве дома Янушкевичи нашли эти бочки, и теперь домашняя утварь предвоенной поры дополняет экспозицию музея.

Экспозиция музея полиэтнической культуры Раковщины, который основал доктор филологических наук, профессор БГУ Вячеслав Рагойша в собственном доме, является уникальной. Музей небольшой – занимает одну комнату. Основной упор в построении экспозиции сделан на вклад Ракова и Раковщины в художественную литературу и филологическую науку, театральное и киноискусство. Перед самым рождением белорусского песняра Янки Купалы в Ракове жили его родители. Имена, так или иначе связанные с Раковым, – Винцент Дунин-Марцинкевич, Александр Бестужев-Марлинский, Сергей Песецкий, Элиза Ожешко, композитор Михал Грушвицкий и многие другие. По инициативе основателя этого удивительного музея на Раковщине раз в два года проходят литературные чтения.

Идем дальше. В девятнадцатом веке (да и в первой половине двадцатого) Раков, как и многие другие белорусские местечки, был скорее еврейским, нежели белорусским или польским. Здешние ремесленники производили известную по всей округе керамику, кто-то занимался торговлей.

Продолжаем экскурсию. Костел Святого Розария Пресвятой Девы Марии (построен в 1906 году). Костел является архитектурной и смысловой доминантой Ракова, определяет силуэт и структуру этого местечка. Здание построено из желтого кирпича в стиле неоготики. Несмотря на полное соответствие этому архитектурному стилю – и контрфорсы, которые окружают костел, и окно «роза», и стрельчатые окна, и основной портал – он производит гораздо более основательное впечатление, чем требуют законы жанра. Пожалуй, архитекторы и строители учли особенности местной жизни, основательность всего уклада, характеры местечковых жителей, вот и получилась этакая сугубо раковская готика. В костельную ограду вмурован камень с таинственными знаками. Одни утверждают, что это рунические письмена, другие – что это обыкновенная мистификация. Камень находится в южной части ограды, около деревянного здания конца XVIII века. Вокруг множество домиков, но как-то получается, что они незаметны на фоне храма. На площади перед костелом несколько памятных знаков. Крест на основании, выполненном под ствол дерева. Крест в память Святых Миссий – общих молитв, в том числе экуменических, прошедших в Ракове в мае 2006 года. И памятник Иоанну-Павлу II.

Движемся к озеру и видим здание протестантской конфессии. О нем известно только то, что оно построено после 1990 года. В низине у реки на въезде в поселок протестанты построили молитвенный дом. Верующие ХЕВ (церковь христиан веры евангельской официально существует в Беларуси с 1992 г., раньше назывались «пятидесятники») через газету «Ракаўскі шлях» называют своими предшественниками Франциска Скорину как вольнодумца, автора неканонизированного перевода Библии, а также Сымона Будного и Василя Тяпинского, которые в XVI в. эту Библию издавали.

Садимся в автобус, едем и видим замчища. Точнее, это древнее укрепление сейчас называется городище «Валы». А в XVI веке здесь стоял феодальный замок. Он упоминается на карте Великого княжества Литовского, которая была составлена Томашем Маковским в 1613 году.

Едем дальше по дороге и видим единственный в Минской области, охраняемый государством с 1988 г. памятник природы: ледниковый конгломерат и песчаник. На вид – это глыба, похожая на обрубленное старое дерево. Находится у самого шоссе Минск – Воложин с правой его стороны. А нашли его случайно во время строительства шоссе.

На этом наша экскурсия подходит к концу, и мы возвращаемся в Минск.

СОДЕРЖАНИЕ

Абраменко А.А. Дворцово-парковые ансамбли как основа культурно-познавательного туризма.....	3
Абраменко А.А. Оценка аттрактивности зеленых насаждений.....	6
Абрамчук А.В. Управление конфликтами на предприятиях питания индустрии туризма и гостеприимства.....	9
Акулова Е.Ю. Комплексное развитие большого Сочи.....	11
Алейнікава А.Р. Турыстычны патэнцыял Свяцка Валоўічаў.....	14
Андросов В.Ю. Место и роль событийного туризма в социально-экономической стратегии Республики Беларусь.....	17
Антановіч А.С. Беларуская традыцыйная кухня ў развіцці турызму на Беларусі.....	19
Бабич А.А. Памятники природы Могилевской области как объекты культурно-познавательного туризма.....	22
Баран В.В., Юцкевич О.Г. Здоровый взгляд на отдых.....	24
Бартош А.Г. Сакральное деревянное зодчество Брестчины – основа создания регионального туристского продукта.....	26
Бегер К.В. Брэст за межамі агляднай экскурсіі.....	28
Бекиш А.В. Анимационная деятельность в туризме: к постановке проблемы.....	30
Болотова В.В. Значимость маркетинговых коммуникаций в сфере туризма Республики Беларусь.....	34
Борисенко М.А. Профессионально важные качества менеджеров туристической индустрии	36

Буко В.С. Меловые карьеры как объект туризма	38
Булатый П.Ю. Развитие событийного туризма в Республике Беларусь: «Святкаванне вялікдня»	41
Бусел Е.И. Проблемы авиаперевозок и пути их решения	45
Валько Д.А. Дворцово-парковые комплексы Беларуси как перспективные объекты туристических маршрутов	48
Васькович Д.А. По следам белорусского масонства	50
Вороник С.А. Перспективные направления развития туристической индустрии слонимской культурно-туристской зоны	53
Гавдур А.А. К вопросу о возможности использования компьютерной программы «Outdoor Food Ration Calculator» для подготовки инструкторов по туризму в вузе.....	56
Гаврилович-Шмидт Е.С. Система управления персоналом на предприятиях сферы туризма	60
Глаголева В. Развитие клубного фан-туризма в Беларуси.....	64
Глинская В.Г., Безручко В.А., Радкевич Е.О. Изучение и анализ создания туристическо-оздоровительного учреждения «Соснячок».....	66
Грамыка А.В. Турыстычны патэнцыял дома-музея Адама Міцкевіча ў Навагрудку	68
Грицкевич А.С. Деловая этика туристического предприятия	71
Груца В. Краснобережская усадьба как объект культурно-познавательного туризма	74
Дагестани Пишгам Историко-культурное наследие Республики Иран.....	77
Дашкевіч А.А. Тадэвуш Рэйтан – нацыянальны герой, міф, легенда	78

Демидович Д.А. Индустриальный туризм как одно из перспективных туристических направлений.....	82
Дудаль А.В. Перспективы развития военно-приключенческого туризма на основе реконструкции.....	85
Дюсенова Н.Б. Перспективы инноваций в туристическом бизнесе Беларуси.....	88
Егорченко О.М. Экскурсионный маршрут «Пешая прогулка по советской площади Могилева».....	91
Ефимович А.В. Совершенствование сервиса ресторанного предприятия (на примере ООО «Плюс»).....	94
Жихарев Н.Е. Перспективы развития информационных технологий в туризме.....	95
Жукова Н.В. Региональное развитие туризма на примере Мозырщины.....	97
Загорская Т.М. Организация и условия развития агротуризма (на примере агроусадьбы «Стары млын»).....	101
Зайцева Ю.В. Разработка маршрута краеведческого похода с учащимися по территории Рогачевского района Гомельской области.....	103
Иванова А.Г. По местам жизни знаменитых людей – выходцев из Могилева.....	106
Киреева Н.А. Организация маркетинговой деятельности на предприятиях сферы туризма и гостеприимства Республики Беларусь.....	109
Киселев А. Автостоп как популярный вид молодежного туризма.....	111
Клевжиц Т. В. Пути совершенствования функций менеджмента на туристическом предприятии «Бонус трэвел».....	114
Ковалев Т.Т. Геокэшинг и урбантрип как альтернативные виды туризма.....	118

Колтаченко А.И. Особенности и перспективы развития образовательного туризма	121
Кононович К.Н., Игнатович В.Н., Седлер А.А. Отдых – это здорово	124
Королёва Е.А. Агротуризм как одно из перспективных направлений развития туризма в Республике Беларусь	127
Королева Ю.Н. Формирование имиджа туристического предприятия.....	130
Котова К.А., Колтунова Н.В., Гречихина К.А. Планирование и организация работы туристическо-оздоровительного комплекса	133
Коцюра А.В. Условия повышения конкурентоспособности туристической фирмы.....	135
Крук С.И. Особенности осуществления экологического туризма на основе исторических объектов Беларуси	137
Кушнерчук К.В. Конфликты на туристических предприятиях: типология, методы управления.....	140
Лазаревич А. Исследование проблем и перспектив развития туризма в Республике Беларусь.....	143
Лапковская М.А. Современное состояние и перспективы маркетинга дестинаций в Республике Беларусь на примере Гродненской области	145
Ласковец В.А. Перспективы развития пешеходных зон в рамках городского туризма (на примере города Минска)	148
Леоненко А.Н. Архитектурные памятники Могилева как туристический потенциал	152
Максимов К.В., Неманков А.И., Засадыч Е.В. Процесс и этапы разработки лечебно-оздоровительного учреждения «Райский уголок»	154
Максимчик И.А. Туристический потенциал Беларуси и Финляндии: перспективы и возможности сотрудничества	157

Масалёва Т.А. Экскурсійны маршрут «Помнікі грэка-каталіцкай царквы ў заходнім рэгіёне Беларусі (Брэст – Ружаны – Альберцін – Жыровічы)» у кантэксце рэлігійнага турызму	161
Мисевец Ю.В. Стимулирование и мотивация персонала предприятий сферы туризма и гостеприимства	163
Михеева Е.А. Маршруты ностальгических туров по Беларуси	166
Онипко А.В. Роль делового общения в сфере туризма.....	169
Орловская А.А. Особенности осуществления театрального туризма	171
Павлюк В.А. Сценарий мистического тура в усадьбу Святополк-Четвертинских.....	174
Павлюченко Л.И. Памятники архитектуры XIII–XVIII вв. в Беларуси и их использование как туристических объектов	177
Пархимович П.А. Совершенствование культуры обслуживания гостей в кафе «Традиция».....	179
Пашковская Е.А. Граффити как вид изобразительного искусства и объект событийного туризма.....	182
Пашук М.П. Программа семейного туризма в природном комплексе «Голубые озера»	186
Петровский А.А. Модели музыкальных фестивалей в рамках событийного туризма.....	190
Пінчук С.В., Місюк А.В. Культывае дойдства Шчучынскай зямлі як турыстычны рэсурс пры арганізацыі культурна-пазнавальных тураў	193
Полупанова Н.В. Разработка технологий по оказанию оздоровительных услуг (на примере дроз «Ждановичи»).....	195
Поляков А.Ю. Способы удешевления наружной рекламы туристической организации	199

Порошкова О.А. Дизайн-проектирование СП ЗАО «Парк активного отдыха «Якутские горы»»	201
Пунтик С.Л. Основные направления развития въездного туризма в Республике Беларусь: проблемы и перспективы	203
Райко Н.К. Нематериальное культурное наследие Беларуси в контексте туристической деятельности	205
Рудько И.А. Нестандартные виды туризма: сталкинг	208
Рутковский Е.А. Маршрут экологически-археологического туризма «Хрупкая Беларусь».....	210
Савостеева Е.В. Оценка психического и функционального состояния участников учебно-спортивного лыжного похода	212
Самаль А.А. Развитие иппотерапии как вида туризма	216
Саутин Ф.Ф. Организация детского православно-ориентированного лагеря на территории выгонощанского заказника	218
Свіркоў М.В. Семь цудаў Асіповіччыны.....	221
Синева С.С. Информационное обеспечение экскурсий (на примере города Рязани)	224
Синева С.С. Основные понятия и концепции экскурсоведения	228
Степанова В.М. Развитие фототуризма в Беларуси.....	231
Стригельская А.А. Слущкие пояса как предмет этнического туризма	235
Тарнапович В.Л. Пути повышения качества туристического продукта.....	238
Тиханкова Е.А., Рудченко А.А., Выучейский В.В. Проект дома отдыха «Пинская шляхта»	242

Тихонова В.А. Инновационное направление в развитии туризма на примере Калвер Сити.....	245
Тихонова В.А. Перспективы развития игрового туризма в Беларуси	247
Толордава О.Р. Детский тематический парк как объект туризма	250
Турлыко М.Н. Развитие игорного бизнеса в Республике Беларусь.....	253
Ус В.А. Развитие международного туризма в Республике Беларусь	255
Філіпчык Д.У. Магчымасці і перспектывы развіцця рэлігійнага турызма ў Беларусі на прыкладзе пешых пілігрымак у будслаў.....	259
Худницкая Е.В. Виртуальный музей как средство продвижения туристического продукта	261
Черникович А.А. Физическая рекреация в санаторно-курортных учреждениях.....	264
Шарлан А.Л. Планирование и организация туристическо-оздоровительного комплекса.....	266
Шеремет А.В. Топ-20 туристических объектов Беларуси.....	269
Шеремет Е.С. Особенности продвижения турпродукта методом личной продажи (на примере ООО «Тысяча туров»).....	272
Шилин П.В. Проектирование специализированного рекреационно-познавательного туристского продукта с пешим походом в качестве основной услуги.....	276
Шмидт А.Ю. Проблемы и перспективы использования агроусадьбы как объекта агротуризма (на примере агроусадьбы «Панские пруды»).....	280
Шышко Н.В. Карнавалізацыя як сродак анімацыі ў этнічным турызме (на падставе твораў Яна Баршчэўскага)	283

Эрленбуш В.А.	
Отбор, адаптация и развитие персонала туристической организации (на примере ОДО «Нова тур»)	284
Юришина К.А.	
Условия эффективности работы начинающего менеджера туристического предприятия	288
Юркевич В.Н.	
Управление творческим потенциалом сотрудников турфирмы	292
Яконюк А.М.	
Наследие доминиканцев на территории Беларуси (потерянное и заброшенное)	295
Янушкевич М.В.	
Пешеходная туристическая экскурсия по Ракову	298

Научное издание

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ
И ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ**

**МАТЕРИАЛЫ III МЕЖДУНАРОДНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,**

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

Минск, 20 апреля 2012 г.

Главный редактор *Т. Д. Полякова*
Компьютерная верстка *Т. Г. Данилевич*
Корректор *А. А. Лавровская*

Подписано в печать 12.11.2012. Формат 60 × 84¹/₁₆. Бумага офсетная.
Ризография. Усл. печ. л. 17,96. Уч.-изд. л. 16,85. Тираж 50 экз. Заказ 21.

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.