

МОЛОДЕЖЬ – НАУКЕ – VII. Актуальные проблемы туризма, спорта и бизнеса



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Сочинский государственный университет»

МОЛОДЕЖЬ-НАУКЕ – VII.
Актуальные проблемы туризма,
спорта и бизнеса

Материалы
Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов
и молодых ученых (20–22 апреля 2016 г.)

Сочи □ РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ» □ 2016

УДК 33 + 37 + 796
ББК 65.43 + 74 + 75
С - 56

Печатается по решению
ученого совета факультета
туризма, сервиса и спорта
Сочинского государственного университета
(протокол №4 от 30.12.2015 г.)

Ответственный за выпуск:
к.п.н., доц. К.Г. Томилин.

Молодежь – науке – VII. Актуальные проблемы туризма, спорта и бизнеса.
Материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, г. Сочи, 20–22 апреля 2016 г. / Отв. ред. к.п.н., доц. К.Г. Томилин.
– Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2016. – 294 с.

ISBN

В сборнике представлены материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых: «МОЛОДЕЖЬ-НАУКЕ – VII. Актуальные проблемы туризма, спорта и бизнеса», проходившей на факультете туризма, сервиса и спорта СГУ 20–22 апреля 2016 года.

Сборник включает тезисы докладов и статьи по следующим направлениям: теоретические и прикладные аспекты научного обеспечения туристской деятельности; развитие индустрии гостеприимства; исследования в области технического и транспортного сервиса; научно-методические проблемы физической культуры, спорта и адаптивной физической культуры.

Сборник предназначен для специалистов сферы туризма и рекреационной деятельности, работников индустрии гостеприимства, технического и транспортного сервиса, тренеров и школьных учителей в физической культуре и спорте, студентов, и просто любителей здорового образа жизни.

ISBN

УДК 33 + 37 + 796
ББК 65.43 + 74 + 75

© ФГБОУ ВО «СГУ», 2016
© Коллектив авторов, 2016
© Оформление РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2016

I. Теоретические и прикладные аспекты научного обеспечения туристской деятельности

1. Азарова В.С., Замаева Д.С., Кисилевич Т.И. (СГУ, г. Сочи) Туристская путевка как подарок: вопросы налогообложения	8
2. Доценко С.Ю., Зеленская О.А. (СГУ, г. Сочи) Формирование и продвижение культурно-познавательного туристического продукта на черноморском побережье России	10
3. Зарипова Д.Ф. (ИЭС УГНТУ, г. Уфа) Перспективные направления развития иностранного туризма в Республике Башкортоста	13
4. Зильбер К.Е., Кисилевич Т.И. (СГУ, г. Сочи) Особенности применения бланков строгой отчетности туристскими организациями	15
5. Ильяшенко М.В. (СГУ, г. Сочи) Перспективы создания историко-культурного театрализованного центра в г. Сочи в целях повышения аттрактивности туристской дестинации	18
6. Козлова В.А. (ОГУ имени И.С. Тургенева, г. Орёл) Анализ рыночного выбора потребителей туруслуг в городе Орле	22
7. Колбасов А.Ф. (ЦДО СГУ, МГТУ «МАМИ»), Сюткин А.И. (УК «Замок», г. Сочи) О статистической отчетности турагентов	24
8. Кондратьева Т.М. (СГУ, г. Сочи) Критерии определения мега-спортивных мероприятий	26
9. Коновалова А.А., Брюханова Г.Д. (СГУ, г. Сочи) Современные подходы к развитию индустрии СПА-услуг в Российской Федерации	28
10. Кравчуковская Ю.Ю., Зеленская О.А. (СГУ, г. Сочи) Совершенствование форм гостеприимства для туристов с ограниченными возможностями	30
11. Круглова М.С., Ветитнев А.М. (СГУ, г. Сочи) Взаимосвязь мотивационных теорий и практических аспектов управления волонтерской деятельностью	32
12. Куликова А.В., Сердюкова Н.К. (СГУ, г. Сочи) Анализ актуальных трендов развития информационных сервисов для туристов	36
13. Марокова Л.А. (СГУ, г. Сочи) Возможности ГИС-технологий для управления туристскими дестинациями	39
14. Павлюченко А.В. (СГУ, г. Сочи) Готовность к управлению качеством образования обучающихся вузов	42
15. Петрова Е.С., Тельнова Т.П. (БашГУ, г. Уфа) Особенности национального парка Олимпос – Бейдаглары, Турция	45
16. Сердюков С.Д., Сердюков Д.А. (СГУ, г. Сочи) Внедрение инновационных решений как фактор повышения конкурентоспособности туристского предприятия	48
17. Сокольникова В.Н., Брюханова Г.Д. (СГУ, г. Сочи) Санаторно-курортные технологии для лиц, проживающих в депрессивном экологическом регионе – Республике Бурятия	51
18. Федорова Е.С., Хачемизова Е.Н. (СГУ, г. Сочи) Анализ и оценка финансовых результатов АО «Сочинского морского торгового порта»	55
19. Хайретдинова О.А. (ИЭС УГНТУ, г. Уфа) Предпринимательская активность вузов в туризме и гостеприимстве: проблемы и перспективы	57
20. Хрипушина И.А. (СГУ, г. Сочи) Акции как метод стимулирования продаж в санаторно-курортных организациях	60
21. Чкалова О.В., Рябова О.В. (НГУ им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород) Проблемы и перспективы привлекательности Нижегородского региона для развития туризма	62

Школа «Молодого исследователя»

22. Ахмерова В.А., Сердюков Д.А. (СГУ, г. Сочи) Анализ современных тенденций продвижения туристского продукта	66
23. Бахмач М.Р., Кисилевич Т.И. (СГУ, г. Сочи) Представительские расходы туроператоров: вопросы учета и налогообложения	69
24. Бобрышева Е.С., Кулезнев В.Н., Савинкова В.С. (ЮЗГУ, г. Курск) Перспективы внутреннего и въездного туризма на курортах Крыма и Краснодарского края	72
25. Варганиян Р.С., Сердюкова Н.К. (СГУ, г. Сочи) Анализ привлекательности культурно-познавательного туризма	75
26. Горетова И.Г., Ефимчук А.И. (СГУ, г. Сочи) Лечебно-оздоровительный и медицинский туризм в городе Сочи	79
27. Колмыкова А.С., Борисова Т.Г. (СГУ, г. Сочи) Особенности финансирования и налогообложения детских оздоровительных лагерей	83
28. Кундакчян В.А. (СГУ, г. Сочи) Некоторые направления расширения возможностей лечебного туризма в Сочи	86
29. Курджиева Э.И., Сердюкова Н.К. (СГУ, г. Сочи) Развитие и популяризация религиозного туризма в мире и в России	90
30. Левченко Е.Д. (СГУ, г. Сочи) Оценка уровня брендинга санаториев курорта Сочи	93
31. Манукян А.М., Хачемизова Е.Н. (СГУ, г. Сочи) Вопросы налогообложения риэлторских услуг в туризме	97
32. Пахомова Д.А., Попова М.В. (РГЭУ (РИНХ), г. Ростов-на-Дону) Туризм как одна из форм кросс-культурных коммуникаций	100
33. Подус В.А., Айрапетян В.А. (СГУ, г. Сочи) Развитие безбарьерного туризма в городе Сочи для людей с ограниченными физическими возможностями	102
34. Томаева Т.А., Дамбегова А.А., Свитенко А.В., Штомпель Л. В. (СГУ, г. Сочи) Перспективы развития туризма в 2016 году	106
35. Тоноян Г.А., Столярова И.Ю. (СГУ, г. Сочи) Факторы развития детского оздоровительного туризма	110
36. Чеботарь Н.К., Кисилевич Т.И. (СГУ, г. Сочи) Документальное оформление рекламных расходов в туризме	114
37. Шевченко Т.Д., Брюханова Г.Д. (СГУ, г. Сочи) Перспективы развития туризма в Республике Адыгея	116

II. Развитие индустрии гостеприимства;

Питание в обеспечении здорового образа жизни

38. Аведисьян Л.Г., Сивкова С.В. (СГУ, г. Сочи) Порядок и критерии оценки финансового положения заемщика на примере санаторно-курортной организации	120
39. Белушенко В.С., Дьяконова М.А., Юрченко А.А. (КГУФКСТ, г. Краснодар) Развитие регионального туризма в Каневском районе Краснодарского края на основе природно-рекреационного потенциала	123
40. Будагова А.К., Штомпель Л.В. (СГУ, г. Сочи) Практическая польза участия в Международных программах включенного обучения для студентов, обучающихся по направлению подготовки «Гостиничное дело»	125
41. Веселова Ю.А., Айрапетян В.Г. (СГУ, г. Сочи) Межсезонная привлекательность горного кластера как основа его эффективного использования (на примере г. Сочи)	126
42. Выжлова А.В., Жаркова В.Л. (ТИГ, г. Тула) Перспективы развития туризма в городе Серпухов	128

43. Горетова И.Г., Ефимчук А.И. (СГУ, г. Сочи) Экологические аспекты ведения гостиничной деятельности	130
44. Дамбегова А.А., Глушенков А.В. (СГУ, г. Сочи) Ресторанный бизнес в условиях мирового финансового кризиса	133
45. Дьяконова М.А., Юрченко А.А. (КГУФКСиТ, г. Краснодар) Направление развития гастрономического туризма в России в 2015-2016 годах	135
46. Евсина А.А., Позняковский В.М. (СГУ, г. Сочи) Важнейшие продовольственные проблемы в мире и пути их решения	138
47. Епанешникова О.В., Ковбасюк А.В. (СГУ, г. Сочи) Биологически активные добавки и их значение в питании современного человека	141
48. Епанешникова О.В., Черняева И.И. (СГУ, г. Сочи) Системы питания и их критический анализ	143
49. Ефремова М.В., Цветкова И.Ю. (НГУ им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород) Особенности корпоративной культуры в гостиничных предприятиях	145
50. Золовкина К.А., Сивкова С.В. (СГУ, г. Сочи) Налогообложение санаторно-курортных путевок для сотрудников	148
51. Каменская Л.А., Каменская Л.М. (СГУ, г. Сочи) Современные тенденции в формировании структуры питания населения России для обеспечения здорового образа жизни	151
52. Каменская Л.А., Каменская Л.М. (СГУ, г. Сочи) Качество жизни зависит от питания	155
53. Ковбасюк А.В., Евсина А.А. (СГУ, г. Сочи) Программа «Тайный покупатель» как инструмент диагностики качества обслуживания в сфере гостиничного бизнеса	159
54. Коновалова А.А., Брюханова Г.Д. (СГУ, г. Сочи) Современные подходы к развитию индустрии СПА-услуг в Российской Федерации	163
55. Кравчук Т.А., Гудков О.В. (СибГУФК, г. Омск) Продвижение услуг спортивно-оздоровительного комплекса «Экстрим парк СибГУФК» средствами рекламы	164
56. Корягина Е.В., Сивцева Ю.Б. (СГУ, г. Сочи) Сравнительный анализ санаторно-курортного потенциала города-курорта Сочи с европейскими аналогами	168
57. Легостаева Т.Н., Кондакова Г.И. (ОГУ им. И.С. Тургенева, г. Орел) Роль питания в туризме	173
58. Машина Г.В., Брюханова Г.Д. (СГУ, г. Сочи) Ресурсное обеспечение региона Кавказских Минеральных Вод, проблемы и пути их решения	175
59. Морозова Е.А., Ветитнев А.М. (СГУ, г. Сочи) Анализ ценовой стратегии гостиничных и санаторно-курортных предприятий города Сочи в 2016 году	178
60. Овчинникова О.В., Старковская Е.А. (ВятГУ, г. Киров) Сельские гостевые дома как фактор развития индустрии гостеприимства в Кировской области	183
61. Огнева Н.В., Эмексузян А.К., Штомпель Л.В. (СГУ, г. Сочи) Событийный туризм как метод корректировки сезонных колебаний в индустрии гостеприимства	185
62. Позняковский В.М., Челнокова С.К. (СГУ, г. Сочи) Основы рационального питания	188
63. Прудникова С.Ю., Чурякова Л.В. (СГУ, г. Сочи) Тенденции развития международных и национальных гостиничных сетей в России	190
64. Слаква О.А., Корягина Е.В. (СГУ, г. Сочи) Влияние геополитической ситуации в мире на развитие индустрии гостеприимства	191
65. Смышляева Д.А., Самсоненко Т.А. (КГУФКСиТ, г. Краснодар) Музейный потенциал как ресурс развития культурно-познавательного туризма в Краснодарском крае	194

66. Сычева А.А., Юрченко А.А. (КГУФКСиТ, г. Краснодар) Озеро Байкал как туристская дестинация	196
67. Фоменко М.В., Брюханова Г.Д. (СГУ, г. Сочи) Профилактика онкологических заболеваний – роль фактора питания	199
68. Черевач Е.О., Глушенков А.В. (СГУ, г. Сочи) Эволюция развития индустрии гостеприимства в городе Сочи	201
69. Штомпель Л.В. (СГУ, г. Сочи) Инвестиционный маркетинг территорий как инструмент воздействия на создание туристского кластера	203

III. Исследования в области технического и транспортного сервиса

70. Гречишкина О.А., Мальчикова С.В., Сидорова О.Ю., Кулезнев В.Н. (ЮЗГУ, г. Курск) Перспективы в строительстве и организации инфраструктуры для проведения Чемпионата Мира по футболу 2018 года	206
71. Керимов К.В., Брюханова Г.Д. (СГУ, г. Сочи) Обострение конкуренции в автомобильной промышленности: проблемы экологического характера и пути их решения	208
72. Сидорова В.В., Испанов А.Н., Госман Д.А. (ДонНМУ им. М. Горького г. Донецк, Украина) Методы превентивной медицины в отношении здоровья людей, выбравших автобусный вид туризма	213
73. Щербакова Ю.А., Приходько Л.Н. (СГУ, г. Сочи) Проблемы водоотведения Большого Сочи	217

IV. Научно-методические проблемы физической культуры, спорта и адаптивной физической культуры

74. Алтухова В.А., Кулезнев В.Н., Анфилова Е.Б., Золотарева А.Н. (ЮЗГУ, г. Курск) Принципы хранения и доступа к персональным данным обучающихся школ-интернатов спортивного профиля и спортивных школ олимпийского резерва	220
75. Булатова Я.И., Юров И.А. (СГУ, г. Сочи) Соотношение индивидуально-психологических характеристик и успешности спортсменов	223
76. Гилев Г.А., Клевлин А.Г., Сербиладзе М.А. (МПГУ, г. Москва) Повышение мощности спортивных движений	226
77. Ерешко Н.Е., Клименко С.В., Аванесов Э.М. (НОУ ВПО ПССИ, г. Подольск) Технология занятий инклюзивной физической рекреацией как форма внеклассных занятий	228
78. Кулезнев В.Н., Леухин П.И., Кононов А.С., Коршунов Е.Е. (ЮЗГУ, г. Курск) Программное обеспечение использования дозированных локальных отягощений в учебно-тренировочном процессе для оптимизации структуры соревновательных упражнений	231
79. Кулезнёв В.Н., Белых В.С. (ЮЗГУ, г. Курск) Корреляционный анализ при выявлении взаимосвязи антропометрических параметров и исследовании координационных способностей	233
80. Курасбедиани З.В., Кулезнёв В.Н., Пашкова А.С., Бурдастых Ю.Н., Вихарева А.В. (ЮЗГУ, г. Курск) Пути развития дзюдо в ВУЗе	235
81. Малеев Д.О. (ТюмГУ, г. Тюмень) Искусственная гипоксическая тренировка как средство повышения эффективности соревновательной деятельности	239
82. Мануйлов А.А., Кулезнев В.Н., Харланова В.Н. (ЮЗГУ, г. Курск) Влияние кризиса в банковской сфере на спонсирование отечественного спорта высших достижений	242
83. Медведкова М.С. (СГУ, г. Сочи) Способ экспресс-оценки функционального состояния и адаптивных возможностей сердца спортсменов-профессионалов	245

84. Муходанова Е.А., Томилин К.Г. (СГУ, г. Сочи) Влияние физической подготовленности детей 7-10 лет на успешность освоения базовой техники УШУ	247
85. Паранина А.Е., Юсупов Ш.Р. (КФУ, г. Казань) Роль рекламно-маркетинговых технологий на телевидении в формировании коммерческой привлекательности водных видов спорта в России	249
86. Поздеева А.С., Яковченко Т.А., Минникаева Н.В. (КемГУ, г. Кемерово) Проблемы мотивации к выбору будущей профессиональной деятельности	252
87. Потовская Е.С., Крупицкая О.Н., Дробышева С.А., Иноземцева Т.А., Воронов С.С. (ФФК, НИ ТГУ, г. Томск) Динамика показателей физической подготовленности у студентов, занимающихся игровыми видами спорта	254
88. Стоякина Т.В. (КГУФКСиТ, инструктор по ФК МАДОУ МО «Детский сад № 130», г. Краснодар) Использование нетрадиционных практик физического развития в процессе реализации вариативной части основной программы дошкольного образования	257
89. Твердохлеб Е.Ф. (НТУУ КПИ, г. Киев, Украина) Методы исследования психосоматических упражнений доисторических времен (трипольской культуры)	260
90. Юсупов Ш.Р. (КФУ, г. Казань) Специфика подготовки студентов бакалавров, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью», в рамках профиля «Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте»	262

V. «Пилотные исследования» в туризме, спорте и бизнесе

91. Данилова Ю.Е., Шевченко Д.Ю. (СГУ, г. Сочи) Развитие психомоторных способностей у девушек 16-17 лет, занимающихся спортивной акробатикой	266
92. Демидова А.И., Кулезнев В.Н. (ЮЗГУ, г. Курск) Проблема применения допинга в спортивной практике	268
93. Зайцев В.А., Круглова Ю.В. (РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Москва), Кулезнев В.Н., Болдырева У.А. (ЮЗГУ, г. Курск) Совокупность факторов, влияющих на состояние современного спорта	271
94. Зайцев В.А., (РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Москва), Кулезнев В.Н., Степанова М.Э. (ЮЗГУ, г. Курск) Факторы, определяющие методические особенности в выявлении индивидуального уровня физической работоспособности	274
95. Касаткина М.А., Шевченко Д.Ю. (СГУ, г. Сочи) Учет моторной асимметрии при обучении плаванию в группах начальной подготовки	276
96. Кольцова Е.С., Кулезнев В.Н., Зацепин В.И., Пчелинцева А.А. (ЮЗГУ, г. Курск) Ритмическая гимнастика в учебно-тренировочном процессе девушек-дзюдоисток, студенток ВУЗа	278
97. Комолкин А.Ю. (СГУ, г. Сочи) Оценка эффективности физической реабилитации пловцов-ветеранов в переходный период	280
98. Круглова Ю.В. (РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Москва), Кулезнев В.Н., Реутова Ю.И., Латкина А.О. (ЮЗГУ, г. Курск) Состояние финансово-экономических отношений в условиях текущего кризиса в преддверии ЧМ по футболу	282
99. Максимов А.А. (СГУ, г. Сочи) Перспективы использования отработанного масла	285
100. Нестеренко А.Г., Соловьёва Е.В. (СГПИ филиал в г. Ессентуки) Методика проведения занятий по корригирующей гимнастике при нарушениях осанки	288
101. Итоги работы Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Молодежь – науке – VII. Актуальные проблемы туризма, спорта и бизнеса»	291

I. Теоретические и прикладные аспекты научного обеспечения туристской деятельности

УДК: 657.6

Азарова В.С. – магистрант (*kysya111@yandex.ru*); Замаева Д.С. – бакалавр; Кисилевич Т.И. – профессор (*audit@iai-audit.ru*), СГУ, г. Сочи, Россия

Туристская путевка как подарок: вопросы налогообложения

Аннотация. Статья посвящена вопросам учета туристских путевок, как подарка сотруднику. Изучены особенности бухгалтерского и налогового учета при подарке туристской путевки сотруднику организации. Рассмотрены особенности и спорные вопросы налогообложения.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, туристская путевка, налог на прибыль, налог на доходы физических лиц, страховые взносы, оплата труда.

Azarova V.S. – undergraduate (kysya111@yandex.ru); Zamaeva D.S. – undergraduate; Kisilevich T.I. – professor (audit@iai-audit.ru), SSU, Sochi, Russia

Travel package as a gift: questions of taxation

Abstract. This article is devoted to questions of accounting travel packages as a gift for employees. The features of accounting and taxation at a gift of travel package to an employees. Considered particular qualities and controversial issues of taxation.

Keywords: accounting, travel voucher, tax on profits, tax on personal income, premiums, salary.

Актуальность. В туристских организациях существует система поощрения работников собственными путевками, турами, путевками контрагентов. Вручение путевки можно оформить несколькими способами. Первый – как премию работнику в виде компенсации (оплаты) стоимости путевки. Второй – как подарок для него и членов его семьи. От выбранного способа будет зависеть порядок учета и обложения страховыми взносами. В данной статье мы рассмотрим вручение работнику туристской путевки в виде подарка.

Обсуждение результатов исследований. Вопрос отражения в бухгалтерском учете приобретения путевок для сотрудников организации рассмотрен многими авторами, все они едины в правилах отражения путевки на счетах бухгалтерского учета, если эта путевка выкуплена организацией и числится у нее по номиналу.

№	Дебет	Кредит	Хозяйственная операция
1	60	51	Оплата путевок
2	50-3	60	Приняты к учету
3	91	50-3	Списана в состав прочих расходов стоимость путевки

Так же бухгалтер может использовать забалансовый счет 012 «Нематериальные активы, приобретенные на правах пользования».

№	Дебет	Кредит	Хозяйственные операции
1	91	60	Отражены расходы на приобретение путевок
2	012		Приняты к забалансовому учету приобретенные путевки
3	60	51	Оплачены путевки
4		012	Списаны с забалансового учета путевки, переданные работникам

Важным пунктом в данном вопросе является оформление подарка в бухгалтерском учете

[8]. Руководитель должен издать приказ о поощрении работника, так же следует указать в коллективном договоре, что организация планирует поощрять своих работников подарком в виде путевки. Для многих является спорным вопрос относительно начисления страховых взносов на стоимость путевки. В данном вопросе необходимо учесть, состоит ли получатель путевки в трудовых отношениях с организацией и как оформлено ее предоставление. Объектом обложения страховыми взносами признаются выплаты и иные вознаграждения, начисляемые в рамках трудовых отношений.

Таким образом, если лицо, для которого приобретена путевка, не работает в компании, то страховые взносы начислять не надо. Эксперт по трудовому праву А. Фролов советует выдавать подарки работникам по договору дарения, где должно быть указано, что подарок не входит в систему оплаты труда [7].

В таком случае не придется платить страховые взносы, так как переход права собственности не является объектом обложения взносами согласно п.3ст.7 Закона № 212-ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования» [3].

Мы так же придерживаемся данного мнения, так как в письме Минздравсоцразвития России от 27 февраля 2010 г. № 406-19 говорится, что когда передача путевки оформляется по договору дарения, то обязанности начислить взносы не возникает [5]. Здесь ключевым аспектом будет являться правильное оформление такого договора, так как присутствуют случаи, когда государственные органы, находя ошибки и недочеты в них, доказывали, что, не смотря на договор дарения, организация обязана была платить страховые взносы.

Например, «Двадцатый арбитражный апелляционный суд» в Постановлении от 14.01.2016 по делу N А09-9325/2015 сделал вывод, что спорные выплаты (подарки) являлись формой оплаты труда работников, зависели от трудового вклада работников, сложности, количества и качества выполняемой работы.

Еще одним немало важным вопросом, связанным с подарком в виде путевки, является налог на доходы физических лиц. Если работнику организация оплачивает туристическую путевку, то эти суммы, безусловно, должны облагаться налогом на доходы физических лиц, потому что полная или частичная оплата товаров (работ, услуг), в том числе отдыха, считается доходом работника, полученным в натуральной форме. Датой выплаты дохода считается день передачи путевки сотруднику фирмы.

Следует заметить, что предоставление путевки не будет считаться объектом обложения по налогу на доходы физических лиц в том случае, когда сотрудник направляется в организации, оказывающие санаторно-курортные и оздоровительные услуги. Но если санаторно-курортная или оздоровительная организация находится за пределами Российской Федерации, то компания должна будет уплатить налог на доходы физических лиц со стоимости путевки.

Немаловажное значение в вопросе обложения налога на доходы физических лиц стоимости путевок имеет источник покрытия затрат компании. Если путевка приобретается за счет средств работодателя, то налог на доходы физических лиц не нужно будет уплачивать только в случае, когда расходы фирмы на ее приобретение не отнесены в состав учитываемых при определении базы по налогу на прибыль.

В свою очередь с работников, которые трудятся у организаций со специальным режимом налогообложения, не будет удержан налог на доходы физических лиц. Это объясняется тем, что для таких работодателей есть небольшая, но существенная оговорка. Так, если путевка приобретена за счет средств, полученных от деятельности, облагаемой в рамках специальных налоговых режимов, при соблюдении прочих общих условий, ее стоимость освобождена от обложения налога на доходы физических лиц.

Напомним, что затраты на путевки для сотрудника и членов его семьи не включают в состав расходов при расчете налога на прибыль. Согласно ст. 270 НК РФ стоимость путевки должна быть компенсирована (оплачена) из средств, которые не включают в расчеты базы по налогу на прибыль или за счет средств, полученных от деятельности на спецрежиме

(если организация его применяет). При этом не имеет значения, предусмотрено ли предоставление путевок или денежная компенсация их стоимости в коллективных и трудовых договорах. По отношению к «упрощенцам» с объектом «доход минус расход» правила учета затрат по оплате путевок сотрудников совпадают с учетом тех, кто платит налог на прибыль.

Список литературы

1. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 05.04.2016).
2. «О бухгалтерском учете»: Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 04.11.2014).
3. «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования»: Федеральный закон от 24.07.2009 № 212-ФЗ (ред. от 29.12.2015).
4. «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению»: Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 N 94н (ред. от 08.11.2010).
5. Письмо Минздравсоцразвития России от 27 февраля 2010 г. № 406-19.
6. Требование: «О признании недействительным решения управления Пенсионного Фонда о привлечении к ответственности за нарушение законодательства о страховых взносах». Постановление «Двадцатого арбитражного апелляционного суда» от 14.01.2016 № 20АП-7345/2015 по делу № А09-9325/2015.
7. Сивкова, С.В. Налогообложение подарков для работников. Спорные вопросы / С.В. Сивкова, Д.Т. Чедия // Информационное обеспечение эффективного управления деятельностью экономических субъектов: Сборник материалов VI Международной научной конференции. – М.: 2016. – С. 42–47.
8. Фролов, А. Подарки отражаем в учете / А. Фролов // Практическая бухгалтерия. – 2016. – №2.

УДК: 379

Доценко С.Ю. – магистрант (vika_svn@mail.ru); Зеленская О.А. – доцент, СГУ, г. Сочи, Россия (zelen-vikto@rambler.ru)

Формирование и продвижение культурно-познавательного туристического продукта на черноморском побережье России

Аннотация. В докладе рассматриваются институциональные предпосылки развития рынка культурно-познавательного туризма в Краснодарском крае и Крыму, а также возможность внедрения на данный рынок нового туристского продукта, как перспективного направления развития дестинации. Раскрывается способность к разработке стратегий развития туристской деятельности на региональном уровне.

Ключевые слова: культурно-познавательный туризм, продвижение

Docenko S.Yu. – undergraduate student (vika_svn@mail.ru); Zelenskaya O.A. – associate professor, (zelen-vikto@rambler.ru), SSU, Sochi, Russia

Promotion of cultural tourism product at the Black Sea coast

Abstract. This article is devoted to questions of creation and promotion of cultural tourism product at the Black Sea coast. Different approaches to the development of cultural tourism strategies have been proposed.

Keywords: cultural tourism, promotion, Black Sea coast

Актуальность. Проблема развития культурно-познавательного туризма Черноморского побережья России на сегодняшний день весьма актуальна. Одним из направлений развития

туризма по Федеральным программам и постановлениям Российской Федерации является туризм в регионах Черноморского побережья.

Цели и задачи: анализ рынка культурно-познавательного туризма по Краснодарскому краю и Крыму, и разработка нового туристского продукта, как перспектива развития дестинации и внутреннего туризма в целом.

Объектом исследования является культурно-познавательный туризм, как развитие курортов Черноморского побережья России, с целью привлечения новых туристских групп.

Предмет исследования – туристские ресурсы Черноморского побережья РФ, используемые при организации культурно-познавательного тура.

Результаты исследования:

- проведено исследование туристского рынка по данным опроса экспертов туризма;
- разработан тур по Черноморскому побережью;
- доказана рентабельность и экономическая эффективность разработанного комбинированного тура «Черноморское побережье России».

В системе туристской деятельности культурно-познавательный туризм занимает особое место, поскольку в наибольшей степени способствует развитию внутреннего мира человека, расширению кругозора, дает возможность знакомства с представителями разных культур, с национальным наследием народов [1].

Изучив туристский рынок, было выявлено, что экскурсионные туры предлагаются туроператорами лишь по Крыму [2]. Это говорит о том, что культурно-познавательный туризм на данный момент по Краснодарскому краю не развит, так как в Крыму. Правда, достижению лучших результатов Крыма пока мешает менее развитая инфраструктура курортов полуострова и его традиционная ориентация на санаторно-курортное обслуживание [3].

Присоединение к Российской Федерации Крыма ставит перед страной новые задачи по развитию туристической отрасли.

В начале 2014 года состоялась очередная сессия Законодательного Собрания Краснодарского края, на которой было принято постановление «О взаимодействии между Государственным Советом Республики Крым и Законодательным Собранием Краснодарского края в 2014 году». Теперь перед Республикой Крым и Краснодарским краем стоит одна общая задача – это развитие внутреннего туризма в Российской Федерации.

Минимальная стоимость авиа- и ж\д билетов на 1 человека очень важна. На данный момент самые высокие тарифы сравнимых перевозок в Республику Крым и Анапу. Но вопрос снижения стоимости перевозки в Крым продолжает прорабатываться российскими властями. Минтранс подготовил проект постановления правительства, который предлагает, в частности, освободить авиакомпании от уплаты налога на добавленную стоимость на перевозку в республику. Кроме того, маршруты из 15 городов РФ, согласно документу, будут субсидироваться.

На начальном этапе создания уникального комбинированного тура по Черноморском побережью, был проведен опрос 21 туроператора и 92 турагентств. Опрошенные турфирмы сосредоточены в крупных городах России, имеют различный потребительский спрос и популярность.

Исходя из полученных данных опроса было выявлено соотношение направлений туристских поездок. Данные опроса показали, что наиболее популярны маршруты за рубеж. Всего 28 % туристов приобретают туры по России. Это говорит о недостаточной заинтересованности и информированности туристов. Продвижение и финансирование внутреннего туризма должно быть на местном, региональном и федеральном уровне, тогда и спрос на внутренний туризм значительно вырастет.

Культурно-познавательный туризм на Черноморском побережье на данный момент развивается, но как дополнение к другим видам отдыха. Экскурсионные туры на Черноморском побережье.

Анкетирование экспертов показало, что большинство дало предпочтение экскурсиям, выступающим как дополнение к любому виду отдыха. И 10 % опрошенных турфирм считают,

что экскурсионные туры по Черноморском побережью интересны сами по себе. Для создания нового на рынке экскурсионного тура по Черноморскому побережью, необходимо знать заинтересованность в данном туристском продукте.

Опрос показал, что в 67 % туристских фирмах туристы всегда интересуются экскурсионным услугами при приобретении туров.

Важным вопросом является перспектива спроса: будет ли новый экскурсионный тур привлекателен для туристов. Привлекательность комбинированного тура по Черноморскому побережью не оставляет сомнения. Исследование показало, что 37 % турфирм уверены в привлекательности уникального комбинированного тура. 37 % опрошенных ответили: «Возможно». 23 % – считают, что привлекательность тура будет зависеть от маршрута и набора услуг. И всего 3-м% данное предложение показалось не интересным.

Комбинированный тур будет включать в себя порядка 5 городов и множество туристических объектов. Для того, чтобы понять сколько дней туристы готовы провести на отдыхе, в анкету был включен вопрос о продолжительности тура по Черноморскому побережью РФ. При анализе ответов на вопрос: «Какая оптимальная продолжительность тура по Черноморскому побережью России?» – 44 % компаний считают, что продолжительность тура должна быть до 7 дней; 28 % – 7 дней; 16 % турфирм предполагают, что для комбинированного тура будет нужно 10 дней, а 12 % думают, что для тура, включающего в себя большое количество объектов показа и городов осмотра, будет необходимо 12 дней. Данные показатели будут учтены в создании уникального комбинированного тура по Черноморскому побережью России.

Не менее важный вопрос цены. В период кризиса и девальвации рубля, потребитель особо чутко воспринимает вопрос цены. В связи с этим экспертам был задан вопрос о том, сколько турист готов потратить на приобретение тура. Проведя исследование, было замечено, что около 61% туристов на экскурсионный тур 8 дней/ 7 ночей по Черноморскому побережью без учета перевозки на одного человека, потратят до 20 тысяч рублей. 20 % туристов будут искать в продукте соответствие цены и качества. 10 % потребителей будут готовы приобрести тур за 20–29 тысяч рублей. А 9 % – приобретут комбинированный тур за 30–35 тысяч рублей. При создании тура нужно учитывать, что, например, город Сочи курорт не из дешевых, и соответственно, тур, который будет включать в себя размещение в Олимпийской столице, будет выше в цене.

В создании тура одним из первоначальных и наиболее важных элементов, является выбор и построение маршрута. В связи с этим в анкету был включен вопрос о наиболее интересных городах Черноморского побережья с культурно-познавательной целью посещения.

Опрос экспертов показал, что наиболее интересными городами посещения для культурно-познавательного туризма будут Сочи, Севастополь, Ялта, Новороссийск, Керчь и Феодосия. С учетом вышеупомянутых фактов был разработан комбинированный экскурсионный туристический маршрут «Черноморское побережье России» 12 дней/ 11 ночей.

Города-остановки, входящие в маршрут: Симферополь, Севастополь, Ялта, Анапа и Сочи.

Продолжительность тура: 12 дней/ 11 ночей.

Базовая стоимость тура: от 31 958 рублей.

Базовая стоимость тура при 2-х местном размещении включает:

Стоимость тура представлена без авиаперелета. Возможно приобретение авиабилетов через турфирму. В описании программы тура представлен перелет Москва-Симферополь / Сочи-Москва. В этом случае потребуются доплата 8000 рублей.

Все переезды по маршруту на комфортабельном автобусе туркласса; за туристом закрепляется место в автобусе на весь маршрут

Проживание в проверенных отелях туркласса 2–3* по всему маршруту.

Питание: завтраки в отелях (ВВ) плюс обеды на маршруте.

Проводы в аэропорту «Домодедово» (Москва). Встреча группы в аэропорту Симферополя.

Опытный сопровождающий по маршруту в экскурсионные дни.

Экскурсионное обслуживание согласно программе. Нужно обратить внимание, что все экскурсии, билеты в музеи, услуги местных гидов входят в стоимость. Заезды каждую субботу с июня по сентябрь. Планируется набирать 1 группу 40 человек. Проведя подсчёты, было получено:

Базовая розничная цена комбинированного экскурсионного тура по Черноморскому побережью на июнь и сентябрь будет составлять 31958 рублей с человека, а на июль и август - 37407 рублей с человека.

Рентабельность реализованного тура «Черноморское побережье России» будет составлять 14,7 %, что дает представление о высокой доходности реализуемого туристского продукта и эффективности текущих затрат.

Выводы: Разработанный тур будет требоваться спросом, но для этого необходимо провести мероприятия по его продвижению. Так же, туристам будут интересны туры по Черноморскому побережью по более длинному маршруту, с заездом на территорию Абхазии как с большей, так и с меньшей продолжительностью.

Список литературы

1. Ветитнев, А.М. Развитие культурно-познавательного туризма на Черноморском побережье Российской Федерации: Монография /А.М. Ветитнев и др.: Под редакцией Г.М. Романовой, А.В. Ветитнева. – Сочи: РИЦ СГУ, 2016. – 349 с.
2. Ветитнев, А.М. Изучение интернет-продвижения услуг культурно-познавательного туризма Юга России / А.М. Ветитнев, Г.М. Романова, Н.К. Сердюкова, Д.А. Сердюков // Российское предпринимательство. – 2015. – Т. 16. – № 17. – С. 2899–2914.
3. Ветитнев, А.М. Некоторые подходы к оценке рынка санаторно-курортных услуг / А.М. Ветитнев // Практический маркетинг. – 2002. – № 11. – С. 8–15.

УДК: 379.852

Зарипова Д.Ф. – магистрант (dishka-@list.ru), ИЭС УГНТУ, г. Уфа, Россия

Перспективные направления развития иностранного туризма в Республике Башкортостан

Аннотация. В статье освещены основные направления развития въездного туризма, а также сдерживающие факторы расширения спроса на туристические предложения Республики Башкортостан. Особое внимание уделено сертификации услуг индустрии гостеприимства на соответствие стандартам проектов Halal Friendly и China Friendly.

Ключевые слова: экскурсия, иностранные туристы, проект Halal Friendly, проект China Friendly.

Zaripova D.F. – postgraduate (dishka-@list.ru), IES USPTU, Ufa, Russia

The perspective directions of foreign tourism development in the Republic of Bashkortostan

Annotation. The article considers the main directions of domestic tourism development and also the constraint factors of the expansion of demand for the tourist offers in the Republic of Bashkortostan. The special attention is given to the certifications of hospitality industry services to the standards of Halal Friendly and China Friendly projects.

Key words: excursion, foreign tourists, project Halal Friendly, project China Friendly.

Актуальность. В последние годы башкирская столица Уфа становится площадкой для проведения крупных мероприятий российского и международного масштабов. Летом 2015

года Уфа приняла два крупных саммита: ШОС и БРИКС. К этим событиям готовились тщательно – город получил благоустроенные места для отдыха, стал более удобным, более красивым, более приспособленным для проведения культурного досуга [1].

Было открыто 6 крупных гостиниц, в том числе предприятия гигантов гостиничного бизнеса Sheraton, Hilton Hotels & Resorts, Holiday Inn и др. Ситуация экономически выгодна для региона, вместе с тем она обязывает более тщательно подходить к организации обслуживания иностранных гостей, учитывая их познавательные, сервисные и пр. запросы.

Цель научной работы – поиск способов повышения качества организации туристско-экскурсионного обслуживания иностранных гостей. Для достижения цели необходимо решить ряд **задач**: изучить научную и научно-популярную литературу по теме; рассмотреть основные направления работы по повышению аттрактивности региона.

Методы исследования. Работа проведена с применением общенаучных методов исследования: анализа, синтеза, наблюдения.

Результаты исследования. Современная туристическая отрасль России «претерпевает значительные изменения в критериях своей деятельности» [2, с. 77]. Одним из динамично развивающихся направлений является въездной туризм. Учитывая восточный вектор развития делового и событийного туризма, Башкирия поддержала инициативу сертификации услуг индустрии гостеприимства на соответствие стандартам Halal Friendly и China Friendly.

Проект Halal Friendly ориентирован на исповедующих ислам гостей из стран Ближнего Востока, Средней и Юго-Восточной Азии. Стандарт «халяль» предполагает оборудование номеров местами и аксессуарами для чтения молитв, указателями направления на Мекку, отдельными сервисными помещениями для мужчин и женщин, соответствие униформы персонала и дизайна помещений правилам исламской этики. Первой из крупных гостиниц Уфы прошел сертификацию на эти стандарты AZIMUT Отель Уфа. Генеральный директор отеля Татьяна Попова объясняет это решение стремлением увеличить приток клиентов из стран исламского мира [3].

Проект China Friendly предложен российской туристической ассоциацией «Мир без границ» при поддержке Федерального агентства по туризму. Он ориентирован на гостей из Китая, составляющих основную процент туристов, посещающих Россию. Программа предполагает адаптацию мест размещения и питания под предпочтения китайских туристов. В частности, предусмотрена национальная кухня, навигация на китайском языке, возможность оплаты услуг картами китайской платежной системы China Union Pay.

Перечень сертифицированных на этот стандарт мест попадает в базу данных китайских операторов. По официальным данным, опубликованным на сайте программы, сертификацию уже прошли 35 объектов туристического рынка из разных городов России, прежде всего Москвы и Санкт-Петербурга [4].

Интерес к проекту China Friendly проявляет и Уфа, поддерживающая партнерские отношения с Китаем. Власти Башкирии намерены создать «комфортную среду» в формате China Friendly и развивать деловые и культурные связи с КНР. В частности, разрабатывается проект для учащихся Уфы и китайских городов-партнеров. В рамках программы школьники будут совершенствовать языковые навыки, изучать башкирскую и китайскую культуры [1].

Отметим, что есть и ряд проблем относительно продвижения иностранного туризма в республике. Таким препятствием является, в частности, отсутствие прямого авиасообщения между Уфой и многими странами. Например, нет прямых вылетов в КНР. Сегодня китайские туристы посещают Уфу в рамках комбинированных туров, обязательно охватывающих Москву или Санкт-Петербург [3].

Сдерживающим фактором является также дефицит экскурсоводов с языковой подготовкой и инновационных экскурсионных маршрутов, адаптированных к интересам азиатских туристов.

Целесообразно, ставя перед собой задачу влюбить экскурсантов в наш город, раскрывать универсальные, интернационально-аттрактивные подтемы. Например, позиционировать Уфу как город, в центре которого имеются минеральные источники и санатории, небольшие городские сады и массивные лесопосадки, горнолыжные центры и ипподром и т. д.

Не следует забывать о восточной архитектуре (иностранцы туристы живо реагируют на такие объекты, как башкирский и татарский театры). Можно удивить, рассказывая, что всемирно известная сказка «Красавица и Чудовище» Жанны-Мари Лепренс написана по мотивам «Аленького цветочка», родившегося в Уфе (мы-то знаем, что сказку «Аленький цветочек» рассказывала маленькому Сереже Аксакову ключница Пелагея).

Важно помнить, что интересный маршрут – чрезвычайно привлекательный инструмент формирования туристского потока [5, с. 204].

Выводы. Проблема качественного приема иностранных туристов существует. И пока Уфа остается упоминаемой в средствах массовой информации (после проведенных на ее земле саммитов), следует реализовать появившийся у города потенциал, не допустить, чтобы полученные Уфой туристические объекты простаивали, постепенно приходя в негодность, или использовались не по назначению. Следует подумать, чем еще мы можем привлечь туристов, как можем повысить привлекательность нашего города.

Список литературы

1. В Уфе обсудили перспективы развития туризма // Официальный сайт Совета городского округа город Уфа. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gorsovnet-ufa.ru/news/detail.php?ID=5013> (Дата обращения 07.03.2016).
2. Шалагина, С.В. К проблеме реализации инклюзивного образования в условиях развития современного российского общества / С.В. Шалагина, В.В. Исмагилов // Наука как движущая антикризисная сила: Инновационные преобразования, приоритетные направления и тенденции развития фундаментальных и прикладных научных исследований: Сбор. науч. статей по итогам Междун. науч.-практ. конф. – СПб, 2016. – С. 77–78.
3. Заякин, С. Ленина на деньги / С. Заякин // Эксперт Урал. – 2016. – №8 (677). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.expert.ru/ural/2016/08/> (Дата обращения 07.03.2016).
4. Кутыева, Э.Р. Особенности создания комфортной среды пребывания иностранных туристов в России (на примере China Friendly) / Э.Р. Кутыева // Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства на современном этапе: Сб. науч. трудов по материалам XI Междун. науч.-практ. конф. – СПб.: Санкт-Петербург. гос. экономич. ун-т, 2015. – С. 159–160.
5. Хайретдинова, О.А. Практическая значимость студенческой экскурсионной деятельности / О.А. Хайретдинова, Н.Э. Хайретдинова, А.Ф. Хисамутдинова, Д. Ф. Зарипова // Наука сегодня: теория и практика: Сб. науч. трудов Междун. заоч. науч.-практ. конф. – Уфа: Уфимск. гос. ун-т экономики и сервиса, 2015. – С. 203–206.

УДК: 379.85

Зильбер К.Е. – документовед ФЭиПУ; Кисилевич Т.И. – профессор (audit@iai-audit.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Особенности применения бланков строгой отчетности туристскими организациями

Аннотация. В статье рассмотрены туристские путевки как разновидность бланков строгой отчетности, проанализирован порядок составления турпутевки, а также предложены меры по их защите.

Ключевые слова: бланк строгой отчетности, турист, туристский продукт, путевка, защита.

Features of the application of strict accounting blanks tourist organizations

Abstract. The article deals with the notion of a form of strict accountability, and what kinds of documents related to the TSO in tourist organizations. It analyzed the procedure for drawing up travel vouchers as well as proposed measures for their protection.

Keywords: form of strict accountability, Tourism Organization, tourist, tourist product, Stay.

Актуальность. На сегодняшний день туристские организации в России успешно развивают внутренние маршруты. По сложившейся практике туристские путевки признают и товаром, и пакетом услуг, право на который подтверждается бланком строгой отчетности. В этой связи необходимо уделить особое внимание ведению бланков строгой отчетности данными организациями в процессе осуществления ими деятельности.

Цель исследования: изучить особенности применения бланков строгой отчетности туристскими организациями.

Результаты исследования. Бланки строгой отчетности представляют собой документы, подтверждающие право получение предусмотренной услуги и денежного вознаграждения как оплату за эти услуги. В деятельности турагентов некоторыми специалистами путевка рассматривается как товар с возможным применением для учета ее продвижения счета 41 «Товары». В тоже время, по сути, бланк строгой отчетности заменяет собой кассовый чек.

Основные документы, регулирующие применение данного вида документов, являются следующие:

– Федеральный закон от 22.05.2003 № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт»;

– Постановление Правительства РФ от 06.05.2008 № 359 (ред. от 15.04.2014) «О порядке осуществления наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт без применения контрольно-кассовой техники»;

– Приказ Минфина РФ от 09.07.2007 № 60н «Об утверждении формы бланка строгой отчетности», зарегистрировано в Минюсте РФ 17.07.2007 № 9857 (продолжает применяться).

Туристские путевки, а также санаторно-курортные путевки и курсовки, реализуемые турагентами в цепочке «санаторий-турагент-потребитель» являются бланками строгой отчетности. Бланки строгой отчетности обязательно должны содержать следующие реквизиты:

- 1) наименование, 6-тизначный номер, серия документа;
- 2) если бланк составляет организация, то обязательно указывается ее наименование и организационно-правовая форма; если индивидуальный предприниматель – фамилия, имя, отчество;
- 3) адрес действующего исполнительного органа юридического лица или иного лица, имеющего право действовать от этой организации без доверенности;
- 4) ИНН (идентификационный номер налогоплательщика) – организации или индивидуального предпринимателя, которые выдали документ;
- 5) тип оказываемой услуги;
- 6) стоимость оказываемой организацией услуги в денежном выражении;
- 7) точный размер оплаты, которая осуществляется путем передачи наличных денежных средств, либо с помощью платежной карты, либо по безналичному расчету;
- 8) дата осуществления расчета;
- 9) фамилия, имя, отчество, должность и личная подпись лица, которое является ответственным за совершение и проведение данной операции, и правильность её выполнения, печать организации;

10) иные реквизиты, которая организация (индивидуальный предприниматель) вправе добавить в бланк строгой отчетности для более полного отражения информации по организации, оказывающей услуги.

Отметим, что принципиальное отличие между санаторно-курортной путевкой и курсовкой заключается в том, что в стоимость курсовки не входит проживание. Питание как услуга «диетическое питание» или «санаторно-курортное питание» может быть включено в курсовку. Это зависит от принципов, предусмотренных Правилами санаторно-курортной организации (учреждения) и Положением о санаторно-курортной путевке и курсовке, которые должны быть в каждом санатории как локальный документ или утвержденный вышестоящим ведомством (министерством).

Туристская путевка представляет собой бланк из двух листов: первый лист выдается покупателю турпродукта, а второй, соответственно, остается у фирмы-организатора. Обращаем внимание на отличие санаторно-курортной путевки по форме и содержанию от туристской. Принципиальным отличием является наличие в санаторно-курортной путевке права на получение отдыхающим или больным медицинского (санаторно-курортного) лечения, что является лицензируемым видом деятельности. Именно лечебный фактор, присущий санаторно-курортной путевке, привел к освобождению ее от уплаты налога на добавленную стоимость в соответствии с подпунктом 18 пункта 3 статьи 149 НК РФ: «...не подлежат налогообложению (освобождаются от налогообложения) на территории Российской Федерации услуги санаторно-курортных, оздоровительных организаций и организаций отдыха, организаций отдыха и оздоровления детей, в том числе детских оздоровительных лагерей, расположенных на территории Российской Федерации, оформленные путевками или курсовками, являющимися бланками строгой отчетности».

Вопросом, вызывающим определенные трудности в чете и налогообложении является факт необходимости начисления налога на добавленную стоимость турагентами и туроператорами при выполнении агентских операций по реализации санаторно-курортных путевок, так как услуга агента облагается НДС. Но этот вопрос достаточно полно рассмотрен экономистами в соответствующей литературе, кроме того, накоплена арбитражная практика по налоговым взаимоотношениям турагент – санаторий.

Из-за несовпадений даты продажи путевки, датой заезда или начала маршрута и датой выписки счета-фактуры проходит определенный временной разрыв, который не всегда является обоснованным с точки зрения требований Главы 21 «Налог на добавленную стоимость» НК РФ. Кроме того, турагенты могут менять размер вознаграждения при соблюдении условий договора. В этой связи у организации могут появляться различные вопросы даты и суммы по счетам-фактурам, поэтому допускается выписывание корректировочных счетов-фактур [5].

Бухгалтеру турагента необходимо обеспечить аналитический учет путевок, приобретенных с НДС – туристских путевок, путевок санаторно-курортных и курсовок, которые освобождены от уплаты НДС. Если турагент сам является плательщиком НДС, то его доход в виде вознаграждения также облагается НДС, если турагент применяет специальный налоговый режим и не является плательщиком НДС, то он освобожден от составления счетов-фактур.

Необходимо помнить, что номинал на путевке не исправляется, все вознаграждения в виде наценок, бонусов, скидок и т.п. определяются только договором.

На наш взгляд, одной из главных особенностей путевки является применение мер по обеспечению защиты от ее подделки. Туристские организации применяют определенный шаблон при создании туристской путевки. Необходимо указать сведения об утверждении бланка Министерством финансов РФ. Указывается число, месяц и год такого утверждения, а также код по ОКУД (общероссийскому классификатору управленческой документации).

Туристская путевка, а именно ее бланк имеет 6-тизначный номер и буквенную серию.

В данном бланке строгой отчетности имеют место такие понятия, как:

– туристическая путевка (бланк, подтверждающий произведенную сделку, покупку туристского продукта);

- туроператор – юридическое лицо, осуществляющее продажу туристических услуг);
- турагент (юридическое лицо (или ИП), который занимается продвижением туристского продукта, выступая посредником между туроператором и покупателем);
- турист (лицо, которое покупает туристические услуги и пользуется ими);
- туристский продукт (предоставляемый туроператором комплекс туристских услуг).

При применении путевки как бланка строгой отчетности организациям необходимо соблюсти наличие следующих реквизитов:

- ИНН, ОКПО, номер в едином федеральном реестре туроператоров, телефон, почтовый адрес, полное, а также сокращенное наименование, и реквизиты туроператора (или турагента);
- указываются основные реквизиты заказчика туристического продукта (Ф.И.О., паспортные данные, место жительства). Если заказчиком является юридическое лицо, то обязательны к указанию ИНН, код ОКПО, полное и сокращенное наименование [1, 2].

Бланк строгой отчетности «Туристская путевка» (далее – турпутевка) разработан в соответствии с требованиями Федерального закона от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и постановления Правительства Российской Федерации от 31 марта 2005 г. № 171 «Об утверждении Положения об осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт без применения контрольно-кассовой техники».

При применении туристских путевок организации ведут их строгий учет, согласно серии и номеру, им присвоенных. Также для учета бланков путевок материально ответственному лицу можно составлять сроки по графику документооборота, где будет отражаться движение БСО [3].

Выводы. Наши рекомендации будут отнесены к возможным методам улучшения защиты путевки, а именно:

- сам бланк необходимо печатывать не менее, чем 2 видами печати;
- номер и серия необходимо набивать путем высокого способа печати;
- обязательно наличие наложения не менее одной фоновой сетки с переменным шагом.

Список литературы

1. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»: Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ,
2. «Об утверждении Положения об осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт без применения контрольно-кассовой техники»: Постановление Правительства Российской Федерации от 31 марта 2005 г. № 171.
3. Кисилевич, Т.И. Внешний аудит санаторно-курортных организаций: Практическое пособие / Т.И. Кисилевич, Е.К. Воробей; Под ред. Л.В. Сотниковой. – Москва, 2004. Сер. Аудит: организация и технологии.
4. Сивкова С.В. Вычет НДС по «опоздавшим» и корректировочным счетам-фактурам: противоположные позиции контролеров и судов // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 12–2 (65-2). – С. 1083–1088.

УДК: 379.851

Ильяшенко М.В. – магистрантка (mokko-chan@yandex.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Перспективы создания историко-культурного театрализованного центра в г. Сочи в целях повышения attractiveness туристской дестинации

Аннотация. В статье рассмотрена проблема развития внутреннего туризма в городе Сочи и эффективного использования культурного наследия города. Целью статьи является разработка предложения по созданию уникального туристского продукта.

Ключевые слова: инновации, внутренний туризм, театрализация и ролевые игры, культурный центр.

Prospects of the creation the innovational historico-cultural theatrical center in Sochi in order to improve the attraction of tourist destination

Abstract. This article analyzes potential problems of the domestic tourism development in Sochi and effective use of the city cultural heritage. The main goal of the article is to develop the proposals for the creation the unique tourist product.

Keywords: innovation, domestic tourism, theatrical performance and role-playing games, cultural center.

Актуальность. В связи с нынешней политической ситуацией: санкциями в отношении России, девальвацией рубля, с приостановкой авиасообщения в Египет, введенном ряде ограничений и запретов, касающихся экономических взаимоотношений России с Турцией (запрету на чартерные воздушные перевозки, прекращению продаж туров в Турцию, а также приостановке безвизового режима с Турцией), сложной политической обстановкой и угрозами терактов по всей Европе, резко увеличился спрос россиян на отдых в России, что не только формирует реальные предпосылки для развития внутреннего туризма, но и усиливает конкуренцию туристских дестинаций за потребителя, требует новых предложений для того, чтобы удержать потребительский интерес.

На российском рынке туроператоров появляется большое разнообразие и широкий спектр предложений связанных с событийным туризмом: народные праздники, ярмарки, карнавалы, конкурсы и международные фестивали. Событийный туризм, фестивали, театрализованные представления – это перспективный и динамично развивающийся сегмент отечественного туристического рынка, успех которого невозможен без грамотного формирования культурной политики, умелого преломления возрождающегося интереса к истории в театрализованном её отражении.

Материалы и методы. Основными источниками для написания данной статьи стали электронные ресурсы: Г. Цверианишвили «Части легендарной Колхиды» [1] и И. Кравченко «Проклятие сочинских кладов» [2], а также статья А.В. Калашниковой «Маркетинг театрального спектакля» [3]. Первичная информация о театрализации в туризме и дальнейшем развитии её в сегменте событийного туризма собиралась в открытых ресурсах, а именно на научных сайтах и журнальных публикациях. В работе использовались такие современные общенаучные методы исследования как, анализ и методы сравнений.

Появившийся на рынке туризма термин – анимация, подразумевает организацию проведения активного досуга и развлечений: это и проведение разнообразных соревнований, конкурсов, а также спортивных игр и ролевых игр танцевальных вечеров, театрализованных представлений, карнавалов, хобби-клубов из сферы духовных интересов. Естественно, появляется и специалист-аниматор: человек, занимающийся оформлением турпродукта и организацией рекреационной деятельности туристов.

Одной из основных форм событийного туризма является театрализация. Представляя собой художественное осмысление реального жизненного или исторического события, театрализация способствует созданию целостной системы событийного туризма.

Через воспитание реализуется развивающая функция театрализованных мероприятий. В результате участия в профессиональных театрализованных мероприятиях происходит эффективное усвоение молодыми людьми достижений национальной и мировой культуры, общечеловеческих знаний, способов поведения и деятельности [4].

Под понятием спектакль сегодня подразумевается широкий спектр театральных и визуальных арт-практик. Образцом реализации театрального проекта может служить модель бродвейского спектакля [3]. Для постановки спектакля формируется команда, состоящая из творческого, технического и организационного персонала. В рамках реализации проекта создается и юридическое лицо и происходит поиск инвесторов, а также аренда репетиционной

базы и сценической площадки, изготовление художественного оформления; проводятся рекламные и PR-кампании и др.

В отличие от спектаклей, где зрители – только зрители, в театрализованном празднике они непосредственные участники. Поэтому успех театрализованного действия в большой степени зависит от того, насколько предусмотрены в его сценарном замысле возможности общения как участников друг с другом, так и участников экскурсии с актерами.

Среди наиболее успешных зарубежных туристических проектов с элементами театрализации и ролевых игр можно выделить серию туров по Северной Ирландии (такси-туры, ежедневные туры и туры выходного дня), разработанных по популярному сериалу «Игра престолов» и пользующихся большим спросом у туристов [5]. Туры включают в себя посещение мест съемок, знакомство с бытом и культурой персонажей, а также развлечения в виде стрельбы из лука или воссоздания различных моментов сериала (за дополнительную плату туристам выдаются карты мечи и доспехи).

Самыми распространенными театрализованными праздниками на территории нашей страны являются популярные до сих пор языческие праздники, совмещенные с праздниками православными [4]. Например, Масленицу празднуют практически во всех исторических музеях. На праздник «Прощание с зимой» стремятся попасть, как и туристы, так и школьные и студенческие группы. На проведение Масленицы: туроператоры предлагают туры с проживанием в деревенском доме и участием в праздничных масленичных гуляниях: исторические танцы на настоящем масленичном балу, участие в играх и котильонах гусиные бои, хороводы и другие народные игры и забавы.

Театрализованные праздники: Святки, Новый Год, праздник Троицы, Рождество, праздник урожая, Ивана Купалы и др. до сих пор пользуются большим спросом у туристов и являются альтернативой популярным западным празднованиям, а также южноамериканским карнавалам.

Знаковое событие для внутреннего туризма произойдет в мае 2016 года, когда состоится открытие первого российского кинопарка «ВИКИНГ» – это оживший борг (город) эпохи викингов VIII-XI вв., с домом конунга, драккаром, крепостными воротами, частоколом, сторожевыми башнями, рынком и домами ремесленников [6]. Все декорации фильма «Викинг», который выходит в прокат в конце 2016 года, были установлены в горной местности, около Красных пещер Крыма. Туристы смогут попробовать себя в роли воина, ювелира, гончара и кузнеца, сфотографироваться на фоне драккара-деревянного корабля викингов и отведать традиционные блюда того времени. В течение дня: реконструкции боёв и поединки воинов, а вечером – ужин со специальной программой. Кинопарк «ВИКИНГ» станет экскурсионным объектом для всей семьи и площадкой для фестивалей, праздников и корпоративных мероприятий.

В этом году в Сочи прошло много знаковых культурных мероприятий. IX Международный Зимний фестиваль искусств, свободно сочетающий в своих программах разные виды, жанры и направления современного искусства, каждый год представляет отечественной публике представителей этнической музыки [7]. В рамках фестиваля в Сочи, состоялся конкурс молодых композиторов и впервые – международная академия юных музыкантов, которую фестиваль провел совместно с Академией Шапель (Бельгия) и Красселс фестивалем (Финляндия).

В 2016 году в Олимпийском городе Сочи состоятся Всемирные Хоровые Игры, объединяющие культуры и страны в общем пении с 2000 года и, за прошедшие годы, ставшие крупнейшим международным хоровым конкурсом мира [8]. Всемирные Хоровые Игры приглашают исполнителей почувствовать в Олимпийской Деревне настоящий дух Олимпиады 2014 года и предлагают профессиональную компетенцию специалистов самого высокого уровня при оценке конкурсов, участии в мастер-классах и других обучающих программах, а также получение уникального музыкального и культурного опыта.

Таким образом, благодаря проведению фестивалей культуры в рамках XXII зимних Олимпийских Игр, а в последующем и других знаковых мероприятий (музыкальных, театральных, художественных выставок), г. Сочи получил мощный стимул к формированию

уникальной культурной среды. Рост интереса россиян и иностранных гостей к столице зимней Олимпиады 2014 года позволяет обратиться и к безусловно непростой и интересной истории города. Гипотеза о том, что аргонавты из древнегреческого мифа плыли за золотым руном на территории теперь уже Российского Причерноморья, была выдвинута на основе находок «черных» копателей города Сочи [2]. Также об этом вопросе повествую в своём фильме «Зачарованный берег» сочинские журналисты Ольга Саакян и Игорь Козлов.

Древние племена на многих реках Кавказа успешно применяли необычный для нашей эпохи способ извлечения золотоносного песка из протекающей речной воды при помощи овчины [1]. Но в руно, которое появляется в мифе об аргонавтах, заключены магические свойства, поэтому оно уже не простое руно, а Золотое.

«Русской Ривьере» не хватает «легенды» международного уровня. Именно такой «легендой» и должно стать плавание «Арго». Начало этому уже положено – это композиция «Золотое руно» с охраняющим его драконом, расположенное на площади Искусств у Художественного музея в Центральном районе города Сочи.

Мы предлагаем пойти ещё дальше, чтобы развить эту тематику. Разработать проект инновационного историко-культурного театрализованного центра в г. Сочи, где будут задействованы инженеры, специалисты в области спецэффектов, аниматоры и театральная труппа. Каждый турист сможет побывать в роли аргонавта (туристам будет выданы специальное снаряжение и доспехи), пройти опасные испытания вместе с Ясоном на пути к золотому руно, познакомиться с местной кухней и приобрести сувениры по данной тематике. На территории центра также будут расположены «Музей Чёрного моря» и зоны отдыха.

Заключение. Таким образом, необходимо эффективное использование культурного наследия города и создание инновационного историко-культурного театрализованного центра в г. Сочи. Такой центр не только позволит решать актуальные задачи – социальные, культурно-просветительские, научно-исследовательские, привлекая для этого разнообразные формы общественной и государственной поддержки, но и будет способствовать увеличению внутреннего туристского потока, а также повышению привлекательности нашего города-курорта для туристов из других стран.

Список литературы

1. Цверганишвили, Г. Части легендарной Колхиды // Научно-культурологический журнал RELGA. – 2013. – №7. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/> (Дата обращения 08.04.2016).
2. Кравченко, И. Проклятие сочинских кладов // Газета Аргументы Недели. – 2006. – № 11. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://argumenti.ru/toptheme/n13/31867> (Дата обращения 08.04.2016).
3. Калашникова, А.В. Маркетинг театрального спектакля // Социально-культурный менеджмент: теория и практика: Сборник статей. – Минск: БГУКИК, 2014. – С. 40–44. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://repository.buk.by:8080/xmlui/bitstream/handle/> (Дата обращения 08.04.2016).
4. Изотова М.А., Матюхина Ю.А. Инновации в социокультурном сервисе и туризме. – М.: Научная книга, 2006. – 136 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/izotova.htm (Дата обращения 08.04.2016).
5. Game of Thrones tours [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://visitbelfast.com/things-to-do/theme/game-of-thrones> (Дата обращения 04.04.2016).
6. Торжественное открытие первого российского кинопарка в мае 2016 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://viking-crimea.com/#start> (Дата обращения 05.04.2016).
7. IX Зимний международный фестиваль искусств в Сочи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wiafs.ru/> (Дата обращения 08.04.2016).
8. Сочи 2016: на пути к новым вершинам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interkultur.com/ru/events/world-choir-games/sochi-2016/> (Дата обращения 08.04.2016).

УДК: 658.8.01(075.8)

Козлова В.А. – доцент, ОГУ имени И.С. Тургенева, г. Орёл, Россия, (virinaalex@yandex.ru)

Анализ рыночного выбора потребителей туруслуг в городе Орле

Аннотация. Статья посвящена исследованию рыночного выбора потребителей туруслуг в городе Орле. В работе использована методика балльной оценки. Отобраны наиболее важные факторы деятельности турфирм. Определено отношение респондентов к исследуемым турфирмам.

Ключевые слова: потребители, туристские услуги, рыночный выбор, маркетинговые исследования.

Kozlova V.A. – Associate Professor, OSU, Orel, Russia (virinaalex@yandex.ru)

The analysis of marketing choices of consumers of tourism services in Orel city

Abstract. The article is about research of marketing choices of consumers of tourism services in Orel city. It was used the methods of points rating. It was selected the most important factors of travel agencies activity. It was defined a consumers attitude to travel agencies.

Keywords: consumers, travel services, market choice, marketing research.

Изучение рыночного выбора потребителей туруслуг является весьма актуальным в настоящее время. Отношения играют центральную роль в потребительском поведении, так как они определяют не только выбор потребителя, но и его лояльность [1].

Цель данной научной работы – изучить процесс рыночного выбора потребителей туруслуг в городе Орле.

Осуществление этого процесса достаточно сложная задача. В современной практике маркетинговых исследований широко применяются различные модели оценки отношений потребителей к товарам (предприятиям) [2]. В данной работе используется методика балльного шкалирования.

Прежде всего, для изучения были отобраны ведущие турфирмы города Орла. В настоящее время в туротрасли региона отмечается достаточно жёсткая конкуренция [3]. Для исследования были отобраны: «Орёлтурист», «Автолайн-тур», «Сфера», «Мечта». Далее был осуществлён опрос посетителей выбранных предприятий. Респонденты оценивали важность различных факторов деятельности турфирмы. Исследование показало, что большинство респондентов ориентируются на схожие критерии для оценки турфирм, но они по-разному их взвешивают при осуществлении покупки.

Для оценки значимости каждого фактора был введён коэффициент весомости. Сумма коэффициентов весомости факторов должна равняться единице. Для большинства респондентов наиболее значимыми факторами в деятельности турфирмы оказались: компетентность персонала, цены на услуги, наличие скидок, качество предоставляемых услуг, а также получение удовлетворения от покупки. Далее по степени важности следуют опыт работы турфирмы на рынке, широта ассортимента и соблюдение сроков при бронировании туров. В качестве наименее важных факторов были отмечены: интерьер турфирмы и реклама. Помимо важности респонденты оценивали и сами факторы деятельности турфирм в баллах от 1 до 5 (табл. 1).

Проведённое исследование дало возможность определить количественную характеристику отношения потребителей к турфирмам. Для этого балльную оценку каждого фактора по каждой турфирме умножили на его значимость. Полученные результаты отражены в многоугольнике конкурентоспособности, представленном на рисунке 1.

Турфирма «Автолайн-тур» опережает своих конкурентов по мнению респондентов по таким факторам, как ценовая политика, предоставление скидок, соблюдение сроков при бронировании туров. Ближайшим конкурентом турфирмы «Автолайн-тур» является турфирма

«Орёлтурист», которая превосходит по профессионализму персонала, качеству предоставляемых услуг, опыту работы на орловском туррынке, ассортименту.

Таблица 1

Средняя оценка факторов и их важность

Фактор деятельности турфирмы	Важность фактора	Оценка (в баллах)			
		Орёлтурист	Автолайн-тур	Сфера	Мечта
Компетентность персонала	0,13	4,9	4,7	4,7	4,2
Цена на услуги	0,13	3,5	4,1	3,8	3,1
Наличие бонусов (скидок)	0,12	4,2	4,6	4,1	3,6
Соблюдение сроков	0,09	4,6	4,8	4,2	3,7
Качество услуг	0,13	4,6	4,1	4,3	3,9
Интерьер турфирмы	0,05	4,3	4,5	4,6	3,7
Опыт работы на туррынке	0,09	4,9	3,4	3,4	3,3
Рекламная деятельность	0,05	1,8	2,5	1,9	2,7
Ассортимент	0,08	4,8	3,6	4,5	4,3
Удовлетворение от покупки	0,13	4,7	4,1	4,6	3,6

Наибольшее удовлетворение от покупки чувствуют клиенты именно этого туристского предприятия. Практически по всем факторам деятельности аутсайдером оказалась турфирма «Мечта». Данная организация лидирует лишь по рекламной деятельности. Вместе с тем, следует отметить, что именно рекламная деятельность исследуемых предприятий была оценена респондентами достаточно низко. Турфирма «Сфера» заняла срединную позицию по большинству характеристик. Лидирует она лишь по фактору «Интерьер турфирмы», разделяя лидерство с турфирмой «Автолайн-тур».

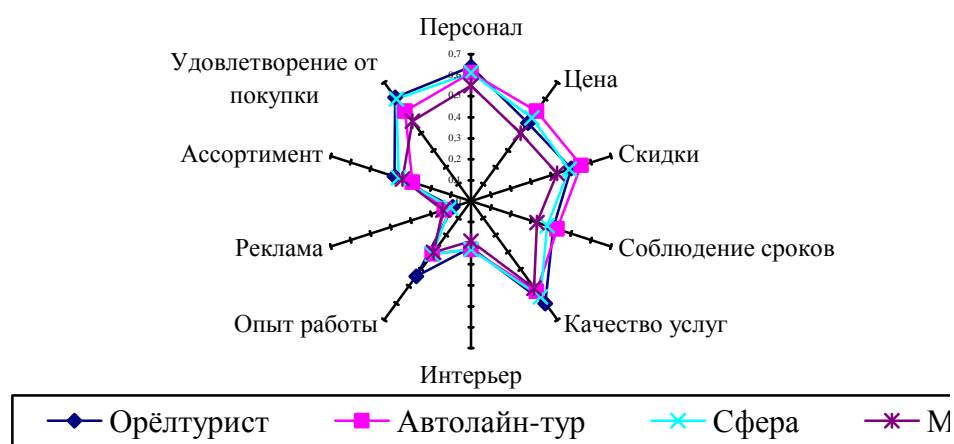


Рис. 1. Многоугольник конкурентоспособности турфирм

Многоугольник конкурентоспособности показал, что анализируемые турфирмы имеют достаточно близкие позиции, и их отрыв друг от друга минимален. Сложившаяся ситуация лишь усиливает конкурентную борьбу.

В целом, проведенное маркетинговое исследование позволило выявить приоритеты потенциальных клиентов, а также определить их отношение к предприятиям туризма города Орла, что создало информационную базу для дальнейшей разработки рыночных стратегий.

Список литературы

1. Козлова, В.А. Изучение отношения потребителей к турфирме с целью дальнейшего управления их поведением // Проблемы совершенствования механизма управления экономическими системами в современном мире: Сборник статей Международной научной Интернет-конференции. – Казань: КФ МОСАП, 2009. – С. 642–650.

2. Артёмова, Е.Н. Рейтинговая оценка турфирм города Орла по характеристике их офисов / Е.Н. Артёмова, В.А. Козлова, Л.И. Шмаркова // Практический маркетинг. – 2006. – № 10. – С. 28–32.
3. Артёмова, Е.Н. Исследование конкурентных позиций турфирм Орловской области / Е.Н. Артёмова, В.А. Козлова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 3. – С. 63–75.
4. Мартышенко, Н.С. Изучение потребителей как важнейшая задача концепции маркетинговых исследований рынка туристских услуг Приморского края / Н.С. Мартышенко // Промышленно-ресурсный потенциал региона и проблемы обеспечения экономического роста: Всероссийская научно-практическая конференция. – Владивосток: ДГАЭУ, 2003. – С. 135–137.

УДК: 379.85

Колбасов А.Ф. – инженер ЦДО СГУ, ст. преподаватель МГТУ «МАМИ»; Сюткин А.И. – директор ООО УК «Замок», г. Сочи, Россия

О статистической отчетности турагентов

Аннотация. Статья посвящена статистической отчетности малых предприятий в сфере туризма, рассмотрен и проанализирован порядок заполнения формы №1 – турфирма.

Ключевые слова: статистическая отчетность, туризм, туристская организация.

Kolbasov A.F. – Engineer DLC SGU, Senior Lecturer MSTU «MAMI»; Sjutkin A.I. – Director of the Criminal Code LLC «Castle», Sochi, Russia

About the statistical reporting of small businesses in tourism

Abstract. The article is devoted to the statistical reporting of small businesses in the tourism sector, reviewed and analyzed the procedure for filling the form №1 – travel agency.

Keywords: statistical reporting, tourism, Tourism Organization.

Актуальность. Зачастую у туроператоров возникают сложности со сдачей статистической отчетности по форме №1 – турфирма в органы государственной статистики. В этой связи мы решили произвести анализ данной формы.

Цель исследования: проанализировать статистическую отчетность малых предприятий в сфере туризма.

У многих из них возникают проблемы при заполнении статистической отчетности. В соответствии со ст. 8 п.1 Федерального закона от 29.11.2007 № 282-ФЗ (ред. от 23.07.2013) «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации» «респонденты обязаны безвозмездно предоставлять субъектам официального статистического учета первичные статистические данные и административные данные, необходимые для формирования официальной статистической информации, в том числе данные, содержащие сведения, составляющие государственную тайну, сведения, составляющие коммерческую тайну, сведения о налогоплательщиках, о персональных данных физических лиц и другую информацию, доступ к которой ограничен федеральными законами» [1].

Приказом Росстата от 03.12.2015 № 613 «Об утверждении статистического инструментария для организации федерального статистического наблюдения в соответствии с общероссийскими классификаторами видов экономической деятельности, продукции по видам деятельности» отменены с первого января 2016 года следующие формы статистической отчетности для туристской деятельности:

- форма №1 – турфирма «Сведения о деятельности туристской фирмы»;
- форма №1 – КСР «Сведения о деятельности коллективного средства размещения».

В целях выполнения Федерального плана статистических работ, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 6 мая 2008 г. №671-р, и пункта 3.2 приказа Росстата от 20 ноября 2015 г. №560 были приняты новые формы статистической отчетности с отчетов, начиная с января 2016 года.

Статистическая отчетность в сфере туризма стоит на пороге кардинальных изменений и поиска оптимальных решений достоверной и оперативной оценки происходящих процессов развития внутреннего туризма на фоне сокращения выезда россиян на отдых за рубеж по различным экономическим и политическим ситуациям [4].

Необходимо отметить, что с 30.12.2015 вступил в силу Федеральный закон от 30.12.2015 № 442-ФЗ «О внесении изменения в статью 13.19 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» [2], которым увеличены размеры штрафов за непредставление статистической отчетности и расширен перечень лиц, к которым они могут применяться.

Министром культуры РФ 26.12.2014 был утвержден по согласованию с руководителем Федеральной государственной службы по статистике и ВРЮО руководителя Федерального агентства по туризму временный документ – «Собирательная группировка видов экономической деятельности «Туризм». Целью данного документа явилось определение перечня характерных для туризма видов экономической деятельности для формирования с ее помощью сводных экономических показателей деятельности туристской индустрии [2].

Следует отметить, что в этом направлении предстоит очень большая работа, так как в 2016 г. будут продолжаться действие Классификаторы, которые предполагалось отменить на основании Приказов Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст и от 10.11.2015 № 1746-ст:

- Общероссийские классификаторы видов экономической деятельности (ОКВЭД ОК 029-2001 и ОКВЭД ОК 029-2007);
- Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг (ОКДП) ОК 004-93;
- Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности (ОКПД) ОК 034-2007;
- Общероссийский классификатор услуг населению (ОКУН) ОК 002-93;
- Общероссийский классификатор продукции (ОКП) ОК 005-93;
- Общероссийский классификатор основных фондов (ОКОФ) ОК 013-94.

Таким образом, учитывая факт объединения в группу «туризм» многочисленных видов экономической деятельности, можно предположить, что результаты деятельности турагентов, непосредственно занимающихся вопросами продвижения санаторно-курортных путевок и туров и прочих участников туристского рынка с привлечением агентов, в ближайшее время достоверно обобщены не будут [5]. В этом вопросе поможет, конечно, статотчетность малого бизнеса, а именно, формы, которые сегодня уже анализируются:

- № МП-сп «Сведения об основных показателях деятельности малого предприятия за 2015 год» (Приложение 1 к Приказу № 263) [3];
- № 1-предприниматель «Сведения о деятельности индивидуального предпринимателя за 2015 год» (Приложение 2 к Приказу № 263) [3].

По данным сайта Интерфакс число турагентств, работающих на территории России, составляет от 15 тыс. до 30 тыс., то есть пока полной картины о российском турагенте мы не имеем, а путевки, в том числе и санаторно-курортные может продвигать индивидуальный предприниматель, физическое и юридическое лицо.

Рекомендации. На сегодняшний момент актуальным остается вопрос формирования реестра турагентов, непосредственно занимающихся этим видом деятельности в качестве основного дохода, а также имеющих разовые аналогичные операции. Необходимо выработать формы статистической отчетности, позволяющие анализировать финансовый поток посредников – агентов с целью возможного регулирования расходов на продвижение турпродукта для их минимизации и вовлечения всех агентов, посредников, комиссионеров в цивилизованные отношения, защищающие по максимуму клиента.

Список литературы

1. Федеральный закон от 29.11.2007 № 282-ФЗ (ред. от 23.07.2013) «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации».
2. Федеральный закон от 30.12.2015 № 442-ФЗ «О внесении изменения в статью 13.19 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях».
3. Приказ Росстата от 09.06.2015 № 263 (ред. от 13.07.2015) «Об утверждении статистического инструментария для организации сплошного федерального статистического наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства в 2016 году по итогам за 2015 год».
4. Кисилевич, Т.И. О необходимости совершенствования статистической отчетности в туризме / Т.И. Кисилевич // Туризм в странах с переходной экономикой – проблемы, перспективы, конкурентоспособность дестинации: Материалы международной научно-практической конференции. – Сочи: СГУ, 2015. – С. 23–27.
5. Кисилевич, Т.И. Малый бизнес большой страны: сплошное федеральное статистическое наблюдение / Т.И. Кисилевич, А.И. Сюткин // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 12-1 (65-1). – С. 211–214.

УДК 338.48

Кондратьева Т.М. – аспирант, СГУ, г. Сочи, Россия (tamara_kondrateva@mail.ru)

Критерии определения мега-спортивных мероприятий

Аннотация. На основе изучения существующих определений термина «мега-мероприятия», в статье выделены критерии, соответствие которым определяет статус события как мега-.

Ключевые слова: мега-мероприятия, мега-события, Олимпийские игры.

Kondratyeva T.M. – postgraduate student, SSU, Sochi, Russia (tamara_kondrateva@mail.ru)

Criteria of mega-sporting events

Abstract. This article presents the results of mega-events analysis based on the existing definitions of the term. The criteria of mega-events were developed.

Keywords: mega-events, Olympic Games

Актуальность. В настоящее время мега-спортивные мероприятия и мега-события в целом все чаще находят место в обсуждениях, но в то же время уделяется недостаточное внимание их теоретической разработке.

Определение мега-мероприятий актуально, в первую очередь, из-за того, что общее, единое понимание данного термина облегчает процесс его обсуждения. В данном случае необходима унификация понятия, чего нет в настоящее время. Некоторые исследователи относят к мега мероприятиям всемирные выставки, политические саммиты, фестивали [4], другие фокусируются только на спортивных событиях[5].

Факт включения определенных событий в состав мега-мероприятий зависит от фокуса исследования. Существуют различные параметры, по которым можно определить является ли событие мега-мероприятием или нет, при этом выявляется факт, что не все мега-мероприятия являются таковыми в равной степени. Таким образом, при исследовании конкретного события, необходимо не только задавать вопрос о его принадлежности к мега-мероприятиям, но и что конкретно делает его таковым.

Материалы и методы. Основными источниками для написания данной статьи стали работы иностранных исследователей, занимавшихся вопросом изучения мега-мероприятий. Первичная информация собиралась в открытых ресурсах сети Интернет, а именно на научных сайтах и в журнальных публикациях. В работе использовались такие методы исследования как анализ и синтез, системный подход, методы сравнения.

Результаты исследования. Термин «мега-мероприятие» появился в научных исследованиях сравнительно недавно. Впервые термин был использован в названии 37-го конгресса Международной ассоциации научных экспертов в сфере туризма (AIEST) «Роль и влияние мега-мероприятий и аттракций на развитие регионального и национального туризма», прошедшего в 1987 году в Калгари [6].

То значение, которое предавалось роли мега-мероприятий как туристской аттракции, показывает, что их изучение проводилось и проводится в рамках туристских и рекреационных исследований. С этой точки зрения, исследователи анализируют число посетителей, дополнительные затраты, связанные с мега-мероприятиями, их экономическое влияние, создание новых рабочих мест, долгосрочные тренды экономического роста, улучшение имиджа принимающего города и его восприятия [10].

Британский ученый Тиррелл Маррис в своей работе «Роль и влияние мега-мероприятий и аттракций на развитие регионального и национального туризма», опубликованной в 1987 году, предложил считать мега-мероприятиями те события, которые привлекают не менее миллиона посетителей. Измерить число посетителей напрямую очень сложно.

В связи с отсутствием исследований такого рода, количество проданных билетов может быть использовано для оценки посещения платных мероприятий. Важно отметить, что количество посетителей не может являться единственным критерием мега-мероприятий, т.к. даже некоторые крупные региональные мероприятия могут перешагнуть условный порог в 1 миллион посетителей. Поэтому требуется выделение дополнительных критериев.

Чтобы стать свидетелем мега-мероприятия и наблюдать его в режиме реального времени, необязательно путешествовать к месту его проведения. Большинство тех, кто следит за развитием мега-события, делает это у экрана своего телевизора, что объясняет факт быстрого расширения вещания и трансляций, начиная с 1980 года.

Хотя важность медиа покрытия не отмечалась в ранних исследованиях мега-событий, в 90е гг. XX в. она стала более заметна. Так в определении, данном британским ученым Морисом Рошем в 1994 году в статье «Мега-события и городская политика», ключевое значение придается национальному и международному медиа покрытию, особенно телевизионному. При этом роль СМИ не ограничивается простой передачей информации.

В данном случае СМИ рассматриваются как средство создания атмосферы всеобщего праздника, эмоциональной привязанности к событию и играют ключевую роль в создании шоу. В связи с тем, что выстраивание или обновление бренда принимающего города и страны является одной из центральных задач проведения мега-мероприятий, медиа покрытие играет важную роль в создании имиджа места проведения мега-события и его узнавания.

Использование таких критериев, как количество посетителей и медиа покрытие, позволяют сфокусироваться на результате проведения мега-мероприятия, а именно на внимании, которое они привлекают. Однако, у мега-событий есть важный параметр – их стоимость. Обычно стоимость их организации и проведения достигает сотен миллионов или даже миллиардов долларов. Эти средства идут на создание инфраструктуры, необходимой для проведения мероприятия, а также на организацию самого мероприятия: зарплата персонала, временные издержки, безопасность. При этом, чем дороже мероприятие, тем больше возникает заинтересованных сторон и тем больше параллельных проектов необходимо координировать.

Хотя некоторые существующие определения мега-мероприятий включают элемент стоимости [12], ни одно из них не предлагает конкретной цифры, перешагнув которую, мероприятие становится мега-событием.

Стоимость широко варьируется от одного мероприятия к другому. Важно отметить, что стоимость однотипных мероприятий для каждого принимающего города (страны) растет быстрее, чем число посетителей и стоимость прав вещания, которые более или менее стабильны. Крупные затраты на организацию и проведение мега-мероприятий оказывают немедленное влияние на принимающий город и регион, на его экономику, население и окружающую среду: строятся и совершенствуются спортивные объекты, дороги, железные дороги, средства размещения, электростанции. Большинство городов, стран, регионов

стремится использовать мега-мероприятия как импульс для развития инфраструктуры и обновления городской территории через использование средств, которые не были бы доступны в противном случае. МОК и ФИФА поощряют такие трансформации, определяя их как наследие.

Наследие является четвертым критерием определения мега-мероприятий. М. Рош писал, что мега-события должны создавать долгосрочные обстоятельства для принимающих их городов [12]. Профессор университета Оксфорд Брукс Джон Р. Голд и лектор Лондонского столичного университета Маргарет Голд в своем определении пошли дальше, заявив, что мега-мероприятия достигают такого размера, что способны влиять на развитие экономики в целом [3]. События, которые не влияют значительно на принимающий город, регион и даже страну, не могут считаться мега-событиями.

Заключение. Существующие определения мега-мероприятий хотя и включают один или несколько рассмотренных критериев (количество посетителей, медиа покрытие, стоимость, наследие), ни одно из них не рассматривает их в совокупности. Однако, чтобы событие стало поистине мега-мероприятием, оно должно соответствовать всем параметрам.

Список литературы

1. Gold, J.R., Gold, M.M. Olympic cities: City agenda, planning, and the World's Games // London: Routledge, 2011. – p. 1–16.
2. Hiller, H. Conventions as mega-events: A new model for convention-host city relationships // Tourism management, 16, 1995. – p. 375–379.
3. Horne, J. The four «knowns» of sports mega-events // Leisure Studies, 26, 2007. – p. 81–96.
4. Jafari, J. Tourism mega-events // Annals of Tourism Research, 15, 1988. – p. 272–273.
5. Ritchie, J.R.B. Assessing the impact of hallmark events: Conceptual and research issues // Journal of Travel Research, 23, 1984. – p. 2–11.
6. Roche, M. Mega-events and urban policy // Annals of Tourism Research, 21, 1994. – p. 1–19.

УДК:64.043

Коновалова А.А. – магистрант (ey173@rambler.ru), Брюханова Г.Д. – профессор (bryukhanov2@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Современные подходы к развитию индустрии СПА-услуг в Российской Федерации

Аннотация. В данной статье проанализированы проблемы в области стандартизации СПА-индустрии, квалификации персонала в сфере СПА-услуг.

Ключевые слова. СПА – индустрия, СПА-услуги, стандартизация, профессиональный стандарт, персонал.

Konovalova A.A. – Magister (ey173@rambler.ru); Bryukhanova G.D. – professor (bryukhanov2@mail.ru), SSU, Sochi, Russia

Modern approaches to the development of the industry of spa facilities in the Russian Federation

Abstract. This paper analyzes the problems in the standardization of the spa industry, the lack of qualified personnel in the field of spa services.

Keywords. SPA – industry, SPA – services, standardization, professional standard, lack of qualified personnel.

Актуальность: Внедрение национальных стандартов на СПА-услуги, повысит качество и безопасность предоставляемых услуг для потребителей и создаст условия для развития добросовестной конкуренции среди всех участников рынка.

В настоящее время одним из быстро развивающихся в РФ сегментов экономики бизнеса красоты является СПА-индустрия. Немалые средства, поступающие в региональные бюджеты, приходится на СПА-услуги.

Происхождению слова СПА (SPA) имеются три основных версии. Во-первых – от латинского *Sanitas pro Aqua* – здоровье через воду; во-вторых: от английского *Sauna Pool Area* – сауна или баня с бассейном и в-третьих: СПА – от названия бельгийского города *Spa* в долине реки *Воэ*, где расположен известный в Европе курорт, на котором основой лечения являются термальные воды.

Сегодня под СПА мы понимаем всё, что влияет на оздоровление или омолаживание тела, помогает организму восстановить работоспособность. Понятие СПА в наши дни включает в себя использование морской, термальной, пресной или минеральной воды, морских водорослей, целебных растений, лечебных грязей, масел и вытяжек, а также охватывает все виды купания и прогревания, фитнес-программы, массажи, растирания, обертывания, диетические комплексы, даже рыбный пилинг и йогу с медитациями. Центр красоты может называть себя СПА-салонem, если более 30 % оказываемых услуг связаны со СПА-процедурами, салон должен иметь влажную и сухую зону, и это должны быть все виды услуг, кроме услуг медицинского характера.

СПА-услуга, как объект стандартизации, представляет немалую трудность в силу своей специфики. В связи с этим работа по стандартизации СПА-услуг часто сводится к созданию стандарта обслуживания, отвечающего на вопрос что и как нужно делать, чтобы предоставить качественную услугу. Необходимость комплексного подхода к упорядочению требований к СПА-услугам была высказана представителями профессиональных объединений предпринимателей индустрии красоты и поддержана научными центрами. По их инициативе Росстандартом были разработаны и вступили в силу с 1 сентября 2013 года два национальных стандарта: ГОСТ Р 55317-2012 «Услуги населению. СПА-услуги. Термины и определения» [1] и ГОСТ Р 55321-2012 «Услуги населению. СПА-услуги. Общие требования» (код ОКС/ОКП 03.08.30) [2].

Теперь СПА-индустрии необходимо проработать внутренние стандарты услуг, чтобы была видна четкая разница между бытовыми и медицинскими услугами, т.к. СПА-услуги отнесены к бытовым и не относятся к медицинским, на которые распространяются свои стандарты. Специалисты, которые приходят в сферу СПА должны иметь квалификацию и образование не ниже среднего медицинского, а руководитель организации (предприятия) должен иметь базовое медицинское образование, поскольку услуга призвана устранять риски, связанные со здоровьем человека или корректировать его отклонения. Несмотря на введение стандартов, сегодня СПА-услуги не лицензируются и не имеют обязательной сертификации, применение стандартов добровольное, санитарные нормы проверяются Роспотребнадзором раз в три года [3].

С введением стандартов возникает необходимость следующего этапа: разработки профессиональных стандартов, функциональных карт профессиональной деятельности работников СПА – сферы. Необходимо на базе медицинских образовательных учреждений или, к примеру, СГУ проводить курсы подготовки и повышения квалификации специалистов СПА-индустрии с выдачей соответствующего документа государственного образца.

Внедрение национальных стандартов на СПА-услуги обеспечит создание единого экономического пространства для исполнителей услуг, повысит качество и безопасность предоставляемых услуг для потребителей и создаст условия для развития добросовестной конкуренции среди всех участников рынка красивого бизнеса. Самый простой и надежный инструмент для внедрения стандартов безупречного сервиса в СПА – разработка схемы работы с клиентами на всех этапах работы, что стимулирует повышение качества предоставляемых услуг и в свою очередь ведет к обеспечению прозрачности конкуренции.

Список литературы

1. ГОСТ Р 55317-2012 «Услуги населению. СПА-услуги. Термины и определения».
2. ГОСТ Р 55321-2012 «Услуги населению. СПА-услуги. Общие требования».

3. SPA SPACE [Электронный ресурс] – режим доступа: http://soyuz.most-inform.com/files/spa_space_06.pdf (Дата обращения 28.03.2016).

УДК 338.48

Кравчуковская Ю.Ю., магистрант (vika_svn@mail.ru); Зеленская О.А. – доцент, СГУ, г. Сочи, Россия (zelen-vikto@rambler.ru)

Совершенствование форм гостеприимства для туристов с ограниченными возможностями

Аннотация. В данной статье проанализированы возможные проблемы в сфере гостеприимства людей с ограниченными возможностями. Благодаря Паралимпийским играм в Сочи была внедрена программа «доступная среда».

Ключевые слова: «Сочи-2014», гостеприимство, безбарьерная среда.

Kravchukovskaya Y.Y, undergraduate student (vika_svn@mail.ru); Zelenskaya O.A. – associate professor, (zelen-vikto@rambler.ru), SSU, Sochi, Russia

Improving the forms of hospitality for tourists with disabilities

Abstract: This article analyzes potential problems in the hospitality industry for people with disabilities. Thanks to the Paralympic games in Sochi has been implemented the program «accessible environment».

Keywords: «Sochi-2014», hospitality, barrier-free environment.

Актуальность: Необходимость одновременно принять в Сочи десятки тысяч людей с инвалидностью дала старт крупному проекту по формированию безбарьерной среды. Вся городская среда Сочи, от аэропорта или вокзала до гостиничных номеров и ресторанов, была приспособлена для комфортного использования людьми с разными видами инвалидности. В значительной степени эта задача была выполнена, доступными для инвалидов стали несколько сотен городских объектов, а также все спортивные сооружения [1].

Цели и задачи: Обобщение теоретического и практического опыта гостеприимства для людей с ограниченными возможностями.

Результаты исследования. Туризм в современном мире играет особую роль: это не только прибыльный бизнес, способный обеспечить в финансовом отношении отдельный регион и страну в целом, это показатель социально-экономического уровня развития страны.

Гостеприимство всегда было универсальной традицией любой повседневной культуры, предписывающая обязательное радушие хозяев и заботу о госте, готовность принять гостей кем бы они ни были и в какое время не пришли. Гостеприимство было весьма распространенной добродетелью, даже между необразованными и грубыми народами. Одним из факторов, определяющих степень цивилизованности общества, является его отношение к людям, страдающим разного рода недугами. Статистическими исследованиями доказано, что людей, имеющих инвалидность, в мире примерно 10 % от общего количества населения на планете. Данная работа особенно актуальна, так как люди с ограниченными возможностями занимают значительную часть населения мира.

В последнее время в большой мере увеличился спрос на туризм для людей с ограниченными возможностями, а, как известно всем, спрос рождает предложение. В результате этого во многих отелях мировых курортов начали создаваться отдельные блоки: номера для инвалидов-колясочников, для людей с недугами, для гостей на колясках. По статистике одиннадцать процентов всех туристических поездок в Европе и семь процентов – во всем мире совершают именно путешественники с особыми потребностями. Они выбирают в основном трёх или пяти звездные отели, которые в большей мере являются адаптивными для их возможностей.

Отели бюджетного уровня составляют лишь небольшую долю рынка доступного туризма. Развития туризма для инвалидов связано с большим наличием таких людей в обществе. По статистике только в Европе есть шестьдесят миллионов человек с ограниченными возможностями. Поэтому развитие этого сектора туризма можно считать большой необходимостью в современном обществе.

В основном термин «безбарьерная среда» применяется по отношению к людям, имеющим ограниченные физические возможности и использующим инвалидные коляски. Это тротуары с качественным ровным покрытием и пандусы, широкие двери и другие элементы, значительно облегчающие передвижение данной группы населения. Существенную помощь могут оказать даже такие простые с виду решения как поручень для инвалидов, устанавливаемый при входе в здание, в коридорах, санузлах и других помещениях. Но люди в инвалидных колясках – это далеко не всё население, для которого необходима безбарьерная среда. К маломобильным группам населения относятся временно нетрудоспособные люди, беременные женщины, люди преклонного возраста и другие категории граждан. Для всех них безбарьерная среда является фактором, которое значительно влияет на качество жизни.

Безбарьерная или универсальная среда позволяет всем людям, включая людей с инвалидностью, пользоваться окружающим пространством независимо от чьей-либо помощи. Это возможность для людей с инвалидностью участвовать в общественной, производственной, культурной и спортивной сферах жизни страны, получить достойное образование и квалифицированную работу, вести полноценную и насыщенную жизнь.

Люди с ограниченными возможностями являются участниками и зрителями многих спортивных состязаний. Благодаря XI зимним Паралимпийским играм Сочи получил шанс стать эталоном «безбарьерной среды» для всей России. В нынешнее время идеи «безбарьерной среды» стали крайне популярными и не один современный туристический комплекс не может обойтись без этого.

Зачастую людям с ограниченными возможностями приходится сталкиваться со сложностями передвижения. Там, где человеку без инвалидности не составляет труда перешагнуть высокий бордюр или подняться на несколько ступеней, для человека с ограниченными возможностями это может стать непреодолимым препятствием.

В рамках Паралимпийских Игр, Сочи посетило большое количество гостей и спортсменов с ограниченными возможностями. Олимпийские объекты были успешно подготовлены для встречи гостей и спортсменов с ограниченными возможностями. Паралимпийские игры в Сочи проходили с 7 по 16 марта 2014 года. В них приняло участие самое большое количество спортсменов паралимпийцев в истории Паралимпийских игр – 600 человек, представляющих 45 стран [2].

Игры задали новые стандарты городского планирования и строительства, поскольку все спортивные объекты и инфраструктура созданы с учетом нужд людей с инвалидностью. В Сочи впервые в стране реализовалась программа создания доступного города, в котором удобно всем жителям и гостям независимо от наличия инвалидности. Всё, что было создано в Сочи для Игр: транспорт, дороги, объекты спортивной и общественной инфраструктуры – было построено с учетом потребностей людей с инвалидностью. Безбарьерная среда, созданная в Сочи к Олимпийским и Паралимпийским играм 2014 года, позволила людям с инвалидностью без посторонней помощи передвигаться по городу, пользоваться транспортом, посещать учреждения и организации, места работы и учебы, досуга и отдыха, а также заниматься спортом.

Соревнования проходили в горном и прибрежном кластерах. Основными видами транспорта во время Игр были скоростные электропоезда «Ласточка», автобусы, следующие по специально организованным маршрутам, и, в Горном кластере, пассажирские подвесные канатные дороги. Весь транспорт был оснащен пандусами и креплениями для инвалидных кресел и был доступен для маломобильных людей.

Во время Паралимпийских игр было задействовано только 55 % объектов, но, тем не менее, абсолютно все объекты отвечают всем требованиям доступной среды. Все объекты оборудованы пандусами, лифтами и туалетными комнатами для маломобильных людей, на

территории Олимпийского парка и на самих стадионах есть цветовая и тактильная разметка для людей с нарушениями зрения. Во время проведения церемоний открытия и закрытия на стадионе «Фишт» зрителям с нарушением зрения выдавались специальные радиоприемники, на которые транслировались аудиокомментарии ко всем событиям, происходящим на арене.

На трибунах всех спортивных стадионов оборудованы места, предназначенные специально для инвалидов-колясочников. На стадионах, которые принимали соревнования во время Паралимпийских игр, для спортсменов-паралимпийцев оборудованы специальные раздевалки и душевые. [2] Подводя итоги можно сделать вывод, что все объекты Игр Сочи 2014 были хорошо подготовлены для принятия гостей и спортсменов с ограниченными возможностями. Поскольку объекты, построенные для проведения Игр, являются олимпийским наследием, они продолжают функционировать и по сей день, и что немаловажно продолжают принимать на своей территории людей с ограниченными возможностями.

Анализ безбарьерной среды на территории Сочи показал, что после внедрения программы «доступной среды», город стал более удобным для посещения туристами с ограниченными возможностями, что непосредственно сказалось на посещаемости и прибыли в регионе. Кроме того, это отразилось и на уровне жизни маломобильных людей в целом. Вложение средств в развитие «безбарьерной среды» привело к увеличению потока туристических групп и подняло авторитет края.

Выводы: Сегодня в каждом большом городе мира туристические объекты соревнуются друг с другом в области качества, цены, ассортимента и доступности предлагаемых услуг и развлечений, поскольку всё больше людей с инвалидностью путешествует по разным странам и континентам, считая это частью реабилитации. Все объекты построены в соответствии с требованиями «доступной среды», что позволяло маломобильным гостям передвигаться по городу и объектам без посторонней помощи, а соответствующие указатели помогали ориентироваться [3].

Так как понятие гостеприимство означает радушие при приеме гостей, следует отметить атмосферу в городе, которая царилла во время проведения Игр. Атмосфера радушия позволяла гостям Игр чувствовать себя как дома и погрузиться в атмосферу праздника. Полученный опыт можно применять в других городах, что положительным образом скажется на уровне жизни людей с ограниченными возможностями.

Список литературы

1. Паралимпийские игры // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ru.wikipedia.org/wiki/Зимние_Паралимпийские_игры_2014 (Дата обращения 23.04.2016).
2. Безбарьерная среда на Олимпийских и Паралимпийских играх 2014 года в Сочи: Справочник. – М.: Оргкомитет «Сочи 2014», 2014. – 104 с.
3. Все об Олимпиаде в Сочи 2014 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: наша-олимпиада.рф. (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 159.947.5

Круглова М.С. – аспирант (marin.kruglova@gmail.com); Ветитнев А.М. – д.э.н., профессор, СГУ, г. Сочи, Россия

Взаимосвязь мотивационных теорий и практических аспектов управления волонтерской деятельностью

Аннотация. В представленном исследовании сделана попытка выявить и обобщить существующие подходы к волонтерской мотивации. Изучение данного вопроса позволит менеджерам и руководителям волонтерского сектора повысить эффективность привлечения и удержания молодых людей. Для сбора данных о мотивах студентов авторами проведен опрос в российских волонтерских организациях.

Ключевые слова: молодежное волонтерство, мотивация, управление персоналом.

Linking motivational theories to practical aspects of volunteer management

Abstract. The purpose of this study was to determine existing approaches to volunteer motivation. It is essential for managers and leaders across the voluntary sector to successfully attract and retain young people. To collect data on students' motivation, the authors organized interviews with volunteers of Russian volunteer-involving organizations.

Keywords: youth volunteering, motivation, personnel management.

Актуальность. В настоящий период в России наблюдается рост внимания к некоммерческому сектору экономики [5]. На государственном уровне осуществляется поддержка роста распространения практики волонтерского труда [6]. Есть основания полагать, что задачи, выполняемые волонтерскими организациями и низкие административные издержки делают успешное функционирование таких НКО крайне необходимым для жизни общества.

Как известно, функционирование организации и ее эффективность во многом зависят от уровня мотивации работников [8] или, применительно к волонтерскому движению, – добровольческих кадров. Следовательно, интерес исследователей к мотивации волонтерства обуславливается влиянием, которое она оказывает на включенность человека в деятельность волонтерских сообществ.

Методы, организация исследования. Была поставлена цель исследовать мотивацию волонтерского персонала некоммерческих и образовательных организаций. Для ее реализации было выполнено изучение теоретических основ и современных тенденций мотивации добровольческого труда, а также проведен социологический опрос. В ходе исследования были использованы методы мониторинга и обобщения научно-методических источников, анкетирования и графического представления результатов.

Теоретико-методологические предпосылки исследования. Научное обоснование проблемы мотивации и стимулирования осуществлялось уже в ходе развития теорий управления персоналом [4]. Эволюция взглядов на мотивацию трудовой деятельности отражается в различных подходах школ общей теории мотивации, получивших развитие в течение XX века. Как основная функция менеджмента мотивация связана с процессом побуждения подчиненных к деятельности через формирование мотивов поведения для достижения личных целей и целей организации. В процессе мотивации предполагается использование взаимозависимых категорий в определенной последовательности: потребности людей – их интересы – мотивы деятельности – действия [9].

Обзор современных отечественных и зарубежных публикаций, посвященных мотивационному аспекту волонтерства, демонстрирует методическое и концептуальное разнообразие подходов к данной проблеме. Мотивацию добровольцев можно объяснять с позиций социологии, психологии и экономики. Психологическая и социальная сторона вопроса более глубоко изучены, в то время как организационно-экономический аспект требует расширения практико-ориентированных разработок.

Волонтерская мотивация тесно связано с понятием удовлетворенности. Исследования показывают, что чем больше работа в волонтерских сообществах удовлетворяет потребности человека, тем больше времени он посвящает подобной деятельности [10]. В экономической науке потребности определяются как условия жизнедеятельности человека и неразрывно связаны с мотивами, интересами и стимулами. Таким образом, внутренние потребности и необходимость их удовлетворения порождают мотив к деятельности того или иного рода [3].

Волонтерский труд не оплачивается, однако он, как правило, держится не только на альтруизме, а имеет более глубинные цели [7]. Задачи диагностики и совершенствования волонтерской мотивации связаны с ключевыми этапами развития отношений организации и добровольца – привлечением к волонтерскому участию и удержанием для повторного

участия. Так, эффективная мотивационная программа может одновременно и повысить общую эффективность процессов набора, и минимизировать возможный отток волонтеров.

Добровольчество несет идею, которая конкурирует за внимание и время людей со многими другими предложениями активной деятельности. Сегодня перед каждым человеком открывается очень широкий выбор, и для продвижения волонтерской деятельности критически важно понимание мотивов, движущих добровольцами при принятии решения о волонтерстве.

Так, одни исследователи считают, что в основе помощи лежат эгоистические мотивы: люди помогают окружающим или конкретной организации ради достижения личных целей. Вступая во взаимодействие, человек пытается извлечь максимальную выгоду, которая, в свою очередь, может быть «внутренней» (связанной с психологическим состоянием человека) и «внешней» (связанной с материальным вознаграждением или одобрением со стороны других людей).

Другие авторы полагают, что помощь порождается преимущественно альтруистической мотивацией: человек помогает окружающим ради улучшения их состояния. Они концентрируют внимание на помощи, которая требует больших усилий, связана с риском для материального, психологического или физического благополучия помощника [2]. Ряд авторов сходится во мнении о том, что если на начальном этапе волонтерской деятельности мотивы ее участников скорее индивидуалистичны, то впоследствии они в значительной мере становятся все более широко социальными, направленными на других, даже незнакомых людей [1].

В ходе выполнения волонтерских обязанностей человек неизменно подвержен риску снижения мотивации. Выбор ошибочных методов стимулирования может сказываться на качестве выполнения волонтерских функций. Управление производительностью волонтеров проблематично хотя бы потому, что добровольцы не так зависимы от организации, как сотрудники, и их независимость приводит к меньшей субординации в системе организационного поведения [11].

Результаты исследования. Опираясь на итоги анализа существующих мотивационных теорий в международном волонтерстве, мы предприняли попытку составления шкалы волонтерской мотивации. Данный инструмент позволит гибко оценивать потенциал каждого волонтера организации, а следовательно, мотивировать и поощрять, исходя из его личных мотивов участия. Все мотивы мы условно сгруппируем в блоки, которые можно охарактеризовать следующим образом:

- 1) патриотизм, вклад в общее дело, польза для малых и больших социальных групп;
- 2) приобретение новых знакомств, расширение контактов, поддержание отношений с людьми;
- 3) личностный и профессиональный рост, шанс проявить способности, получить новый опыт и признание достижений, развить лидерские качества и какие-либо навыки;
- 4) солидарность с окружающими, друзьями, родственниками;
- 5) возможность получить сувениры, памятные подарки, атрибутику, автографы, форму, экипировку волонтера;
- 6) престиж, уважение и интерес окружения;
- 7) наличие свободного времени, занятие в качестве хобби;
- 8) побуждение и поощрение со стороны руководства, администрации по месту учебы/работы;
- 9) доступ к местам проведения мероприятий, шанс увидеть мега-события и различные мероприятия вживую, встретить знаменитостей и VIP-персон.

На основе обозначенной шкалы нами проведён опрос волонтеров, зарегистрированных в 60 волонтерских объединениях, расположенных в регионах всех 9 федеральных округов Российской Федерации (рис. 1) [12]. В анкетировании приняли участие 478 человек, ответивших на вопросы в режиме он-лайн. Большая часть из них – студенты (82,6 %).



Рис. 1. Мотивация волонтеров российских ВУЗов

Респондентам было предложено оценить свое согласие с рядом причин волонтерского участия в баллах, где 5 – «полностью согласен», а 1 – «совершенно не согласен». Анализ результатов показал распределение мотивов безвозмездного труда по вышеописанным категориям волонтерской мотивации. Преобладает выбор в пользу нематериальных бонусов – вклад в общее дело, новые знакомства, раскрытие личностного потенциала.

Выводы. Данные новых исследований добровольческой мотивации послужат сотрудникам спортивных, некоммерческих организаций, государственных структур, ВУЗов и прочих учреждений для более результативного взаимодействия с волонтерскими кадрами. Мотивационная политика с учетом релевантного опыта управления и современных изысканий в области волонтерства направлена как на привлечение заинтересованных молодых людей, так и на сопровождение их деятельности, и удержание их в составе организации на продолжительный срок.

Список литературы

1. Волонтерство – традиции и инновации. Курс лекций. – Москва: МГГУ им. М. А. Шолохова, 2009.
2. Гулевич, О.А. Помощь как стиль жизни: психологические аспекты волонтерской деятельности / О.А. Гулевич, И.А. Шевелева, А.А. Фомичев // Социальная психология и общество. – 2013. – № 2. – С. 5–20.
3. Кетько, Н.В. Управление процессом мотивации предпринимательской деятельности в России / Н.В. Кетько, Л.С. Шаховская // Российское предпринимательство. – 2009. – № 1-1(126). – С. 16–20.
4. Кибанов, А.Я. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: Учебник / А.Я. Кибанов, И.А. Башен, Е.А. Митрофанова, М.В. Ловчева. – М.: ИНФРА-М, 2012. – С. 7.
5. Князева, М.В. Функционирование некоммерческих организаций в Российской Федерации на современном этапе и их влияние на социально-экономические процессы / М.В. Князева // Вестник Томского государственного университета. – 2011. – Выпуск № 344.
6. Распоряжение Правительства Российской Федерации № 1662-р от 17.11.2008 г. «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/strategicPlanning/concept/> (Дата обращения: 15.03.2016).
7. Самолкина, А.О. Факультет туризма и сервиса и его первые волонтеры на событийных мероприятиях / А.О. Самолкина, О.Н. Новикова // Студенческий научный форум: VI Международная студенческая электронная научная конференция, 15 февраля – 31 марта 2014 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2014/421/276> (Дата обращения: 15.03.2016).

8. Семенова, Д.В. Содержательные теории мотивации и их значение в практике управления человеческими ресурсами / Д.В. Семенова // Молодёжь и наука: Сборник материалов VI Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых учёных. – Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2011. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2010/section8.html> (Дата обращения: 15.03.2016).
9. Сладкевич В.П. Мотивационный менеджмент: Курс лекций / В.П. Сладкевич. – К.: МАУП, 2001. – С. 4.
10. Finkelstein, M.A. Volunteer satisfaction and volunteer action: a functional approach // *Social Behavior and Personality*. Vol. 36. 2008. pp. 9–18.
11. Pearce, J.L. (1993) *Volunteers: The Organizational Behavior of Unpaid Workers*, London: Routledge. pp. 128–179.
12. Ветитнев, А.М. Управление эффективностью деятельности волонтерских организаций в контексте функционирования института волонтерства Российской Федерации: Монография / А.М. Ветитнев, А.М. Игнатенко, М.С. Круглова, М.А. Мазниченко, О.С. Надолинская. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2016.

УДК: 338.48

Куликова А.В. – магистрант (kulikova.znanie@gmail.com), Сердюкова Н.К. – доцент, к.э.н., СГУ, г. Сочи, Россия (nserdyukova@sutr.ru)

Анализ актуальных трендов развития информационных сервисов для туристов

Аннотация. Повышение эффективности применения информационных сервисов для продвижения турпродукта тесно связано с повышением конкурентоспособности турпродукта российских курортов. Статья направлена на анализ актуальных способов поиска информации при подборе тура.

Ключевые слова. Информационные сервисы, интернет, турпродукт.

Kulikova A.V. – Undergraduate (kulikova.znanie@gmail.com), Serdyukova N.K. – Associate Professor, PhD (Economy) (nserdyukova@sutr.ru), SSU, Sochi, Russia

Information Services for Tourists Actual Trends Analyses

Abstract. Improving the efficiency of the practice of information services for the promotion of tourism products is connected closely with increasing competitiveness of tourist product. The article aims to analyze current methods of search for information at the tour's selection.

Keywords: information services, internet, tourist product.

Актуальность. Туризм меняется параллельно с изменениями, происходящими в мире, и в последние 20–30 лет стал одним из ведущих направлений социально-экономической и культурной жизни большей части государств. Так же является активным источником финансовых поступлений в странах. Современное развитие туризма в России характеризуется увеличением строительства различных туристских объектов, ростом числа выездов россиян в путешествия за границу и прибытий иностранных туристов, увеличением сети туристских фирм на всей территории страны.

Мы живем в веке переизбытка информации, и в сфере туризма это достаточно ярко проявляется. И здесь очень важно наличие грамотно наполненных информационных сервисов с отсортированной и полезной информацией

Конечно, все это невозможно без участия информационных технологий. В такой сфере как туризм, информация играет огромную роль, благодаря ей формируется представление о туристской дестинации и о ее возможностях.

В связи с чем, становится очень актуально исследование различных информационных сервисов для туристов на различных этапах – при поиске и подборе тура, и при путешествии. Наличие такие сервисов и их использование становится важным фактором конкурентоспособности как туристского предприятия, так и дестинации в целом [1, 2].

Методы, организация исследований. Настоящее исследование базируется на изучении трудов отечественных и зарубежных ученых, контент-анализе интернет-сайтов, экспертных оценках, анализе документальных источников и статистической информации.

Результаты исследования. Сегодня информационных сервисов достаточно много, но решающую роль играют их качество, информативность и удобство пользования. Туристы все чаще сталкиваются с проблемой получения недостоверной или неактуальной информации, а порой и с абсолютным отсутствием информации. Часто при посещении впервые российских дестинаций, например, Сочи, профессионалам отрасли приходится слышать, что туристы были худшего мнения, что не имели информации об инфраструктуре и услугах и т.д.

В результате предприятия индустрии туризма и гостеприимства недополучают доходы, так как турист просто не знает о дополнительных услугах, объектах и т.д. Исследования показывают, что при активном использовании информационных сервисов и сайтов в интернете при подготовке к туристской поездке, вырастают траты туристов за счет лучшей проработки своего путешествия.

Проведенные исследования, на предмет формирования наиболее популярного источника информации о туризме показали (рис. 1), что таким источником является Интернет (93 %).

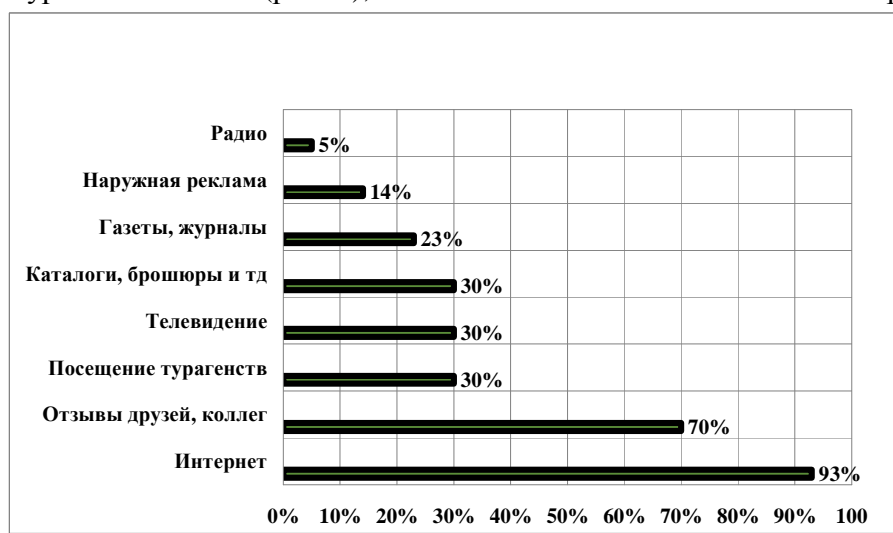


Рис. 1. Источники информации об отдыхе и туризме, влияющие на принятие решения о покупке турпродукта [3]

На данном этапе развития информационных технологий в туризме существует множество систем для поиска и подбора туров.

Для того, чтобы понимать какие именно сайты посещают пользователи Интернета при подборе тура, было проведено следующее исследование, которое позволило выявить наиболее посещаемые ресурсы для поиска тур продукта. Результаты представлены на рис. 2.

По результатам проведенного анализа веб-сайтов можно сделать вывод, что наиболее часто посещаемыми ресурсами являются сайты туроператоров и турагентств, далее отелей и самих стран.

Все сайты туроператор и турагентств делят на два типа – 1-й тип – сайты, на которых выложен список прайс-листов в формате Word или Excel и где, в лучшем случае, есть навигатор по предложениям и можно послать заявку на запрос тура. 2-й тип – сайты, на которых не только есть список прайс-листов, но и реализована возможность подбирать туры с помощью поисковика и бронировать их в режиме on-line.

Сайтов 1-го типа, на которых представлены предложения туроператора в виде прайс-листов, на сегодняшний день на туристическом рынке большинство. Примерами являются

следующие сайты: www.allatravels.ru, www.carib.ru, www.devisu.ru, www.itclub.com.ru, www.jasontravel.cz, www.arttour.ru, www.balkan.ru, www.bgoperator.ru.

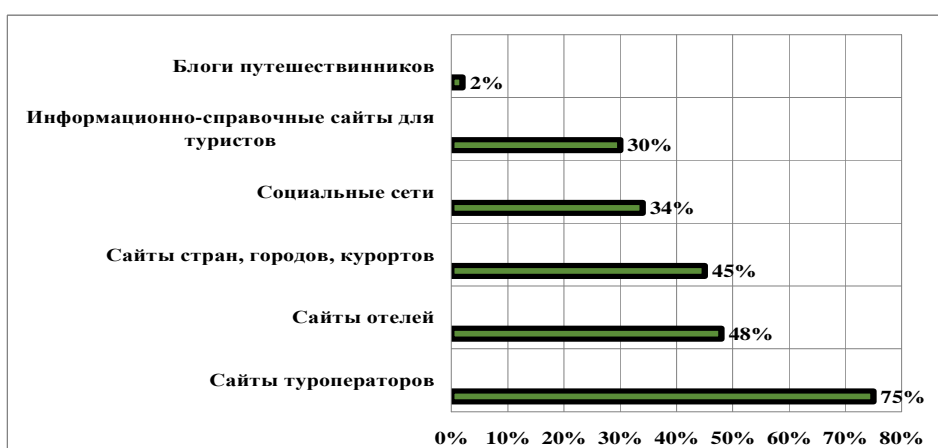


Рис. 2. Рейтинг посещаемости Интернет-ресурсов для поиска турпродуктов и услуг [3]

Для того чтобы забронировать тур, найденный на таком сайте, нужно заполнить заявку, вписав практически все данные вручную, и отправить ее по факсу или по электронной почте. Заполнение такой заявки требует большой внимательности и занимает много времени.

Плюсы:

– наглядность при небольших объемах информации.

Минусы:

– затруднен поиск туров;

– на поиск тура уходит много времени;

– демонстрация отеля оторвана от цены;

– наличие тура в продаже нужно уточнять дополнительно.

При нынешнем объеме информации пользоваться просмотром прайс-листов для подбора тура клиенту нереально. Это отнимает много сил и времени. Поэтому такие устаревшие технологии работы сейчас активно меняются на более современные.

Для того чтобы найти тур на сайте 2-го типа, достаточно задать параметры поиска в «Поисковике», в результате чего вы получите список туров, удовлетворяющих заданным параметрам. Это быстро и удобно.

Но поисковики разных туроператоров отличаются друг от друга по заложенным возможностям и удобству пользования и имеют свои характерные особенности.

Так, поисковики на сайтах GTI.TRAVEL Russia, CoralTravel, DivaTravel, GoTur, Detur, Spectrum, INTRAVEL Stoleshniki, разработанные компанией «САМО-Софт», удобны и просты в применении. Прямо из результатов поиска можно демонстрировать отель, а из цены осуществлять бронирование тура. Важно и удобно, что цены сопряжены с остановками продаж, что устраняет возможность бронировать туры, которых уже нет. За подбором тура следует достаточно простая процедур бронирования тура.

А вот, например, поисковики на сайтах Capital Tour, Nord, Pac Group, Роза Ветров, Amerigo, разработанные компанией «Мегатек», очень сложны и неудобны в пользовании. Сильно отличается от всех поисковик на сайте Мострэвел – это некий гибрид между поисковиком и навигатором по спецпредложениям. В нем есть выбор по стране, курорту, отелю и конкретным датам заезда. Поисковики на сайтах TEZтур, Натали, РТК, VKO, Ascent Travel – это собственные разработки туроператоров, которые сильно отличаются друг от друга и от других поисковиков. Каждый из них по-своему интересен и имеет свои характерные особенности.

Плюсы:

– информация от первоисточника – туроператора (ТО);

– возможность on-line бронирования.

Минусы:

– нужно изучать характер работы поисковика у каждого ТО;

– нужно знать, как работать с результатами поиска каждого ТО;

– при бронировании у всех туроператоров разные пароли;

– выбор ограничен: у каждого ТО свои страны, свои курорты, свои отели, свои даты вылета;

– для поиска нужного тура тратится больше времени;

– невозможность сравнивать предложения разных ТО между собой;

– невозможность предлагать клиентам самую выгодную цену на рынке.

Выводы. Резюмируя все вышеизложенное, можно сделать вывод, что перед представителями всех уровней в туристской сфере стоит крайне важная задача – сделать Интернет-ресурсы максимально информативными, удобными и простыми в использовании.

Список литературы

1. Морозов, М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме / М.А. Морозов, Н.С. Морозова – М.: Академия, 2002.
2. Романова, Г.М. Анализ ценовой политики средств размещения на рынке оздоровительного туризма / Г.М. Романова, Н.К. Сердюкова, Д.А.Сердюков // Известия Сочинского государственного университета. – 2013. – №2(25). – С. 100–105.
3. Романова, Г.М. Повышение эффективности турпродукта в сети Интернет. / Г.М. Романова, Н.К. Сердюкова, В.И. Переворкина // Известия Сочинского государственного университета. – 2013. – №3(26). – С. 80–85.

УДК: 338.48

Марокова Л.А. – магистрант, СГУ, г. Сочи, Россия (marokova_l@mail.ru)

Возможности ГИС-технологий для управления туристскими дестинациями

Аннотация. Рассмотрены некоторые возможности использования географических информационных систем (ГИС) в целях информационного обеспечения туристской деятельности. Эти технологии нашли применение в сфере туристского проектирования, для оценки возможности использования туристских ресурсов, изучения объектов туристской индустрии. В курортно-рекреационной практике эти возможности пока используются ограниченно.

Ключевые слова: географические информационные системы, туристский бизнес, единая туристско-рекреационная система.

Marokova L.A. – magistrant, SSU, Sochi, Russia, (marokova_l@mail.ru)

The possibilities of GIS technologies for the management of tourist destinations

Abstract. This paper presents an assessment of some possibilities of using geographical information systems (GIS) in order to inform the subjects of tourist activity. These technologies have been applied in the field of tourism planning to evaluate the possibility of using the tourist resources, the study of the tourism industry's objects. These opportunities are used so far limited in the resort and recreational practice

Keywords: geographical information systems, tourist industry.

Актуальность. Географические информационные системы (ГИС) рассматриваются большинством специалистов как очень перспективными информационными технологиями для решения задач управления и предпринимательства в сфере туризма и рекреации, как на национальном, так и на региональном уровнях. Однако применяющиеся в настоящее время

ГИС-технологии еще недостаточно учитывают экономические и маркетинговые задачи и требуют их адаптацию под новый круг бизнес-задач.

В конце прошлого века мировое сообщество вступило в информационную эпоху развития, которая характеризуется большим потоком информации в жизни общества. Это положение полностью относится и к сфере туризма. Сегодня конкурентное преимущество по продвижению и реализации туристского продукта имеют страны с продуманной и целенаправленной инновационной политикой [1, 2].

ГИС – это информационная система, обеспечивающая сбор, хранение, обработку, доступ, отображение и распространение пространственно-координированных пространственных данных [3].

По территориальному охвату различают:

- глобальные или планетарные ГИС (global GIS);
- субконтинентальные ГИС;
- национальные ГИС (зачастую имеющие статус государственных);
- региональные ГИС (regional GIS);
- субрегиональные ГИС;
- локальные, или местные ГИС (local GIS) [2].

Также моделирование с помощью ГИС различается предметной областью. По этому признаку выделяют городские или муниципальные ГИС, природоохранные ГИС, туристические ГИС и т.п.

Иными словами под ГИС понимают современные компьютерные технологии, используемые с целью анализа и картирования различных объектов реального мира или событий.

ГИС предоставляет информацию о реальных объектах в виде набора тематических карт, которые объединены на основе географического положения, что является очень полезным при решении многих пространственных проблем: маршрутизации транспортных средств, территориальной оценки реальных событий, информации о планируемых мероприятиях [4].

Ценность любой географической информации в ее привязке к определенным географическим координатам или почтовому адресу, избирательному округу, идентификаторам земельных участков, транспортным магистралям и т.п. [5].

Для практического применения такого рода ссылок с целью автоматизации идентификации местоположения объектов используют геокодирование, с помощью которой становится возможным определить практически мгновенно локализацию на карте интересующего объект или явления. Это может быть конкретное строение (к примеру, место жительства клиента турфирмы), или офис организации, объект показа и необходимая информация о нем, маршрутизация поездки и многое другое.

В сфере рекреации и туризма, относящихся к системам массового обслуживания, актуальность применения информационных технологий существенно растет [6, 7]. Использование геоинформационных технологий позволяет повысить уровень оперативного реагирования на любую неожиданную ситуацию с привязкой к конкретной территории на основе получения по ней всей необходимой картографической и тематической информации.

В этом случае получается полноценное картометрическое исследование с одновременным построением любых карт, диаграмм, программ и схем. ГИС позволяют осуществлять моделирование различных процессов и явлений, а также темпоральные изменений их состояния.

ГИС-технологии находят большое применение в туристском проектировании и для оптимизации процессов эксплуатации туристских ресурсов и объектов. Российская туристическая индустрия пока не достаточно развита в этом направлении, для некоторых городов созданы электронные карты, но на них зачастую отсутствует привязка к реальному времени [8].

В интернет-среде доступны различные ГИС-приложения, некоторые из которых представлены в табл. 1.

Некоторые ГИС-приложения, используемые в туристском бизнесе

Название	Описание	Разработчик	Категория	Недостатки программы
2ГИС	Это офлайн карты, удобный навигатор по городу и справочник с контактами организаций. Работает без подключения к интернет. Помогает находить: адреса, телефоны, строить оптимальные маршруты для проезда на автомобиле и общественном транспорте. Доступны города: России, Украины, Казахстана, Италии, Кипра, Чили и ОАЭ	LLC «DoubleGIS»	Навигация	- информация по ограниченному количеству городов; - не все предприятия и организации внесены в программу; - Проблемы с обновлением приложения;
4geo	Справочник организаций с картой городов Черногории и России. Карту, справочник организаций и навигацию можно использовать без подключения к сети интернет, а при подключении к сети становятся доступны отзывы об организациях и фотографии	4GEO ООО	Навигация	- информация по ограниченному количеству городов; - не все предприятия и организации внесены в программу;
АДРЕС МОСКВА	Городской Интерактивный справочник в одном шаге от звонка. Привычный и знакомый адресно-телефонный справочник в новом формате.	Magtoapp, Inc	Навигация	По данному приложению пользователи не оставляли комментарии

Описанные в таблице ГИС-приложения включают информацию по ограниченному числу городов и организаций, поэтому не могут удовлетворить запросы большинства пользователей. В России наибольший объем информации представлен по Москве и Санкт-Петербургу, однако здесь информация пока в одном ракурсе – электронной карте и на ней нет привязки к реальному времени.

Внедрение ГИС-технологий позволит повысить конкурентоспособность российских курортов, для этого необходимо создать ГИС-карту, на которой будет нанесена информация по инфраструктуре курортов: фотографии отелей, санаториев, их номеров, информация и качество обслуживания, указаны туристские фирмы, с которыми они сотрудничают, прейскуранты цен, и т.д.

Резюме. К настоящему времени уже сложилась деятельность по использованию геоинформационных систем в туризме с целью оптимизации его планирования и мониторинга деятельности туристских объектов. При разработке федеральных и региональных программ развития туризма ГИС могут внести необходимый вклад в формирование единой туристско-

рекреационной системы России. Для этого необходимо дополнить существующее программное обеспечение ГИС возможностями решения экономических и маркетинговых задач [9].

Эти системы являются наиболее перспективными информационными системами для решения привязанных к территориям задач управления бизнесом и мониторинга туристской индустрии.

Список литературы

1. Жукова, М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: Учебное пособие / М.А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2010. – 192 с.
2. Валько, Т.Н. Основы ценовой политики современных здравниц / Т.Н. Валько, А.М. Ветитнев, Б.Л. Винокуров. – Санкт-Петербург: СПГУЭиФ, 2001.
3. Геоинформатика: учебное пособие / В.И. Лайкин, Г.А. Упоров. – Комсомольск-на-Амуре: Изд-во АмГПГУ, 2013. – 162 с.
4. Маркеев, А.И. О правах на объекты интеллектуальной собственности, подлежащих охране и защите в России / А.И. Маркеев // Вестник СГГА. – 2011. – Вып. 11. – С. 228–232.
5. Бородко, А.В. Об основных принципах формирования и использования государственного картографо-геодезического фонда Российской Федерации / А.В. Бородко, Р.Б. Яковлева // Геодезия и картография. – 2010., – № 9.
6. Ветитнев, А.М. Изучение маркетинговой интернет-активности санаторно-курортного комплекса Сочи / А.М. Ветитнев, Я.А. Ашкинадзе // Маркетинг услуг. – 2007. – № 1. – С. 52–58.
7. Ветитнев, А.М. Контент-анализ социальных сетей как метод изучения удовлетворенности отдыхающих санаторно-курортным сервисом / А.М. Ветитнев, Я.А. Ашкинадзе // Sochi Journal of Economy. – 2010. – № 4. – С. 9–15.
8. Королев, Ю. Тенденция развития моделей данных в ГИС и их значение для ГИС-приложений по работе с инженерными сетями / Ю. Королев // Arcreview: современные геоинформационные технологии. – 2000. – № 2.
9. Кошкарев, А.В. Региональные геоинформационные системы / А.В. Кошкарев, В.П. Каракин. – М.: Наука, 2006. – 126 с.

УДК: 378

Павлюченко А.В. – аспирант (rgut2@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Готовность к управлению качеством образования обучающихся вузов

Аннотация. Привлечение студенчества в процесс создания и внедрения внутривузовской системы менеджмента ведет к удовлетворенности условиями и результатами обучения, и является эффективным средством повышения качества подготовки специалистов и, следовательно, качества образования в вузе в целом.

Ключевые слова: качество образования, готовность к управлению качеством образования, удовлетворенность студентов, роль студентов в области обеспечения качеством

Pavlyuchenko A.V. – postgraduate (rgut2@mail.ru), SSU, Sochi, Russia

Ready for managing the quality of education of students of University

Abstract. Involving students in the process of creating and implementing University management system leads to the satisfaction of the conditions and learning outcomes, and is an effective means of improving the quality of training and, consequently, the quality of education at the university as a whole.

Keywords: quality standards of education, willingness to manage the quality of education, student satisfaction, providing quality assurances of education, the role of students in quality assurance.

Актуальность. К настоящему времени в педагогической науке оформились два основных подхода к определению понятия «качество образования»: процессный (система условий, обеспечивающих это соответствие) и результатный (совокупность знаний, умений, навыков, компетенций, соответствующая требованиям, нормам, эталонам).

Анализируя эти подходы можно сделать обобщающий вывод, что качество образования – это интегральная характеристика образовательного процесса и его результатов, выражающая меру их соответствия распространенным в обществе представлениям о том, каким должен быть образовательный процесс и каким целям он должен служить.

Перенос процедуры контроля качества образовательного процесса и его результатов со стороны национальных систем аттестации и аккредитации в сторону внутренней самооценки образовательных учреждений предполагает необходимость создания внутривузовских систем управления качеством в соответствии с требованиями международных стандартов. Теперь образовательное учреждение несет ответственность за качество и оценку качества, что приводит к экономии временных и материальных ресурсов.

Необходимость создания внутренних систем оценки удовлетворённости студентов условиями и результатами обучения подчеркивает и Президент РФ В.В. Путин (Поручение президента 1148 п.2 от 22 мая 2014 года). Результаты этой оценки в дальнейшем будут учитываться в системе показателей эффективности деятельности образовательных организаций высшего профессионального образования. Это указание президента опирается на закон «Об образовании в Российской Федерации», в соответствии с которым, студенты становятся полноправными участниками управления образовательной организацией (273-ФЗ, статья 26) и имеют право на участие в формировании содержания своего профессионального образования (273-ФЗ, статья 34).

Сегодня мы рассматриваем образование как услугу, следовательно, потребителями в первую очередь становятся студенты, соответственно, назрела необходимость изменения идеологии управления качеством образования в вузе и включения в данную деятельность студентов. Авторы многих концепций профессионального образования (Т.Ю. Ломакина, О.Г. Прикот и др.) считают, что качественное образования возможно лишь в случае удовлетворения запросов студентов, как главного действующего лица.

Студенты, являясь заинтересованной стороной, имеют право участвовать в оценке образовательной деятельности вуза. Более того, активного участия студентов в оценке качества образования требует Болонская декларация, не зависимо от того, в какой роли они выступают в системе менеджмента качества - как участники образовательного процесса или как потребители, получающие образовательную услугу. Оценка составляющих качеств образовательного процесса и управление качеством образования, невозможно без готовности к участию студентов, для которых освоение профессиональных образовательных программ является серьезным жизненным проектом.

Результаты исследования. Педагогические и психологические исследования дают обширный диапазон определений готовности к деятельности, ее сущности и структуры. В зависимости от подхода различные авторы по-разному определяют ее структуру. Обобщая, целесообразно представить структуру готовности к управлению как единство следующих компонентов: мотивационно-целевого, организационно-деятельностного, рефлексивно-оценочного.

Мотивационно-целевой компонент отражает целенаправленный и сознательный характер управленческой деятельности, наличие мотивации и потребность в достижении успеха при ее выполнении. Обеспечивает формирование самообразовательной и управленческой деятельности студентов через умение постановки цели, определения задачи. Основная функция данного компонента - целеполагание.

Организационно-деятельностный компонент предполагает знание технологии управленческой деятельности, направлен на развитие саморегуляции и самоорганизации в деятельности. Помимо организационной, выполняет обучающую (приобретение знаний и умений) и воспитательную (формирование качеств личности, значимых для управленческой деятельности) функции.

Рефлексивно-оценочный компонент предполагает развития таких качеств, как рефлексивность, произвольный самоконтроль, самооценка. Предполагает умение анализировать и корректировать свою деятельность. Данный компонент информирует об уровне сформированности готовности к управленческой деятельности. Выполняя мониторинговую функцию, обеспечивает установление обратной связи преподавателя со студентами.

Таким образом, система менеджмента качества образования требует сегодня от студентов уже на этапе обучения наличия навыков менеджера, только в этом случае он может, как равноправный участник, быть задействованным в процессе управления качеством образования в вузе.

Как выяснилось из опроса, проведенного весной 2015 года, студенты не готовы управлять качеством своего образования. Анкетирование показало, во-первых, студенты не имеют достаточного уровня знаний о качестве и роли участия студентов в нем. Во-вторых, студенты не мотивированы для участия в управлении качеством образования. В-третьих, считают, что не имеют необходимых личностных качеств и управленческих навыков: организаторские способности, умение вести диалог с руководством и преподавательским составом, отстаивать свою точку зрения; (другое - нехваткой времени; неверие, что качество образования улучшится при их непосредственном участии; бояться ответственности и «наказания» со стороны преподавателей).

Таким образом, развитие в процессе обучения представленных выше компонентов готовности к управлению качеством образования представляет собой главную цель образования в его нетрадиционном понимании. Участие студента в формировании содержания своего профессионального образования, целенаправленного управления процессом своего профессионального развития, обладает значительным развивающим потенциалом. Именно понимание обучающимися собственных образовательных целей, мотивации к обучению; развитие потребности, способности, решимости к управлению качеством образования, формирование осознанного отношения к стандартам осваиваемой профессии; самостоятельное прогнозирование образовательной и впоследствии карьерной траектории; является эффективным средством повышения качества подготовки специалистов и, следовательно, качества образования в вузе в целом.

Человек, умеющий выстраивать свою образовательную траекторию на основе управленческих навыков, обязательно окажется способным выстроить и свою жизненную траекторию, тем более, что в сегодняшнем обществе эти траектории совпадают. Управление качеством своего образования как стратегия образования возможна исключительно как самостоятельный проект обучающегося как его инициатива, в том случае если он готов к этой деятельности. Именно готовность к управлению определяет эффективность данной деятельности.

Говоря о качестве образования, мы в своей работе опираемся на стандарт ИСО-9001, который называют рискоориентированным стандартом. В связи с этим, прежде чем начать работу по развитию у обучающихся готовности к управлению качеством образования необходимо провести анализ рисков вовлечения студентов в процедуры повышения качества образования.

Используя систему Business Studio, мы применили методику анализа несоответствий, их последствий и причин возникновения с применением диаграммы Исикавы.

Возникновение несоответствия может зависеть от многочисленных факторов. Причем некоторые из них могут влиять на другие, то есть быть связанными отношениями «причина-результат». Знание структуры этих отношений, то есть выявление полной цепочки причин, позволяет успешно решать проблемы управления, в том числе и проблемы управления качеством.

Нами были выделены 4 компонента причин, которые могут влиять на результат, два из которых характеризуют возможности самих обучающихся и два возможности внешней среды:

1. Мотивационно-целевой компонент;
2. Когнитивно-познавательный;
3. Технологии

реализации информированности студентов; 4. Регламенты и процессы поддержки инициативы студентов. Каждый компонент содержит по несколько причин.

Мотивационно-целевой компонент вошли такие причины как, низкий уровень деятельностной мотивации, низкий уровень когнитивной мотивации, низкий уровень эмоциональной мотивации, низкий уровень личностных управленческих компетенций у студентов, низкий уровень целеполагания. Когнитивно-познавательный компонент состоит из следующих причин: низкий уровень личностных возможностей к самоуправлению, несоответствие форм и методов целям и задачам обучения студентов, низкий уровень знаний студентов СМК. Технологии реализации информированности студентов предполагают такие причины как, низкий уровень информированности во внутреннем портале университета, низкий уровень информационного обслуживания на внешнем портале, низкий уровень обмена информацией между администрацией и студентами в области качества образования, низкий уровень прозрачности для работодателей и партнеров. Такой компонент как регламенты и процессы поддержки инициативы студентов включает следующие причины: низкий уровень регламентов участия студентов в процессах мониторинга и самообследования вуза, низкий уровень вовлеченности студентов в СМК вуза в качестве экспертов, низкий уровень регламентированности вовлеченности студентов в процесс формирования и реализации ОПОП.

В качестве несоответствия мы определили - неполное соответствие ожиданиям участия студентов в СМК. На основании методики оценки рисков, проанализировав несоответствие, мы получили перечень последствий, к которым может привести или уже привело данное несоответствие. Все последствия оцениваются по значимости для потребителя, а все причины по вероятности возникновения несоответствия в результате рассматриваемой причины и возможности обнаружения причины существующими методами контроля.

Список литературы

1. Аналитический отчет по результатам мониторингового исследования участия российских вузов в Болонском процессе. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www-Study_Cirkon_2006.pdf. (Дата обращения 23.04.2016).
2. Дрейзис, Ю.И. Управление качеством (Всеобщий менеджмент качества и его применения в образовательных учреждениях): Учебное пособие / Ю.И. Дрейзис, В.В. Коваленко, И.Л. Макарова, В.Н. Сидоров. – Сочи: РИЦ СГУ, 2013.
3. Отчет о проведения исследования «Болонья глазами студентов и аспирантов» / Национальный фонд подготовки кадров. Государственный университет. – М.: Высшая школа экономики, 2007.
4. Сайт Президента РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/assignments/21112> (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 796.034.2

Петрова Е.С. – студент (katya.1394@yandex.ru); Тельнова Т.П. – к.г.н., доцент, БашГУ, г. Уфа, Россия (telnova-tp@yandex.ru)

Особенности национального парка Олимпос – Бейдаглары, Турция

Аннотация. В данной статье характеризуется национальный парк Олимпос-Бейдаглары, его расположение, флора и фауна, виды отдыха. Также рассматривается город Олимпос, его история, основатели и инфраструктура и отель Kadir's Tree House, его особенность и оснащение.

Ключевые слова: национальный парк, Олимпос-Бейдаглары, Олимпос, уникальная флора, отель Kadir's Tree House, Кемер.

Peculiarities of the National Park of Olympos – Beydaglari, Turkey

Abstract. The article deals with the National Park Olimpos-Beydaglari, its location, flora and fauna, leisure activities. It is also considered the city of Olympos, its history, its founders and infrastructure and Hotel Kadir's Tree House, its features and equipment.

Keywords: National Park, Olympos-Beydaglari, Olympos, unique flora, the hotel Kadir's Tree House, Kemer.

Актуальность. Ландшафтный облик нашей планеты богат и разнообразен. Имеют место удивительные творения. Природа, пока недоступная для человека, продолжает жить по законам, установленным Творцом, сохраняясь почти в первозданном виде. Со временем, по мере проникновения цивилизации в самые отдаленные уголки планеты, все изменяется. В результате активного проявления антропогенного фактора многие растения и животные лишились привычных ареалов обитания; отдельные экземпляры флоры и фауны безвозвратно исчезли с лица земли.

Для того, чтобы сохранить достояние природы для будущих поколений создаются национальные парки, заповедники, заказники и другие формы ограничения антропогенной нагрузки на природную среду.

Основная цель функционирования национальных парков – охрана природных комплексов и объектов – дополняется организацией экологического просвещения населения путем непосредственного знакомства с типичными и уникальными ландшафтами, растениями и животными. Также как и заказники, национальные парки охраняют видовой состав ресурсов животного и растительного мира, оберегают уникальные ландшафты и отдельные их компоненты. [1]. Вместе с тем, спецификой деятельности национальных парков, отличающими их от иных категорий заповедных земель, выступает сохранение уникальности рекреационных ресурсов в относительно нетронутой природе, а также обеспечение возможности познавательного туризма и организации экологического просвещения. Поэтому характеристика туристско-рекреационных ресурсов национального парка любой страны представляет собой актуальную тему исследования [2, 3, 4].

Цель научной работы составляет исследование потенциальных возможностей для развития туризма на территории Национального парка Олимпос-Бейдаглары.

Для реализации этой цели **поставлены следующие задачи:**

- акцентировать цели создания национальных парков;
- охарактеризовать Национальный парк Олимпос - Бейдаглары;
- исследовать совокупность достопримечательностей, находящихся в пределах Национального парка.

Турция представляет собой не только прекрасное место для отдыха и развлечений, но и уникальный по своим особенностям природный комплекс. Территорий, относимых к категории заповедных земель, в стране не так много. Большая часть природных ландшафтов доступна для посещения туристами. Причем, природные парки Турции главным образом относятся к категории архитектурных и исторических памятников.

Национальный парк Олимпос-Бейдаглары, основанный в соответствии с декретом правительства в марте 1972 года, расположен в южной части страны. Его площадь достигает 34,425 гектара (132,92 квадратных мили). Территория национального парка простирается параллельно Средиземному морю, пересекая прибрежную полосу Кемер – Кумлуча от местечка Сарысу, юго-западнее Анталы, до мыса Гелидония. [5]

Исторически на территории современного Национального парка между границами регионов Памфилия и Ликия располагались центры древних цивилизаций – поселения Олимпос, Фазелис и Идирос. Все это обусловило проведение большого количества археологических раскопок, что в современных условиях способствует изучению находок для

восприятия и понимания быта, жизни и особенностей древних людей. Причем, раскопки на территории парка доступны для посещения в течение всего года.

Необходимо отметить и тот факт, что флора и фауна национального парка Олимпос-Бейдаглары богаты по своему видовому разнообразию. Флора заповедника насчитывает около 370 видов, а фауна включает свыше 100 представителей пернатых, около 100 видов пресмыкающихся и 80 разнообразных млекопитающих [5]. Кроме того, на территории парка прижились морские черепахи, которые неоднократно приносили потомство. Этот элемент местной фауны особо привлекателен для туристов.

Среди активных видов отдыха, предлагаемых Национальным парком, – пляжный отдых, морские прогулки. Специфика рельефа местности располагает к проведению пикников и организации палаточных лагерей. Созданы все необходимые условия для занятий трекингом, альпинизмом и парапланеризмом.

К числу главных достопримечательностей этого природного парка относится местечко Чирали-Олимпос, расположенное в 35 километрах от Кемера. Два названных посёлка находятся довольно близко друг к другу; их соединяет один огромный трехкилометровый пляж. Именно здесь гигантские морские черепахи *Caretta-Caretta* откладывают яйца. Это одно из немногих мест Средиземноморского региона, имеющих идеальные условия для черепашьего потомства [4].

Трасса маршрута имеет два съезда: первый – «Чирали, Янарташ» приводит путешественников к поселку Чирали и одноименной горе; спустя полкилометра второй (на Олимпос) – выведет к развалинам античного города и креативным отельчикам, расположенным на деревьях.

Экскурсии в эти места особой известностью не пользуются, поэтому не популярны у туристических агентств Кемера, за исключением рыбалки на горной речке Улупинар с последующим посещением многочисленных уютных ресторанчиков и подъема на ночную Химеру. В Чирали-Олимпосе отсутствуют массовый туризм и огромные отели; тем более любимая россиянами категория «все включено». Для местного ландшафта характерны аккуратненькие домики, окруженные гранатовыми и апельсиновыми садами, вперемежку с хвойными лесами.

Исторически Олимпос известен как древний пиратский город, расположенный в горном ущелье, на берегах живописной реки Гёксу. Основанное ликийцами в 3-м веке до Рождества Христова поселение быстро достигло расцвета. Его легендарные богатства и стратегически удобное местоположение привлекли сюда пиратов. Позже их сменили римские завоеватели, а во времена Византийской империи город неоднократно подвергался набегам османов.

Красота местного ландшафта обусловлена сочетанием реки и моря на фоне горного пейзажа. Особый колорит местности добавляет оживление на пляже Чирали, обычно пустынном. Здесь, пожалуй, самая густонаселенная часть национального парка Олимпос-Бейдаглары. Те посетители, которые предпочитают уединенное созерцание природы, стараются обойти этот район стороной.

Район Олимпоса примечателен не только запоминающимися руинами античного города на фоне живописного горного ущелья с речной прохладой, но и своеобразной архитектурой пансионатов «tree houses». «Tree houses» – это дома, созданные на деревьях; получили известность чуть более пятнадцати лет назад. В 1999 г. отель Kadir's Tree House приобрел статус лучшего хостела Европы [5].

Знаменитая фраза Юлия Цезаря по поводу своей победы над врагом «Пришел, увидел, победил» сегодня может приобрести иное звучание: «Пришел, увидел и остался, остался, остался...». Именно так написано на портале входа в отель Kadir's Tree House [6].

И действительно, этот креативный отель необычен во многом: совокупность ярких расписных домиков, «прислонившихся» к деревьям или расположенных прямо на стволах на трехметровой высоте; разгуливающие по двору куры с цыплятами; почти «игрушечные» деревянные сооружения; повсюду веревочные лестницы, канаты и гамаки; и все это спокойно созерцает достойная публика. Любителям комфортных условий предоставят привычное жилье

с кондиционерами, ванными и телевизорами. Из развлечений – традиционные кальянные и вечерние дискотеки у костра.

Выводы. Парк Олимпос-Бейдаглары – это район с уникальными флорой и фауной, разнообразной познавательной инфраструктурой, живописными ландшафтами имеет большие возможности для активизации многих видов туризма. Любой отдыхающий в окрестностях Кемера, посетив античный город Олимпос и его окрестности, может познакомиться здесь с совсем непривычной туристической Турцией.

Список литературы

1. Арсеньева, Е.И. Особенности управления развитием экотуристской деятельности в пределах особо охраняемых природных территорий / Е.И. Арсеньева, Л.К. Жданова // Новые горизонты менеджмента. – Тула: ТГУ, 2005. – С. 51–52.
2. Тельнова, Т.П. Греческий вектор средиземноморского туризма: территориальная дифференциация/ Т.П. Тельнова // Россия и Греция: перспективы гуманитарного сотрудничества / Отв. ред. Д.А. Черниенко. – Уфа, 2014. – С. 104–109.
3. Тельнова, Т.П. Туристско-рекреационный потенциал Китая и Таиланда: сравнительно-географический аспект / Т.П. Тельнова // Перспективы развития современных математических и естественных наук. – Воронеж, 2015. – С. 95–98.
4. Telnova, T.P. Comparative estimation of the recreation potential elements of Greece / T.P. Telnova // Economy modernization: new challenges and innovative practice Conference Proceedings. SCOPE ACADEMIC HOUSE B&M PUBLISHING / ed. by R. Berton. – San Francisco, 2013. – С. 154–156.
5. Сайт Министерства культуры и туризма Турецкой Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kultur.gov.tr/EN,99775/antalya---beydaglari-shore-national-park.html> (Дата обращения 13.03.2016).
6. Сайт турецких отелей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hotels.turizm.ru/turkey/olympus/58547/kadirs-top-tree-houses/> (Дата обращения 22.03.2016).

УДК: 338.48

Сердюков С.Д. – магистрант (ssdmaverick@gmail.com); Сердюков Д.А. – старший преподаватель (serdyukov@sutr.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Внедрение инновационных решений как фактор повышения конкурентоспособности туристского предприятия

Аннотация. В данной работе исследуются вопросы повышения конкурентоспособности туристского предприятия путем внедрения актуальных технических инноваций на примере разработанной автором онтологической модели предметной области «Туристский бизнес» на основе четырехуровневой модели представления знаний.

Ключевые слова. Туристский бизнес, туристский продукт, онтологическая модель, онтология.

Serdyukov S.D. – Undergraduate (ssdmaverick@gmail.com); Serdyukov D.A. – Senior Lecturer (serdyukov@sutr.ru), SSU, Sochi, Russia

The innovative solutions introduction as a factor of tourist business competitiveness improving

Abstracts. In the article the authors investigate the issues of tourist business competitiveness improving through the introduction of relevant technological innovations developed by the author as an example of the ontological domain model «Tourist business» based on the four-level model of knowledge representation.

Keywords. Tourist business, tourist product, ontology.

Актуальность. Современный туризм является значительным сектором мировой экономики, который демонстрирует высокие показатели роста в России и во всем мире. Согласно статистике Всемирной туристской организации UNWTO, в 2015 году в мире совершено 1,184 млрд. международных туристских поездок, что на 50 млн. поездок больше, чем в 2014 году. На долю туризма приходится 9 % ВВП (с учетом мультипликативного эффекта), \$1,5 трлн. в мировом экспорте, что составляет 6 % мирового экспорта и 29 % мирового экспорта услуг. Каждое 11-е рабочее место в мире создается в сфере туризма. [1].

По данным Ростуризма, внутрироссийский туризм показал в 2015 году рост более 40 % по сравнению с 2014 годом. Современный туристский бизнес является рыночной системой с высоким уровнем конкуренции. Помимо традиционной конкуренции между игроками туристского рынка туроператоры и турагенты конкурируют с системами бронирования в Интернете, предлагающими технологичные решения b2c, которые оттягивают клиентов у участников туристского рынка и традиционных каналов продажи туристского продукта. Поэтому вопрос разработки и внедрения технических инноваций, повышающих конкурентоспособность туристского предприятия, является очень актуальным.

Методы, организация исследований. Для решения актуальной проблемы внедрения инноваций в деятельность туристского предприятия, повышающих его конкурентоспособность, были исследованы проблемы представления и интеграции знаний, извлеченных из разных по своей природе и содержанию источников. В ходе исследования была разработана онтологическая модель предметной области «Туристский бизнес» на основе четырехуровневой модели представления знаний [2], полученных из различных источников, начиная от нормативно-правовых документов, регулирующих деятельность в данном сегменте рынка, и заканчивая эмпирическими знаниями. В том числе была создана онтология предметной области «Туристский бизнес», содержащая ключевые термины, описывающие данную предметную область. Методы интеграции знаний основаны на теоретико-модельном подходе к разработке онтологий и онтологических моделей предметной области [3]. На основе четырехуровневой модели представления знаний разработана онтологическая модель предметной области «Туристский бизнес».

Результаты исследования. В основе разработанной онтологической модели лежит четырехуровневая модель представления знаний (рис. 1) [2].



Рис. 1. Четырехуровневая модель представления знаний

Данная модель включает в себя уровни представления знаний:

1. Уровень онтологических знаний – описание ключевых понятий предметной области. Данный уровень служит основой и играет исключительную роль в моделировании предметной области [4]. Онтология описывает роли (туроператор, потребитель и др.), виды туризма, наименования и термины, принятые в данной предметной области, и многое другое.

2. Уровень общих знаний – законы и постулаты предметной области [2]. Это знания об общих принципах данной предметной области. В случае с турбизнесом, общие знания есть не что иное, как нормативно-правовая база, законы, регулирующие туристский рынок. Для данной предметной области нормативно-правовая база играет исключительную роль, так как именно она в точности определяет права и ответственность, которую несут стороны, участвующие в процессах.

3. Эмпирические данные содержат описание конкретных ситуаций, прецеденты, имевшие место в данной предметной области. Для туризма эмпирическими знаниями служит статистика спроса различных категорий клиентов на конкретные туристические продукты в различных сегментах данного рынка, а также опыт предшествующих поездок постоянных клиентов.

4. Оценочные знания могут быть как внешними в виде экспертной оценки, мнения высказанного экспертами, работающими в данной области и обладающими достаточной компетенцией, так и внутренними, порожденными на основе онтологической модели.

Онтология описывает предметную область, она помогает определять знания, относящиеся к предметной области. Далее в дело вступает уровень общих знаний, он помогает из множества прецедентов выбрать наиболее подходящее для анализа множество (согласующееся с законодательством по конкретным пожеланиям клиента) с одной стороны, и выявить возможные риски в полученных оценочных знаниях с другой. Прецедентный уровень знаний является основой для порождения новых оценочных знаний, он предоставляет знания о ситуациях схожих текущей, в дальнейшем на их основе порождаются оценочные знания – результат подбора турпродукта, отвечающего заданным критериям. Далее оцениваются риски тех или иных ситуаций, описанных в порожденных знаниях, после чего они пополняют базу прецедентов.

В текущих условиях туристского рынка анализ спроса, предпочтений и даже настроений туристов приобретает важнейшую роль среди инструментов маркетинга. Также мнения экспертов и данные научных исследований показывают, что из источника информации Интернет постепенно превращается в инструмент продажи туристского продукта, поиска и подбора вариантов отдыха для потребителей. Например, рекламу турпродукта в Интернете считают запоминающейся 43,2 % респондентов. [5] Но для того, чтобы превращать возможности Интернета в реальные экономические результаты, необходимо повышать конверсию веб-сайта туристского предприятия, для чего необходимо внедрять эффективные инновационные технические решения.

Указанные инновации позволят туристскому предприятию быть конкурентоспособным по сравнению с возможностями популярных систем поиска и бронирования отелей типа booking.com, oktogo.ru и др. Предлагаемый в разработанной модели подход позволит учитывать при поиске и подборе туристского продукта гораздо больше факторов и критериев и сделать поиск и подбор тура более индивидуализированным и конкретизированным для потребителя.

Выводы. В ходе исследования была создана онтология предметной области «Туристский бизнес», содержащая ключевые термины, описывающие данную предметную область. Методы интеграции знаний основаны на теоретико-модельном подходе к разработке онтологий и онтологических моделей предметной области [2].

На основе четырехуровневой модели представления знаний разработана онтологическая модель предметной области «Туристский бизнес». В качестве эмпирических знаний, прецедентов предметной области, рассматриваются истории поездок туристов. За счет обработки нормативно-правовых документов, истории поездок туристов (прецедентов), а также экспертной оценки, порождаются оценочные знания, предназначенные для выдачи рекомендации туроператорам с целью дальнейшего подбора турпродукта, отвечающего требованиям клиента.

Предложенная модель поиска и подбор туристского продукта может в дальнейшем быть использована для разработки и внедрения инновационных технических решений для

туристских компаний, которые в этом случае получают эффективный инструмент привлечения клиентов и продажи, значительно повышающий их конкурентоспособность.

Список литературы

1. International tourist arrivals up 4% reach a record 1.2 billion in 2015 // Официальный веб-сайт Всемирной туристской организации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://media.unwto.org/press-release/2016-01-18/international-tourist-arrivals-4-reach-record-12-billion-2015> (Дата обращения: 10.03.2016).
2. Найданов, Ч.А. Теоретико-модельные методы интеграции знаний, извлечённых из медицинских документов / Ч.А. Найданов, Д.Е. Пальчунов, П.А. Сазонова // Вестник НГУ. Серия: Информационные технологии. – Т. 13. – 2015. – Вып. 3.
3. Пальчунов, Д.Е. Применение теоретико-модельных методов извлечения онтологических знаний в предметной области информационной безопасности / Д.Е. Пальчунов, П.А. Степанов // Программная инженерия. – 2013. – № 11. – С. 8–16.
4. Staab S., Studer R. (eds.) The Handbook on Ontologies in Information Systems. – Springer Verlag, 2003. – 811 p.
5. Сердюкова, Н.К. Оценка эффективности методов продвижения и рекламы и узнаваемости бренда «Курорты Краснодарского края» на основании опросов потребителей и экспертов / Н.К. Сердюкова, Л.М. Романова, Д.А. Сердюков // Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм: Материалы 2-й Международной научно-практической конференции. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВПО «СГУ», 2014. – С. 140–149. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=21760460> (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 338.48

Сокольникова В.Н. – магистрант (valeriya_sokolni@mail.ru); Брюханова Г.Д. – профессор (bryukhanov2@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Санаторно-курортные технологии для лиц, проживающих в депрессивном экологическом регионе – Республике Бурятия

Аннотация. В докладе раскрывается способность к разработке стратегий развития туристской деятельности на региональном уровне и соответствующих уровням проектов. Рассматривается перспективная территория с уникальными лечебными и природными факторами, где необходимо внедрять новые оздоровительные технологии.

Ключевые слова: Многоконтурный лечебно-оздоровительный продукт, особая экономическая зона туристско-рекреационного типа, Республика Бурятия, оздоровление для молодежи.

Sokol'nikova V.N. – Undergraduate (valeriya_sokolni@mail.ru), Brukhanova G.D. – professor(bryukhanov2@mail.ru), SSU, Sochi, Russia

Health Spa technology for persons living in a depressed ecoregion – the Republic of Buryatia

Abstracts. In the article the authors investigate the issues of strategy development in a depressed ecoregion – the Republic of Buryatia. Prospects for the introduction of new health technologies at the destination with unique natural therapeutic factors have been considered.

Keywords. Health Spa, depressed ecoregion, Buryatia.

Республика Бурятия обладает огромным потенциалом природных лечебных ресурсов, их эффективное использование может рассматриваться как дополнительное инвестирование в здоровье человека. Деятельность санаториев определяет мультипликативный эффект, оказывая влияние на другие отрасли экономики за счёт снижения потерь трудоспособности гражданами, прошедшими курс санаторно-курортного лечения.

Численность постоянного населения республики на 1 января 2015 года составила 978495 человек, из них городское – 576389 человек и сельское – 402106 человек, из них 48 % мужчины и 52 % женщины. Более 48 % населения являются экономически активными. Республика занимает 6 место среди регионов РФ по уровню рождаемости. Возрастные группы от 20 до 49 лет составляют 46 % (451 тыс. чел.) населения республики (рис. 1). Эта категория населения относится к наиболее экономически активной группе населения в трудоспособном возрасте.

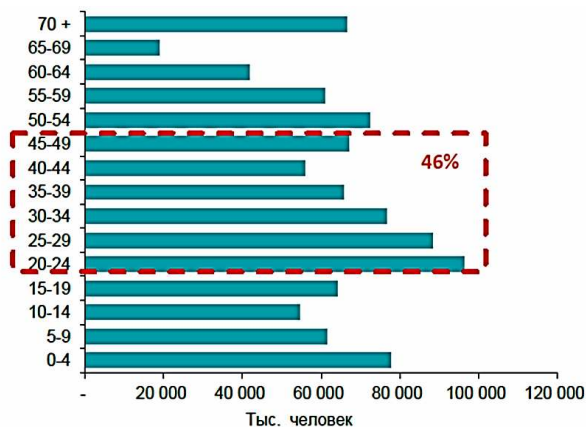


Рис. 1. Распределение численности населения Республики Бурятия по возрастным группам (Бурятстат)

За последние 10 лет заболеваемость населения Республики Бурятия постоянно растет, что связано с одной стороны, с более эффективной выявляемостью заболеваний с помощью новых методов диагностики, с другой стороны, с неэффективностью системы профилактики и предотвращения заболеваний. В 2001 году первичная заболеваемость составила 57 617,0 случаев на 100 тыс. населения, в 2012 году – 65 494,8 случаев на 100 тыс. населения, рост заболеваемости составил 14 % (рис. 2).

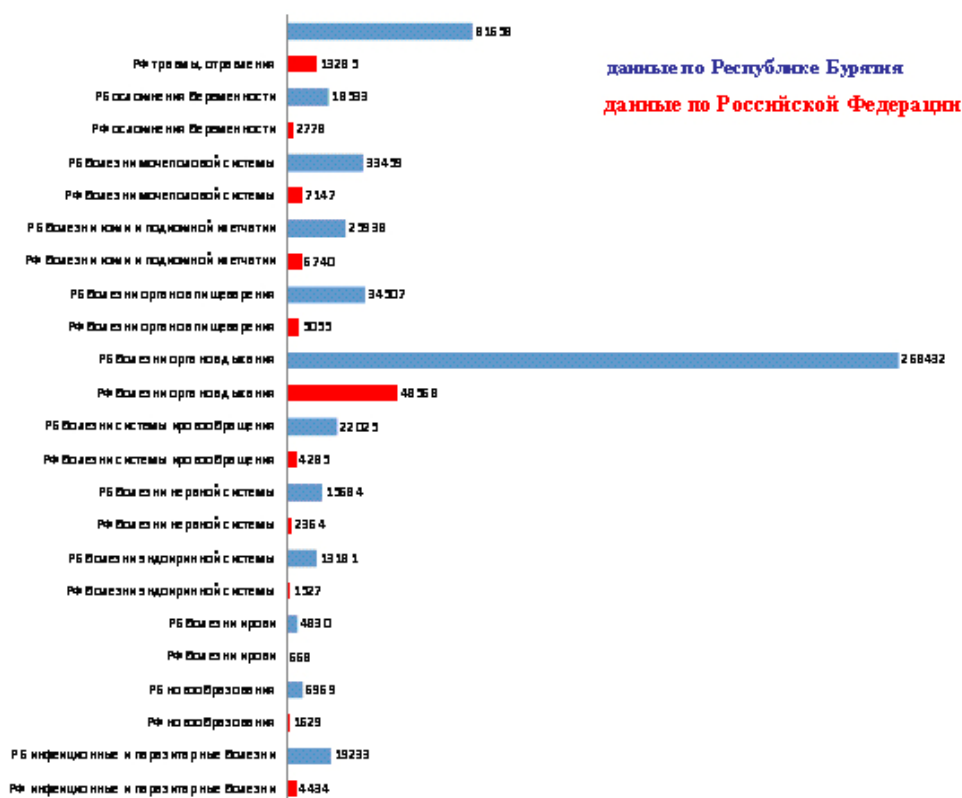


Рис. 2. Заболеваемость населения по основным классам болезней в России и Республике Бурятия 2001-2014 гг.

С 2002 по 2012 гг. возросло число случаев заболеваний, приводящих к смерти. Например, число случаев заболеваний системы кровообращения возросло на 38 %. По структуре заболеваемости преобладают болезни органов дыхания (26 %) и болезни системы кровообращения (12,7 %).

Республика Бурятия относится к числу регионов с неблагоприятной эпидемиологической ситуацией по злокачественным новообразованиям: с низкой заболеваемостью и низкой смертностью. Уровень онкологической заболеваемости составляет 250,4 на 100 тыс. населения, ниже, чем по РФ и СФО на 31,5 % и 33,3 % соответственно.

Население Бурятия, как и всё живое на земле, испытывает воздействие радиации за счёт трёх составляющих радиационного фона – космического, естественного (природно-земного) излучений и техногенного загрязнения. Основную дозу облучения люди получают за счет внутреннего и внешнего облучения. Естественный радиационный фон в Бурятии (с уровнем, двукратно превышающим российский) определяется её расположением в Байкальской горной области, сложенной древними метаморфическими, вулканогенными, осадочно-континентальными отложениями с относительно безопасным уровнем радиационного поля от 12 до 30 мкР/час.

Территория Бурятии входит в состав крупнейшей в России Забайкальской ураноносной провинции, в которой в настоящее время выявлено 20 месторождений и более 130 рудопроявлений урана, а также 5200 радиоактивных аномалий. Мощность экспозиционной дозы на этих природных радиоактивных объектах варьирует в широких пределах (от 100 до 1000 мкР/час). Значительные площади в Бурятии сложены формациями изверженных горных пород с повышенными концентрациями естественных радионуклидов (урана – 238, тория – 232, калия – 40). Это дает и повышенную концентрацию газообразных продуктов его распада – радона, который, мигрируя по многочисленным тектоническим нарушениям, накапливается в почвенном и атмосферном воздухе, подземных водах, достигая опасных концентраций.

На территории Бурятии радиоэкологические исследования мелкого масштаба (1:1000000) выполнены ГФУП «Бурятгеоцентр» и ГП «Сосновгеолсервис». В результате проведённых ими наблюдений установлено, что вся территория Бурятии загрязнена техногенными радионуклидами, в концентрациях превышающих значение глобального фона (вероятный источник – ядерные испытания, проведённые в советский период времени на Семипалатинском, Новоземельском (РФ) и Лобнорском (КНР) полигонах, в зоне влияния которых оказалась республика).

Однако важно отметить, что курортные зоны республики не затронуты проблемой радионуклидного загрязнения.

Республика Бурятия относится к йододефицитным регионам Российской Федерации. Среди жителей республики с каждым годом увеличивается заболеваемость по всем видам патологии щитовидной железы. Так, с 2010 г. заболеваемость по узловому зобу выросла в полтора раза, гипотиреозом – на треть. По данным предыдущих профилактических осмотров в Улан-Удэ зоб регистрируется у каждого десятого подростка, а в районах республики – у каждого третьего. Врачи утверждают, что в эндемичных регионах, к которым относится и Бурятия, дефицит йода напрямую связан со снижением уровня интеллектуального развития школьников.

Бурятия относится к селендефицитным регионам, а химический состав почв подтверждает дефицит микроэлемента. Положение усугубляется распространенностью дефицита йода на большей части территории. Интерес к селену не ослабевает уже многие годы, поскольку селен таит в себе потенциальные возможности борьбы со старостью, заболеваниями сердца и опухолями, повышения иммунитета, увеличения репродуктивной активности организма, создания эффективной защиты от тяжелых металлов. С недостатком потребления селена связывают развитие катаракты, высокую восприимчивость к инфекциям, болезни сердца, бесплодие у мужчин, облысение, медленный рост детей, высокий риск заболевания многими формами рака, среди которых рак простаты, желудка, легких, особенно у курящих.

Таким образом, Республика Бурятия относится к геобиохимическим провинциям, дефицитным по селену, йоду и имеет участки территории, на которых население испытывало в прошлом повышенную радиационную нагрузку. Совокупностью этих факторов обусловлен низкий уровень состояния здоровья её жителей и, соответственно, определена необходимость расширения реабилитационных мероприятий среди населения по актуальным классам болезней, что подчёркивает высокую потребность республики в развитии санаторно-курортной отрасли.

Предложен проект лечебно-оздоровительной программы для молодежи «Здоровая пчела» – «The healthy bee», который будет реализован в особой экономической зоне территориально-рекреационного комплекса (ОЭЗ ТРТ) «Байкальская гавань». Концепцией лечебно-оздоровительной программы «Здоровая пчела» является формирование основ и культуры здоровья молодежи, развитие индивидуальной и общественной потребности в активном, позитивном образе жизни, популяризация использования санаторно-курортных услуг среди молодежи, коррекция нарушений здоровья, обусловленных действием экологически неблагоприятных факторов. Программа «Здоровая пчела» – «The healthy bee» включает диагностические процедуры, комплекс воздействий физических факторов: природных и преформированных. Противопоказания общие для санаторно-курортного лечения, показания: заболевания, обусловленные дефицитом йода, селена, а также проживание в регионах с повышенным уровнем радиоактивной нагрузки на организм.

Ожидаемый эффект программы: улучшение качества жизни и самочувствия; прилив положительной энергии; поднятие жизненного тонуса; улучшение внешнего вида; восстановление работоспособности человека. Разработан комплекс мер, которые направлены на продвижение проекта (рекламы, участие в специализированных выставках, ярмарках, издание буклетов, каталогов и др.).

В лечебно-оздоровительной программе присутствует нетрадиционный метод оздоровления – апитерапия, что послужило основой для выбора название продукта, а также фитотерапия и коррекция по дефицитным микроэлементам. За основу логотипа программы взята пчела – как источник здоровья, как символ жизни, бодрости и трудолюбия, чистоты, смелости и плодородия. Программа рассчитана на молодых людей 16–30 лет (это отражено в логотипе надписью «Wellness for young» – «Оздоровление для молодых») – самый трудоспособный возраст, требующий физических и духовных сил, усердия, что ассоциируется с образом пчелы. Голубые крылья, зеленые листья травы отражают нетронутую экологическую природу Байкала, уникальные природные лечебные факторы, показывают насколько полезными и эффективными будут применяемые методики лечения. Разработана брошюра, макеты подарочной сувенирной продукции в определенной цветовой гамме программы – синей, желтой, песочной окраски с фирменными логотипами и рекламой.

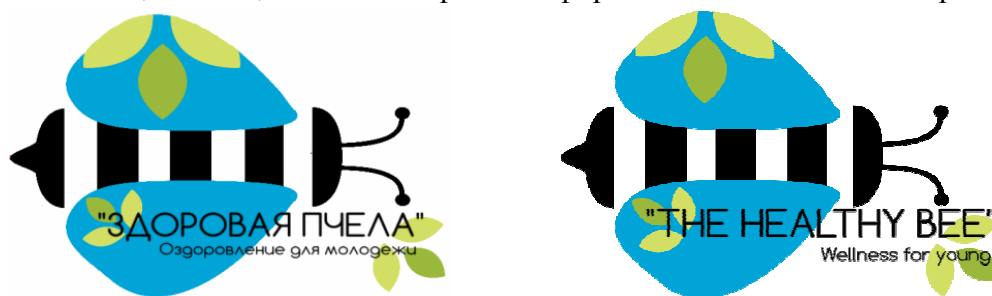


Рис. 3. Логотип программы «Здоровая пчела» – «The healthy bee»

Многоконтурность лечебно-оздоровительного продукта ОЭЗ ТРТ «Байкальская гавань» представлена следующими контурами:

– *первый (внутренний) контур*: пакет оздоровительных и санаторно-курортных услуг (на примере программы «Здоровая пчела» – «The healthy bee»);

– **второй (расширенный) контур**: пакет мероприятий, направленных на формирование потребности молодежи в здоровом активном образе жизни: трекинг, яхтинг, велоспорт и др.;

– **третий (внешний или высокий контур)**: этно-культурно-познавательные туристские услуги (на примере буддистских, древнехристианских объектов и традиций), направленные на осознание единения человека с природой и развитие духовных основ здоровья.

Резюме. Многоконтурный лечебно-оздоровительный продукт ОЭЗ ТРТ «Байкальская гавань» направлен на молодежный сегмент потребителей, в том числе, проживающих в экологически депрессивных (по уровню радиоактивного загрязнения, дефицита йода и селена) территориях, что отличает его от других известных проектов, определяет его социально-медицинское значение, а также стратегию развития ОЭЗ ТРТ «Байкальская гавань». Программа и концепция многоконтурного лечебно-оздоровительного продукта одобрены руководством «ОЭЗ» в Республике Бурятия.

Список литературы

1. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». – Справочно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс].
2. Федеральный закон РФ от 22 июля 2005 г. № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в РФ» (в ред. Федерального закона от 03.06.2006 № 76-ФЗ). – Справочно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс].
3. Абалаков, А.Д. Туризм в заповедниках и национальных парках Байкальского региона в свете современной концепции развития системы ООПТ России / А.Д. Абалаков // Активный туризм в Байкальском регионе. Реальность и перспективы. – 2012.
4. Амирханов, М.М. Особые экономические зоны и развитие туризма / М.М. Амирханов, Ю.А. Барзыкин, П.П. Чуваткин. – М.: Сочи: СГУТиКД, 2006.
5. Ветитнев, А.М. Современное состояние рынка и некоторые проблемы управления санаторно-курортными организациями / А.М. Ветитнев, Л.С. Лебедева // Вестник Национальной академии туризма. – 2008. – № 2(6). – С. 12–15.

УДК: 796.034.2

Федорова Е.С. – студентка; Хачемизова Е.Н. – доцент (khachemizova@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Анализ и оценка финансовых результатов АО «Сочинского морского торгового порта»

Аннотация. В данной статье проанализированы и оценены финансовые результаты АО «Сочинского морского торгового порта», которые показывают эффективность хозяйственной деятельности. На финансовый результат деятельности могут повлиять изменения различных показателей.

Ключевые слова: финансовый результат, горизонтальный анализ, вертикальный анализ, АО «Сочинский морской торговый порт», финансовое состояние.

Fedorova E.S. – student; Khachemizova E.N. – Associate Professor (khachemizova@mail.ru), SSU, Sochi, Russia

Analysis and evaluation of the financial results of JSC «Port of Sochi»

Abstract. This article analyzed and assessed the financial results of JSC «Port of Sochi», which show the efficiency of economic activities. On the financial performance may be affected by changes in various indicators.

Keywords: financial results, horizontal analysis, vertical analysis, JSC «Port of Sochi», financial condition.

Актуальность. Финансовый результат – это прирост или уменьшение капитала организации в процессе финансово-хозяйственной деятельности за отчетный период, который выражается в форме общей прибыли или убытка. Безусловно, любая коммерческая организация заинтересована в получении прибыли, так как этот показатель говорит об эффективности деятельности. Анализ финансовых результатов позволяет дать оценку финансовым результатам и выявить возможности их улучшения [2].

Целью научной работы является анализ и оценка финансовых результатов АО «Сочинского морского торгового порта». Для достижения этой цели будут решаться такие задачи, как: проведение горизонтального и вертикального анализа отчета о финансовых результатах, рассмотрение результатов анализа.

Методы, организация исследования. Одними из методов анализа финансовых результатов является горизонтальный и вертикальный анализ, который проводится на основе данных отчета о финансовых результатах.

Горизонтальный анализ предполагает сравнение финансовых показателей с предыдущими периодами времени с целью определения тенденций в развитии предприятия." Он заключается в построении одной или нескольких аналитических таблиц, в которой абсолютные показатели дополняются относительными темпами роста (снижения) [1, с. 272].

Вертикальный (структурный) анализ позволяет проанализировать структуру формирования финансовых результатов в сравнении с предыдущим периодом. Он заключается в том, что «выручку принимают за сто процентов, а каждую статью финансового отчета представляют в виде процентной доли от принятого базового значения» [1, с. 272].

Данный вид анализа очень значим, так как он позволяет не только выявить изменения на конец отчетного периода, но и рассмотреть подробно структуру отчета о финансовых результатах, и самое главное – выявить изменения каких доходов или расходов повлияли на изменения итогового показателя, то есть чистой прибыли.

Проведем горизонтальный и вертикальный анализ финансовых результатов АО «Сочинский морской торговый порт» (табл. 1), – коммерческого предприятия, основное направление деятельности которого, – развитие регулярных морских пассажирских перевозок и круизного туризма на черноморском побережье России [3].

Таблица 1

**Горизонтальный и вертикальный анализ отчета о финансовых результатах
АО «Сочинского морского торгового порта»**

Наименование показателя	2015 г.	2014 г.	Горизонтальный анализ			Вертикальный анализ		
			Абс. изм. тыс. руб.	Тр.%	Тпр.%	2014,%	2013,%	Абс. изм. тыс. руб.
Выручка	289251	275021	14230	105,2	5,2	100	100	0
Себестоимость продаж	-275221	-296045	20824	92,9	-7,1	95,2	107,6	-12,4
Валовая прибыль (убыток)	14030	21024	-6994	66,7	-33,3	4,8	7,6	-2,8
Ком. расходы	-	-	-	-	-	-	-	-
Управ. расходы	-30858	-31207	349	98,9	-1,2	10,7	11,4	-0,7
Прибыль (убыток) от продаж	-16828	-52231	35403	32,2	-67,8	5,8	18,9	-13,1
Дох. от участия в других акциях	-	-	-	-	-	-	-	-
Проценты к получению	5073	2618	2455	193,8	93,8	1,7	0,9	0,8
Проценты к уплате	-75994	-55231	-20763	137,6	37,6	26,3	20,1	6,2
Прочие доходы	17759	741317	-723558	2,	-97,6	6,2	269,5	-263,3
Прочие расходы	-12290	-566199	553909	2,171	-97,8	4,3	205,8	-201,5
Прибыль(убыток) до налогообл-я	-82280	-50274	-32006	163,7	63,7	28,5	18,3	10,2
Текущий налог на прибыль	-	-	-	-	-	-	-	-
в т.ч. пост. налог. обяз-ва (активы)	2272	3791	-1519	59,9	-40,1	0,8	1,4	-0,6
Изм-е отлож. нал. обязательств	862	-16949	17811	-5,1	-105,1	0,3	6,2	-5,8
Изм-е отлож.нал. активов	13322	3104	10218	429,2	329,188	4,6	1,2	3,4
Прочее	-31	-45	14	68,9	-31,2	0,1	0,1	0
Чистая прибыль (убыток)	-68127	36384	-104511	-187,3	-87,3	23,6	13,3	10,3

Результаты исследования. Из табл. 1 следует, что за 2015 год наблюдалась тенденция роста выручки быстрее, чем у себестоимости. Доля себестоимости в выручке снизилась на 12,4 %. Что сказалось на снижении валовой прибыли на 6994 тыс. руб. и ее доли в выручке на 2,8 %. Убыток от продаж вырос на 35403 тыс. руб. в связи с ростом управленческих расходов, тогда как его доля в выручке снизилась на 13,1 %.

Убыток до налогообложения уменьшился на 32006 тыс. руб., что связано с увеличением прочих расходов на 553909 тыс. руб. и уменьшением прочих доходов на 723558 тыс. руб. Доля убытка до налогообложения в выручке увеличилась на 10,2 %.

Главный показатель – чистый убыток уменьшился на 104511 тыс. руб., тогда как его доля в выручке увеличилась на 10,3 %. На изменения чистого убытка повлияли изменения валовой прибыли, убытка от продаж, убытка до налогообложения.

Структурный анализ показал, что главным источником формирования убытка является убыток от продаж, который находится путем вычитания из выручки себестоимости, коммерческих и управленческих расходов. Имеется тенденция к сокращению убытка от продаж, это говорит о том, что через 1–2 года АО «Сочинский морской торговый порт» получит прибыль от продаж, что позволит сократить чистый убыток.

Выводы. Анализ финансовых результатов АО «Сочинского морского торгового порта» показал убыток в 2015 г., на который повлияли изменения показателей отчета о финансовых результатах. АО «Сочинский морской торговый порт» испытывает временные трудности, из которых можно выйти путем уменьшения управленческих и прочих расходов, а также увеличением прочих доходов.

Список литературы

1. Игнатъева Е.В. Методика анализа финансового состояния предприятия / Е.В. Игнатъева. – М.: Молодой ученый, 2015. – 340 с.
2. Понятие финансовых результатов и действующий порядок их формирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.xliby.ru/shpargalki/yekonomicheskii_analiz/p35.php (Дата обращения 23.04.2016).
3. Сочинский морской торговый порт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.morport-sochi.ru/> (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 37.091.8 : 334 : 338.48

Khairtdinova O.A. – магистрант, аспирант (khairtdinova.oa@gmail.com) ИЭС УГНТУ, г. Уфа, Россия

Предпринимательская активность вузов в туризме и гостеприимстве: проблемы и перспективы

Аннотация. В данной статье рассмотрены основные проблемы развития предпринимательской деятельности вузов в туризме и гостеприимстве, а также перспективные виды экономической деятельности в индустрии.

Ключевые слова: предпринимательский университет, современное образование, инновационное предпринимательство, индустрия туризма и гостеприимства, инновационный менеджмент, государственно-частное партнерство.

Khairtdinova O.A. – undergraduate, assistant (khairtdinova.oa@gmail.com), IES USPTU, Ufa, Russia

Entrepreneurial activity of universities in the tourism and hospitality: problems and prospects

Abstract. In this article the basic problems of the development of entrepreneurial activities of universities in the tourism and hospitality, as well as future economic activities in the industry.

Keywords: entrepreneurial university, advanced education, innovative entrepreneurship, tourism and hospitality industry, innovation management, public-private partnership.

Актуальность. В современных условиях развития России индустрия туризма и гостеприимства становится перспективным направлением экономического роста на региональном и федеральном уровнях. Данная отрасль предстает инструментом увеличения инвестиционной привлекательности субъектов РФ, повышения уровня жизни и занятости населения и т. д. Безусловно, развитие отрасли сложно представить без активного и продуктивного взаимодействия государственного аппарата, субъектов предпринимательства, научных и образовательных центров.

Однако пока в туристической отрасли многих регионов отмечается дефицит квалифицированных профессиональных кадров, способных совершенствовать сферу обслуживания, ассортимент туристических продуктов, разрабатывать новые направления туризма и способствовать развитию как внутренних, так и внешних туристических потоков. Данная ситуация сформировалась не только из-за нехватки количества новоявленных выпускников профильных вузов, но также из-за стремительного роста требований работодателей к соискателям. Сложившаяся тенденция объясняется и тем, что индустрия туризма и гостеприимства в большинстве регионов находится в стадии перехода на новый уровень рыночного развития, поэтому многие процессы и технологии динамично совершенствуются либо вовсе сменяются другими.

Таким образом, система профильного образования, несмотря на отмечающееся реформирование, не успевает за активно модернизирующимися потребностями предпринимательской отрасли. Одним из эффективных инструментов стабилизации и урегулирования данной ситуации является включение профильного вуза в предпринимательскую деятельность.

Цель научной работы – выявить проблемы и перспективы предпринимательской активности вузов в индустрии туризма и гостеприимства. Для достижения цели необходимо решить следующие **задачи**: систематизировать знания о видах предпринимательской деятельности вузов, о сферах применения труда в индустрии и в каждой категории определить проблемные и перспективные тенденции развития системы подготовки кадров.

Методы исследования. Работа осуществлена с использованием общенаучных методов исследования: анализа категорий и конкретных сфер применения труда в туристической индустрии; синтеза параметров, определяющих способы коммерческой активности вузов.

Результаты исследования. В ходе исследования проанализированы основные потребности потребителей и субъектов туристической отрасли Республики Башкортостан, федеральные и региональные программы развития индустрии и сопутствующих отраслей [1, 2]; состояние и перспективы инфраструктуры индустрии, основные федеральные и региональные тенденции развития. В соответствии с видами и результатами предпринимательской деятельности обозначены перспективные направления коммерческой деятельности опорного вуза в регионе, профильного университета по подготовке кадров для туристической индустрии в Республике Башкортостан – Института экономики и сервиса Уфимского государственного нефтяного технического университета.

За двадцатилетнюю историю на кафедре «Туризм, гостиничный и ресторанный сервис» Института экономики и сервиса УГНТУ сформировалась обширная научно-проектная и исследовательская база работ профессорско-преподавательского состава и студентов [3], накоплен инновационный потенциал актуальный для коммерциализации. В основу системы заложены основные сферы применения труда в туристической индустрии; перспективные направления развития туристической отрасли в соответствии с региональной программой развития туризма, а также материально-технической и научно-исследовательской базой университета (табл. 1).

В ходе проведенных исследований наиболее оптимальными механизмами осуществления коммерческой деятельности были определены следующие: хозяйственная деятельность вуза в сегменте государственных заказов; деятельность аффилированных

предприятий преподавателей и / или студентов в сегменте оказания услуг среднему и малому бизнесу, а также потребителям.

Таблица 1

Перспективные направления развития коммерческой деятельности туристического вуза

№	Перспективное направление развития туристической отрасли в Республике Башкортостан	Ключевые потребности потребителей и субъектов отрасли	Виды и функции предпринимательской деятельности	Ожидаемые результаты
1.	а) Создание условий для эффективного развития туристской отрасли б) Развитие и совершенствование инфраструктуры туризма, в том числе сопутствующей (транспорт, общественное питание, развлечения и др.)	Комплексный анализ туристических ресурсов региона и условий их эффективного использования	Консультационно-проектная деятельность: проведение комплексного маркетингового анализа районов республики; разработка программы мероприятий и рекомендаций по повышению эффективности развития туристического потенциала на районных, региональном и межрегиональном уровнях.	Создание комплексной базы данных о состоянии и перспективах развития туристического потенциала республики
2.	а) Формирование конкурентоспособного регионального туристского продукта, обеспечивающего позитивный имидж Республики Башкортостан на туристском рынке б) Проведение активной рекламной деятельности, направленной на продвижение туристских ресурсов Республики Башкортостан на российский и международный туристские рынки в) Повышение качества туристских и сопутствующих услуг в соответствии с принятыми стандартами, в том числе международными г) Поддержка развития предпринимательства в сфере туризма, прежде всего малого и среднего предпринимательства д) Содействие развитию межрегиональных и международных туристских связей на основе взаимной выгоды	Разработка бренда Республики и платформы комплексного взаимодействия субъектов туристической индустрии в целях продвижения туристического региона на федеральные и международные рынки, совершенствования качества услуг в соответствии с требованиями туристов	Консультационно-проектная деятельность: исследование бренд-платформы, потребностей потенциальных туристов; разработка стратегической программы мероприятий по построению бренда территории; исследование уникальных ресурсов потенциально востребованных на международных и федеральном туристических рынках [4]. Образовательная деятельность: подготовка управленческих кадров и обслуживающего персонала по международным туристическим стандартам и программам (например, China Friendly, Halal Friendly).	Разработка рекомендаций и информационной базы для создания уникальной туристической концепции региона. Создание узнаваемого и уникального туристического образа региона. Внедрение международных стандартов в индустрию
3.	а) Создание условий для возрождения и развития традиционных, освоения новых туристских ресурсов Республики Башкортостан	Развитие ассортиментного ряда региональных туристических продуктов и видов туризма,	Потребительская деятельность: разработка и реализация туристических продуктов (экскурсий, туров по республике). Консультационно-проектная деятельность: исследование	Развитие ассортиментного ряда туристических продуктов, создание условий для

		совершенствование дополнительного и сопутствующего сервиса в туристических зонах,	новых туристических ресурсов и разработка программ по их освоению, разработка мероприятий в рамках событийного туризма с использованием культурно-исторических, природно-рекреационных и потенциально востребованных ресурсов Республики Башкортостан.	качественной конкуренции, привлечение дополнительного туристического потока в республику
--	--	---	--	--

Выводы. Включение вузов в реальную туристическую деятельность позволит организовать дополнительные условия по организации профессионального диалога, партнерских отношений между государством, работодателями и образовательными центрами. В вузах сосредоточен мощный инновационно-проектный и исследовательский потенциал, который зачастую недоступен предпринимательским субъектам, непосредственным двигателям отрасли, для реализации государственных программ развития. Именно обеспечение качественного тройственного взаимодействия «государство-наука-предпринимательство» позволит определить единый вектор развития индустрии туризма и гостеприимства и будет способствовать динамичному росту экономических показателей данной отрасли, как в регионах, так и в России в целом.

Список литературы

1. О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)». Постановление Правительства РФ от 2 августа 2011 г. №644 (в ред. постановления Правительства РФ от 18.09.2012 № 936, от 18.02.2014 №121). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.russiatourism.ru/upload/iblock/878/Postanovlenie_121_18_02_2014.doc (Дата обращения 05.03.2016).
2. О государственной программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Республике Башкортостан». Постановление Правительства Республики Башкортостан от 7 июня 2012 г. № 185. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tourism.bashkortostan.ru/activity/16448/> (Дата обращения 05.03.2016).
3. Халфин С.А. История становления науки о туризме в Башкортостане: историография, библиография, тематика актуальных исследований: Практическое пособие / С.А. Халфин, А.С. Халфин. – Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса; Научный архив Уфимского научного центра Российской академии наук, 2016. – 132 с.
4. Хайретдинова Н.Э. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие / Н.Э. Хайретдинова. – Уфа: Уфимская государственная академия экономики и сервиса, 2010. – 187 с.

УДК: 338.012

Хрипушина И.А. – доцент (irinayan@yandex.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Акции как метод стимулирования продаж в санаторно-курортных организациях

Аннотация. В данной статье проведен анализ воздействия внешних факторов на индустрию туризма, выявлена взаимосвязь между экономическим состоянием страны и развитием курортного комплекса. Предложено развитие стимулирующих программ, способствующих росту продаж в периоды низкого сезонного спроса на фоне нестабильной экономической ситуации.

Ключевые слова: макроэкономические факторы, показатели функционирования туристско-рекреационного комплекса, стимулирующие программы, низкий сезон.

Khripushina I.A. – Associate Professor (irinayan@yandex.ru), SSU, Sochi, Russia

Actions as a sale programs in health resort hotel

Abstract. This article analyzes the impact of external factors on the tourism industry, the interrelation between the economic condition of the country and development of the resort has been identified. Development of incentive programs that contribute to sales growth in periods of low seasonal demand and unstable economic situation was suggested.

Keywords: health resort, stimulating program, low season.

Актуальность. Макроэкономические факторы являются определяющими для развития индустрии туризма региона и страны в целом. Так как они относятся к группе неуправляемых факторов со стороны курортной территории, важным представляется адаптация к результатам их воздействия. Эффективным инструментом станет разработка и внедрение стимулирующих программ в деятельность санаторно-курортных организаций, способствующих росту продаж в периоды низкого сезона и нестабильного спроса.

Цель научной работы – повышение эффективности функционирования санаторно-курортных организаций в условиях снижения покупательской способности посредством внедрения стимулирующих программ.

Методы, организация исследования. В работе использованы метод корреляционного анализа, эмпирические методы: описание экономических процессов, сбор фактической информации.

Результаты. Исследование воздействия макроэкономических факторов на индустрию туризма позволили выявить высокую корреляцию (0,8–0,9 по таблице Челдока) между ВВП и основными стоимостными характеристиками отдыха для потребителя (средняя стоимость пребывания в день, стоимость транспортных расходов) и для курортной территории (доходы от услуг). Виды доходных факторов населения (среднедушевой денежный доход, среднедушевой прожиточный минимум, оплата труда наемным работникам) также тесно взаимосвязаны с показателями численности отдыхающих в курортной территории, с ценами на услуги отдыха и билеты на транспорт, а также с прибылью курорта и организаций, работающих в сфере туризма и рекреации. Была обнаружена тесная связь (0,7–0,8) между стоимостью пребывания в день, транспортными расходами, прибылью курорта и «ценой» доллара.

Корреляция между средней стоимостью пребывания в день и прибылью курорта от предоставленных услуг составила 0,9, что означает прямую очень тесную зависимость доходов курортной территории от цены путевки.

Анализ полученных результатов позволяет утверждать о тесной прямой взаимосвязи основных макроэкономических параметров развития страны и показателей функционирования туристско-рекреационного комплекса Сочи. Так как основные макроэкономические факторы относятся к группе неуправляемых факторов со стороны курортной территории, то выявление этой зависимости позволяет прогнозировать развитие курортного комплекса во взаимосвязи с экономическим состоянием страны.

Текущее экономическое состояние страны свидетельствует о непростом его этапе – вместе со снижением ВВП произошли значительное снижение доходных факторов и курса российского рубля, рост инфляции на фоне политики санкций в отношении Российской Федерации. Все эти факторы, с одной стороны, способствовали переориентации туристов с зарубежных на отечественные курорты, с другой – привели к сокращению общего количества туристов в стране: россияне были вынуждены переключиться на более доступные услуги рекреации или совсем отказаться от поездок с целью отдыха в ближайшее время. В тоже время в связи с Олимпийским строительством и присоединением Крымского полуострова в разы увеличилось количество средств размещения, видов и типов предложений.

Как показали исследования, проведенные в ряде санаториев и пансионатов города Сочи, наибольшей популярностью в осенне-зимний период 2015–2016 гг. пользовались стимулирующие программы, предусматривающие сочетание приемлемой цены и определенного набора услуг. Уникальной среди данных программ можно назвать программу «Открытый Юг». Социально-ориентированная программа была разработана вместе с администрацией Краснодарского края в 2004 году с целями популяризации курорта Сочи, оздоровления населения России и стимулирования продаж в санаторно-курортный комплекс в низкий сезон. За основу ценообразования были взяты тарифы Фонда Социального Страхования по санаторно-курортному лечению льготной категории граждан.

Программа «Открытый Юг» включает в себя размещение в санаториях и пансионатах-участниках программы по цене от 1200 до 4900 руб. в сутки на одного гостя в одноместных и двухместных номерах категории «стандарт» со всеми удобствами, трехразовым питанием, санаторно-курортным лечением по профилю учреждения за исключением Мацестинских ванн, пользование бассейном.

Сами санатории и пансионаты также предлагают собственные стимулирующие программы, разработанные для разных категорий гостей, с различным медицинским направлением, как правило, в период низкого сезона. «Забота о здоровье», «Оттепель», «Здоровье в подарок», «Весна в Сочи», «Майский тур», «Путешествие в лето», «Семейный отдых», «Раннее бронирование», «Постоянный гость», «Путевка месяца», «Путевка с выгодой» – вот далеко не полный перечень специальных предложений сочинских оздоровительных учреждений текущего года. Как и «Открытый Юг» программы позволяют по специальным ценам разместиться в пансионате или санатории и воспользоваться определенным набором услуг. Факторами успеха при разработке стимулирующих программ станут тщательное исследование целевой аудитории, сочетание цены и содержания программы, эффективные инструменты их продвижения.

Выводы. Как показывает динамика продаж по спецпрограммам – внедрение стимулирующих акций является удачным маркетинговым решением в периоды низкого сезона и нестабильной общей экономической ситуации, позволяет стимулировать спрос на услуги санаторно-курортных организаций, максимально задействовать медицинскую базу организации.

Список литературы

1. Хрипушина И.А. Конкурентоспособность курортной территории: факторы формирования и методы оценки: Автореф. дисс. ... док. экон. наук (08.00.05) / Хрипушина Ирина Анатольевна; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону, 2007. – 26 с.
2. Открытый Юг [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://открытый-юг-сочи.рф> (Дата обращения 9.04.2016).
3. Программа Открытый Юг – скидки до 40 %! [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kurort-expert.ru/spo/5> (Дата обращения 10.04.2016).
4. Официальные сайты санатория «СССР», пансионата «Изумруд», санаториев «РЖД-Здоровье», санатория «Южное взморье» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.sssr-sochi.ru/action>, <http://www.gupmc.ru>, <http://rzd.ru>, <http://uvzmorie.ru/index.php/ru/spetspredlozheniya> (Дата обращения 10.04.2016).

УДК: 338.48

Чкалова О.В. – профессор (chkalovaov@iee.unn.ru); Рябова О.В. – ст. преподаватель, НГУ им. Н.И.Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Проблемы и перспективы привлекательности Нижегородского региона для развития туризма

Аннотация. Приведены результаты оценки туристского потенциала Нижегородской области. Выявлены наиболее привлекательные ниши для позиционирования Нижегородской

области в качестве туристской дестинации. Определены проблемы развития туризма в регионе и разработаны рекомендации для их устранения.

Ключевые слова: туризм, туристский потенциал, позиционирование, привлекательность региона, туристский брэнд.

Chkalova O.V. – professor (chkalovaov@iee.unn.ru); Ryabova O.V. – senior lecturer NGU Lobachevsky, Nizhni Novgorod, Russian

Problems and prospects of the Nizhni Novgorod region attractiveness for tourism development

Abstract. Results of assessment of tourist potential of Nizhni Novgorod region are given in research. The most attractive niches for Nizhni Novgorod region positioning as a tourist destination are revealed. Tourism development problems in the region are defined and recommendations for their elimination are developed in research.

Keywords: tourism, tourist potential, positioning, region attractiveness, tourist brand

Актуальность. Процессы интеграции России в мировое пространство создают хорошие предпосылки для развития российских регионов. Для Нижегородской области одним из наиболее значимых событий последних лет стало решение о проведении XXI Чемпионата мира по футболу в 2018 г. Подготовка к этому мероприятию затрагивает различные аспекты региональной политики Нижегородской области. Наряду с созданием инфраструктуры, необходимой для проведения чемпионата, остро стоит вопрос повышения туристской привлекательности региона. Решение этого вопроса будет способствовать не только привлечению туристских потоков во время чемпионата, но и решит проблему с загрузкой туристских объектов в дальнейшем.

Цели и задачи. Цель – изучить потенциальные возможности для развития туризма в Нижегородском регионе.

Методы, организация исследований. В настоящей работе на основе общелогических методов исследований проанализирована и обобщена информация о туристском потенциале Нижегородской области. В качестве источников информации использованы научные статьи отечественных и зарубежных авторов, данные Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации и территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области, сайты операторов, а также отчеты органов государственной власти о состоянии туризма в регионе.

Результаты исследования. Объект настоящего исследования – Нижегородская область, основным направлением развития которой является крупное машиностроение. В условиях импортозамещения актуализировался вопрос освоения дополнительных ниш развития, одной из которых может стать туризм.

В 2014 г. по данным Министерства поддержки и развития малого предпринимательства регион посетили около 840 тыс. туристов. Доход региона в этой сфере составил около 9,5 млрд руб. Темпы роста туристского потока в Нижегородскую область по сравнению с 2005 г. составили 160 % [1].

Как показали проведенные нами исследования, Нижегородский регион располагает туристскими ресурсами, привлекательными для развития различных видов туризма. Однако они остаются не востребованными, что обусловлено несколькими основными причинами: слабо развитой туристской инфраструктурой, низким уровнем обслуживания, высокими ценами. Не менее значимой проблемой специалисты называют отсутствие стратегии позиционирования региона в качестве дестинации для туризма и отсутствие туристского брэнда [2].

Исследования туристского потенциала Нижегородской области показали наличие ресурсов, привлекательных для разнообразных видов туризма: круизного, культурно-

познавательного, этнографического, делового, лечебно-оздоровительного, экологического, приключенческого, религиозного, туризма с целью охоты и рыбалки [3].

Расположение Нижнего Новгорода на месте пересечения двух великих рек – Волги и Оки, связь водных магистралей с морями, которые омывают европейскую часть России, а также с Москвой, Санкт-Петербургом и Уралом открывает хорошие возможности для развития речного круизного туризма.

Однако в настоящее время круизный туризм слабо стимулирует экономику региона. Данное обстоятельство обусловлено тем, что Нижний Новгород служит в качестве транзитного пункта при путешествии туристов по Волге. Туристские теплоходы, следуя по основному маршруту Москва – Астрахань, в Нижний Новгород заходят всего на несколько часов. Соответственно туристская инфраструктура города при этом остается не востребованной. В целях привлечения туристов необходимо сформировать туристско-экскурсионные программы так, чтобы обеспечить пребывание туристов в городе минимум до 2–3 дней. Кроме этого необходимо разработать новые круизные маршруты, берущие начало не только в Москве и Санкт-Петербурге, но и в Нижнем Новгороде.

Среди проблем, сдерживающих развитие речного туризма в регионе, является и обмеление малых рек – Оки, Суры, Ветлуги, Керженца. Ее частичным решением может стать строительство теплоходов, способных ходить по мелководью. Подобный проект уже реализован нижегородским оператором – турфирмой «ГАМА», который недавно спустил на воду колесный теплоход «Сура».

Организация маршрутов по мелководным рекам будет способствовать развитию других, не менее привлекательных видов туризма. Так, благодаря экологически чистой и живописной природе, побережье этих рек может быть востребовано любителями сельского и экологического туризма, в том числе среди иностранных туристов.

Не менее привлекательную нишу для туроператоров, по нашему мнению, представляет познавательный туризм. Имя нижегородца Козьмы Минина, спасшего в начале XVII в. страну от польских захватчиков, может стать ярким знаковым событием для привлечения туристов в регион. Согласно исследованиям [4], историко-культурный потенциал Нижегородского региона включает около 4 тыс. объектов. Наибольшую долю среди них составляют памятники истории и культуры.

Базой для развития рекреационного и лечебно-оздоровительного туризма Нижегородской области могут служить минеральные источники, расположенные в Арзамасском, Вознесенском, Шатковском и Кстовском районах.

Развитие деловых международных обменов может быть обеспечено, благодаря Нижегородской ярмарке. Ей должна принадлежать консолидирующая роль в реализации различных туристических программ, в том числе для бизнес-туристов.

Туристский имидж регионов формируется путем организации специальных мероприятий (событий). В Нижнем Новгороде объектами событийного туризма могут стать фестивали, конкурсы, спортивные соревнования общероссийского и международного уровня. Так, в конце июня в Нижнем Новгороде проводится международный фестиваль искусств им. А.Д. Сахарова, привлекающий видных деятелей искусства, в феврале – фестиваль бардовской песни «Заозерье», в июле – фестиваль народно-художественных промыслов.

Для эффективного развития туризма в регионе необходима разработка стратегии позиционирования, которая позволит сфокусировать внимание на наиболее ярких «изюминках» для туристов. У специалистов по маркетингу отсутствует единая точка зрения относительно количества ценностей, которые следует выбирать в качестве основы для позиционирования туристского региона [5]. Одни утверждают, что в основу позиционирования необходимо выдвигать сразу несколько ценностей, другие полагают, что должна быть одна ценность, т.к. по мере их возрастания теряется четкость позиции и доверие потребителей.

По мнению авторов, наиболее привлекательными туристскими ресурсами в Нижегородской области являются, прежде всего, ресурсы для развития круизного и познавательного туризма. Для разработки стратегии позиционирования эти оценки

необходимо уточнить путем проведения дополнительных маркетинговых исследований, что представляет одну из задач нашего будущего исследования.

Выводы. Нижегородская область располагает богатым туристским потенциалом, привлекательным для разнообразных видов туризма, в т.ч. круизного, культурно-познавательного, этнографического, делового, лечебно-оздоровительного, экологического, приключенческого, религиозного, туризма с целью охоты и рыбалки. Для эффективного развития туризма в Нижегородской области необходимо разработать стратегию позиционирования региона в качестве туристской дестинации, которая позволит сконцентрировать усилия региональных государственных органов, туроператоров и других заинтересованных структур. В этих целях наиболее привлекательными туристскими ресурсами в Нижегородской области являются, прежде всего, ресурсы для развития круизного и познавательного туризма. Среди основных работ по формированию стратегии развития туризма в регионе являются разработка туристского брэнда Нижегородской области, развитие инфраструктуры туризма, совершенствование обслуживания, грамотная ценовая политика, комплексное продвижение на внутреннем и международном туристских рынках, привлечение инвестиций.

Список литературы

1. Исследование РБК-Нижний Новгород: число туристов в Нижегородской области растет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nn.rbc.ru/nn/23/04/2015/5592b3d69a7947de211fbe63> (Дата обращения 23.03.2016).
2. Ефремова, М.В. Анализ проблем и перспектив развития нижегородского рынка туристических услуг / М.В. Ефремова // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – №18. – С. 56 – 62
3. «Развитие внутреннего и въездного туризма в Нижегородской области в 2012-2016 годах»: Постановление Правительства Нижегородской области от 4 октября 2011 года № 797.
4. Ефремова, М.В. Организационно-экономические основы развития туризма в России / М.В. Ефремова. – Н. Новгород: Издательство Нижегородского госуниверситета, 2004. – 317 с.
5. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм – 2-е изд., перераб. и доп. / Ф.Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – С. 379–385.

Школа «Молодого исследователя»

УДК: 338.48

Ахмерова В.А. – студентка (*veronika_sochi@mail.ru*); Сердюков Д.А. – старший преподаватель (*serdyukov@sutr.ru*), СГУ, г. Сочи, Россия

Анализ современных тенденций продвижения туристского продукта

Аннотация. В данной статье рассмотрен такой инструмент продвижения турпродукта, как мобильное приложение. В тексте рассмотрены его преимущества для туристской компании. Также был проведен опрос, цель которого – понять, что ожидают пользователи от подобных приложений.

Ключевые слова: туристский продукт, продвижение туристского продукта, мобильное приложение.

Akhmerova V.A. – student (veronika_sochi@mail.ru); Serdyukov D.A. – Senior Lecturer (serdyukov@sutr.ru), SSU, Sochi, Russia (serdyukov@sutr.ru)

Tourist Product Promotion Current Trends Analyses

Abstract. This article researches actual trends of the tourist product promotion including mobile apps. The authors research advantages of mobile apps for travel companies. Also the online survey was conducted. The purpose of the survey was to find out users' opinion about mobile apps and its usage for the selection and booking of tourism products.

Keywords: tourist product, tourist product promotion, mobile app.

Актуальность. В современных условиях роль информационных технологий очень высока, и с каждым годом наблюдается ее рост. Данные показывают, что еще 20–30 лет назад большая часть населения нашей страны была абсолютно не знакома с информационными технологиями. Тем более они мало представляли, что огромные компьютерные системы со временем смогут поместиться в маленький смартфон или планшет. На современном этапе жизнь современного поколения просто невозможно представить без таких устройств. Практически у каждого человека есть смартфон или планшет, зачастую не один. В связи с этим вопросы продвижения туристского продукта через такие современные технологии, как применение мобильных приложений для планшетов и смартфонов, становятся актуальными.

Цель исследования – оценить мобильные приложения в качестве эффективного инструмента продвижения туристского продукта.

Методы, организация исследований. Для изучения современных тенденций продвижения туристского продукта были проанализированы мнения экспертного сообщества, а также проводимые ранее научные исследования.

Результаты исследования. Было выявлено, что в настоящее время многие компании используют мобильные приложения в качестве инструмента продвижения своих продуктов. Однако в сфере туристского рынка данное направление только начинает свое развитие. Среди туроператоров и турагентов совсем немного компаний, использующих такую новейшую технологию для продвижения своих продуктов и услуг. Например, для операционной системы iOS были разработаны приложения туроператора «Coral Travel», «Сети магазинов горящих путевок», а также турагентских компаний «Тл-Тур» и «В-лето.ру». Для операционной системы Android также есть приложения «Сети магазинов горящих путевок», «Coral Travel», «Pegas Touristic» и «Anex Tour».

Мобильное приложение – это самостоятельный программный продукт, устанавливаемый под необходимую операционную систему устройства (смартфона, планшета и т.п.). [1]

Мобильное приложение дает туристской компании ряд преимуществ:

- ✓ Мобильное приложение – это имидж компании.

- ✓ Мобильное приложение очень удобно для клиента тем, что он может использовать его в любое время в любом месте.
- ✓ Иконка приложения на смартфоне может также послужить инструментом рекламы компании, т. к. вызывает привыкание к образу фирмы.
- ✓ Возможность автоматической отправки Push-уведомлений (прямых сообщений на экран смартфона без участия сотового оператора [1]).
- ✓ Возможность использования программ лояльности с помощью QR-кодов.
- ✓ В мобильное приложение заранее встроена система онлайн-бронирования, где турист может подобрать интересующий его тур.

Для изучения отношения потенциальных потребителей к мобильным приложениям в апреле 2016 года нами было проведено онлайн-анкетирование, в ходе которого было опрошено 160 респондентов, большинство из которых студенты, являющиеся активными пользователями различных мобильных приложений. Анкета была создана с помощью сервиса [Survio.com](http://www.survio.com) и размещена в сети Интернет для заполнения по ссылке <http://www.survio.com/survey/d/Z1F8G8N5E6O9Z9D7R>.

Согласно полученным данным у большинства опрошиваемых на смартфонах или планшетах установлена операционная система (ОС) iOS или Android (45 % и 53,8 % соответственно). Поэтому, если туристская фирма примет решение о создании своего мобильного приложения, в обязательном порядке оно должно быть применимо для обеих ОС.

Большинство респондентов узнают о мобильном приложении из социальных сетей (59,4 %) и по рекомендации друзей и родственников (53,8 %). Также источником информации часто служит реклама в другом мобильном приложении (21,9 %). Респонденты отметили, что о новых приложениях можно узнать через новостные приложения (например, новости mail.ru), поисковые системы, youtube. Для продвижения своего приложения компания может использовать эти средства.

Больше половины от числа опрошенных, а именно 57,5 %, отметили важность интерфейса приложения. Поэтому при его разработке важно, чтобы он был удобен, понятен и приятен глазу пользователя. Стоит заметить, что каждого восьмого пользователя не понравившийся интерфейс может даже заставить больше не использовать подобное приложение.

Главной причиной прекращения использования мобильного приложения называют отсутствие ожидаемого функционала. Так считают 62,9 % участников опроса. Второе место занимают ошибки в работе приложения (56,9 %). Среди частых причин отказа также выделяют медленную работу и сложность работы с приложением. Все это говорит о важности технического решения для работы приложения.

Отдельный вопрос анкетирования касался рекламы. Большинство пользователей она раздражает, даже если содержит интересные материалы или специальные предложения. Так, негативно к рекламе в мобильных приложениях относятся 64,4 % респондентов. Каждый пятый готов мириться с рекламой, если только она содержит какие-либо интересные материалы. Каждый десятый относится к рекламе нормально, если она содержит различные акции и спецпредложения. В целом, если реклама не появляется слишком часто, не длится слишком долго, не навязчива и вписывается в рабочее пространство приложения, применять ее можно, но только в тех случаях, когда это действительно необходимо для активизации стимулирования продаж.

Большинство пользователей (82,5 %) готовы порекомендовать мобильное приложение своим друзьям и знакомым, если считают его полезным. Мобильное приложения обязательно должно синхронизироваться с социальными сетями. Самая популярная среди опрошенных социальная сеть «ВКонтакте», ей пользуются почти все опрошенные – 96,9 %. Второе место заняла сеть Instagram (58,1 %). Примерно каждый пятый пользуется «Фейсбук». 14,4 % предпочитают «Одноклассники», 8,8 % – Twitter.

Данные по использованию мобильных приложений среди опрошенных представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Использование мобильных приложений среди респондентов

Из представленной диаграммы видно, что мобильными приложениями по бронированию туров, отелей и авиабилетов никогда не пользовался и не собирается пользоваться каждый пятый респондент. Это значит, что потенциальными пользователями мобильного приложения туристской компании может стать 80 из 100 человек.

Из способов оплаты подавляющее большинство предпочитают банковскую карту – 81,9 %; 31,3 % предпочитают оплату наличными в офисе компании. Были предложены способы оплаты через «Яндекс.Деньги», кошелек Qiwi», денежными переводами, но такие способы предпочитает небольшой процент респондентов. Несколько человек предложили ввести систему оплаты «PayPal».

Последний вопрос был посвящен разделам, которые должно содержать мобильное приложение туристской компании. Данные по результатам опроса представлены на рис. 2.



Рис. 2. Разделы мобильного приложения туристской компании, по мнению респондентов, в % от числа опрошенных

Таким образом, видно, что все из вышеперечисленных разделов потенциальные пользователи мобильного приложения хотели бы видеть.

Проведенное исследование показало, что мобильное приложение действительно может оказаться эффективным инструментом продвижения туристского продукта. Стоимость внедрения мобильного приложения в деятельность туристской компании, конечно, велика.

В среднем разработка приложения обойдется 100000 рублей и 5000 рублей ежемесячное сопровождение. Однако проведенный опрос показал, что мобильные приложения пользуются спросом среди респондентов, поэтому его внедрение на современном этапе необходимо. Кроме того, число пользователей смартфонов и планшетов с каждым годом непрерывно растет, а терять такой сегмент аудитории непозволительно. Мобильные приложения – это то, чем рынок живет сегодня.

Также стоит заметить, что не любое приложение будет пользоваться успехом среди потребителей. Оно должно обладать привлекательным, удобным и понятным интерфейсом. Неприемлемо применение долгой, частой и агрессивной рекламы. Приложение также должно иметь синхронизацию с социальными сетями для большего удобства пользователей. Также

немаловажным является наличие встроенной системы онлайн-бронирования с возможностью конструирования тура самостоятельно. С развитием новых информационных технологий вкусы и предпочтения потребителей меняются, поэтому любое мобильное приложение должно адаптироваться к изменяющимся условиям не только рынка, но и жизни общества в целом.

Выводы. Проведенное исследование показало, что мобильное приложение действительно может оказаться эффективным инструментом продвижения туристского продукта. Стоимость внедрения мобильного приложения в деятельность туристской компании пока еще достаточно высока.

Список литературы

1. Разработка мобильных приложений для бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://app-mobiles.ru/> (Дата обращения 01.04.2016).
2. Рекламный потенциал мобильных приложений. Краткие результаты онлайн-исследования пользователей мобильных приложений. Агентство современной рекламы SkyPromo [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sky-promo.ru/Mobile%20Ads%20Review.pdf> (Дата обращения 29.03.2016).

УДК: 657.6

Бахмач М.Р. – студент СГУ; Кисилевич Т.И. – профессор (audit@iai-audit.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Представительские расходы туроператоров: вопросы учета и налогообложения

Аннотация. В статье рассматривается применение к учету и в целях налогообложения представительских расходов, совершаемых туроператорами.

Ключевые слова: представительские расходы, нормирование, туроператор, налогообложение.

Bahmach M.R – Student; Kisilevich T.I. – Professor (audit@iai-audit.ru), SSU, Sochi, Russia

Representation expenditures of tour operators

Abstract. The article deals with the application to account for tax purposes executive summer spending.

Keywords: expenses, tour operator, tourist.

Актуальность. Сотрудники туристских организаций в целях продвижения своего продукта часто осуществляют ведение переговоров с другими организациями, в том числе турагентами, индивидуальными предпринимателями, что в свою очередь требует правильного оформления представительских расходов.

Цель исследования является изучение учета и налогообложения представительских расходов туроператоров.

Результаты исследования. Согласно письму Минфина России от 10 апреля 2014 г. № 03-03-Р3/16288, все представительские расходы организации можно подтвердить отчетом руководителя с приложенными документами [2]. Представительские расходы стали неотъемлемой частью коммерческих расходов [3].

Согласно статье 264 Налогового Кодекса Российской Федерации (далее – НК РФ) представительские расходы могут быть учтены для целей налогообложения, однако это происходит нормировано: не более 4 % от всех расходов налогоплательщика на оплату труда за данный период [1]. Напомним, что для целей налогообложения прибыли размер представительских расходов нормируется за календарный год, а для налога на добавленную стоимость отчетным периодом является квартал.

Существует несколько основных признаков, по которым представительские расходы признаются таковыми:

- расходы должны быть направлены на содержание работников других организаций, участников переговоров, заседания совета директоров, то есть на официальное обслуживание.
- работники должны участвовать непосредственно в переговорах без исключения;
- целью переговоров должно служить продвижение товара туристской организации, укрепление сотрудничества, решение каких-либо тематических вопросов.

Для более конкретного понимания данного понятия приведем соответствующие примеры. Представительскими расходами могут считаться:

- расходы на проведения официального мероприятия (например, завтра, обед или ужин);
- обеспечение передвижения на транспорте до места проведения мероприятия и обратно;
- буфетное обслуживание в процессе переговоров;
- использование услуг переводчиков для целей проведения официального мероприятия.

Туристские организации относят к представительским расходам затраты на прием и обслуживание гостей, которые участвуют в проводимых переговорах в целях взаимного сотрудничества, установления новых контактов и продвижения своего туристского продукта и другие расходы. Особенностью представительских расходов туроператоров и турагентов, на наш взгляд, является тот факт, что такие расходы часто совершаются не только на территории РФ, а в месте нахождения представителя организации в командировке, на транспорте во время путешествия и т.п.

Мы уже писали об удобствах применения банковских корпоративных карт сотрудниками организации [4]. В соответствии с п. 2.5 Положения №266-П [6] клиент банка – юридическое лицо имеет право осуществлять с использованием карт рассматриваемые нами операции: получать наличную инвалюту за границей для оплаты командировочных и представительских расходов; оплачивать командировочные и представительские расходы в иностранной валюте за пределами РФ.

Актуальным вопросом учета и налогообложения является вопрос превышения суммы на буфетное обслуживание и (или) официальное мероприятие (завтрак и т.п.) по сравнению с суммой, предусмотренной для налогообложения прибыли. Например, по норме – 4 % от фонда оплаты труда сумма представительских расходов за рассматриваемый период составила 4200 000 руб., а по калькуляции организации и по факту совершенных расходов – 5 800 000 руб. В соответствии с налоговым законодательством в расходы будет включена сумма по норме – 4200 т. руб., по методологии бухгалтерского учета в затратах туристская организация отразит фактически планируемую сумму расходов – 5 800 т. руб., которая, по нашему мнению, при соответствующем порядке первичного документального оформления не должна облагаться налогами и взносами, так как нельзя установить конкретное лицо – получателя доходов.

Однако, если организация плательщик НДС, то сумма налога, приходящаяся на сумму представительских расходов, не включаемых в затраты, к вычету из бюджета не принимается. Арбитражная практика по данному вопросу обложения сумм превышения налогом на доходы физических лиц отсутствует, а на практике туристские организации не планируют представительские расходы свыше норм, предусмотренных налоговым законодательством, что, на наш взгляд, не является предпринимательским подходом.

Спорными моментами при выездных проверках налоговых органов и с представителями аудиторских компаний остаются вопросы включения спиртного при проведении официального приема, оплата виз, билетов, транспорта и т.п. Оплата проезда в железнодорожном и авиа- транспорте до места прибытия на официальные переговоры не является представительскими расходами. Такой вывод подтверждается судебной практикой.

Однако, в судах туристская организация имеет возможность доказать право их включения в затраты. Например, имею место случаи включения в расходы виз, билетов и других обоснованных налогоплательщиками расходов, признанных затратами для целей налогообложения прибыли – Постановления ФАС Западно-Сибирского округа

от 01.03. 2007 г. №Ф04-9370/2006 (30552-А81-27), ФАС Московского округа от 23.05.2011 г. № КА-А40/4584-11.

Необходимо подчеркнуть то обстоятельство, что Минфин России не запрещает включение в представительские расходы алкогольной продукции, по этому вопросу есть несколько писем ведомства – Письма Минфина России от 26.03.2010 № 03-03-06/2/59, от 25.03.2010 № 03-03-06/1/176 и от 16.08.2006 № 03-03-04/4/136. В некоторых письмах указывается на необходимость соблюдения делового оборота при включении в расходы алкогольной продукции – Письма Минфина России от 19.11.2004 № 03-03-01-04/2/30 и от 09.06.2004 № 03-02-05/1/49.

По нашему мнению, организации целесообразно составить комплект документов, подтверждающих проведение официального приема, в случае несогласия с позицией налогового органа обращаться в суд. Еще одним важным обстоятельством непризнания расходов для целей налогообложения прибыли со стороны налогового органа может являться факт отсутствия в дальнейшем туристского маршрута или срыва контракта с турагентом после проведения представительских расходов. Из Определения Конституционного Суда РФ от 04.06.2007 № 320-О-П следует, что в силу принципа свободы экономической деятельности (статья 8, часть 1, Конституции Российской Федерации) налогоплательщик осуществляет ее самостоятельно на свой риск и вправе самостоятельно и единолично оценивать ее эффективность и целесообразность.

Кроме того, необходимо проанализировать положения ст.265 «Внереализационные расходы» НК РФ, а именно, п.1, пп 11, где указано, что в состав внереализационных расходов организации могут быть включены затраты на производство, не давшее продукции. Туристская организация при планировании новых маршрутов как оператор и турагент, выходящий на переговоры с целью поиска новых контрагентов, при составлении бизнес-планов, как любой предприниматель, несет определенные риски. Именно из-за предпринимательских рисков имеют место убытки в коммерческой деятельности, возможность получения которых и последующего их льготирования предусмотрена НК РФ [1].

Основанием для подтверждения представительских расходов могут служить следующие документы:

- приказ (распоряжение) руководителя фирмы-туроператора об осуществлении данных расходов;
- сметы представительских расходов;
- отчет о представительских расходах по проведенным официальным мероприятиям приема гостей;
- первичные документы, составленные как самой организацией, так и подтверждающие первичные документы контрагентов.

Приказ руководителя об осуществлении представительских расходов может быть двух видов: общий, то есть закрепляющий общие условия осуществления представительских расходов, принимаемый, как правило, на длительный срок, и разовый, то есть утверждаемый руководителем турфирмы для проведения конкретных мероприятий.

Выводы. Некоторые специалисты рекомендуют закрепить общие принципы и условия несения представительских расходов в учетной политике компании для целей налогообложения.

Что касается сметы (калькуляции) представительских расходов, которая составляется конкретно под какие-либо представительские мероприятия, то в данном документе необходимо отразить:

- цель представительских мероприятий;
- дату и место их проведения;
- программу мероприятий;
- состав приглашенной делегации;
- участников принимающей стороны;
- величину расходов на представительские цели.

После осуществления представительских расходов также должен составляться отчет или акт, подписанный руководителем турфирмы с указанием сумм фактически произведенных расходов.

Сумма представительских расходов в бухгалтерском учете и для целей налогообложения, отраженная в отчете (акте), подтверждается первичными учетными документами [5]. Необходимо учитывать то обстоятельство, что первичные учетные документы как подтверждающие факт хозяйственной жизни могут разрабатываться организацией самостоятельно.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 30.03.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.04.2016)
2. Письмо Минфина России от 10 апреля 2014 г. № 03-03-РЗ/16288
3. Кисилевич, Т.И. Представительские расходы организации: бухгалтерский учет и налогообложение / Т.И. Кисилевич // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – № 3. – С. 48–55.
4. Кисилевич Т.И. Аудит расчетов с подотчетными лицами: применение в организации корпоративных банковских карт. / Т.И. Кисилевич // Фундаментальные исследования. – 2011. № 12-1. – С. 207–212.
5. Кисилевич, Т.И. Неунифицированные формы первичных учетных документов в бухгалтерском и налоговом учете / Т.И. Кисилевич // Аудит и финансовый анализ. – 2009. – № 6. – С. 48–57.
6. Положением об эмиссии банковских карт и об операциях, совершаемых с использованием платежных карт, утвержденным Банком России от 24 декабря 2004 г. № 266-П

УДК: 338.48

Бобрышева Е.С. – студентка (katia.bobrysheva@yandex.ru); Кулезнев В.Н. – профессор (kuleznev-fv@rambler.ru); Савинкова В.С. – студентка, ЮЗГУ, г. Курск, Россия

Перспективы внутреннего и въездного туризма на курортах Крыма и Краснодарского края

Аннотация. В данной статье рассматриваются перспективы развития туризма в Крыму и Краснодарском крае, с учётом текущего экономического состояния российской экономики, а так же основные факторы, влияние которых определяет позитивное развитие всей индустрии отечественного туризма.

Ключевые слова: туризм, Краснодарский край, Крым, горнолыжный кластер, спорт, финансирование.

Bobrysheva E.S. – student (katia.bobrysheva@yandex.ru); Kuleznev V.N. – Professor (kuleznev-fv@rambler.ru); Savinkov V.S. – student, SWSU, Kursk, Russia

Prospects for domestic tourism in the resorts of Crimea and the Krasnodar Territory

Abstract. This article discusses the prospects for the development of tourism in the Crimea and the Krasnodar Territory, in view of the current economic state of the Russian economy, as well as the main factors that determines the effect of the positive development of the whole of the domestic tourism industry.

Keywords: tourism, Krasnodar region, the Crimea, mountain cluster sports funding.

Актуальность. Влияние политической обстановки и серия террористических актов на Ближнем востоке и Европе, создали значительные проблемы в странах для въездного туризма. В сложившихся экономических и политических условиях туристическая индустрия меняет

приоритеты, в освоении новых рынков туристического бизнеса перенаправляя потоки в экономически выгодные регионы как внутри страны, так и за рубежом.

Цель работы проанализировать перспективы внутреннего и въездного туризма на курортах Крыма и Краснодарского края.

Результаты исследования. Потребитель (турист) лишился возможности выезда за рубеж (Европа), в связи с резким снижением курса национальной валюты и других факторов. Следовательно, значительная часть туристов при наличии потребности и ограниченности финансовых возможностей, вынуждены искать альтернативу на внутреннем туристическом рынке. Как пример служит снижение спроса на туристические путевки у жителей Сибири и Урала снижен примерно на 50 %. Ранее по близости расположенные страны Юго-Восточной Азии (Вьетнам и Таиланд) стали менее привлекательны. Так как стоимость тура в эти страны увеличилась более чем на 30 %.

Ещё во времена СССР Сочи, и Крым пользовались повышенным спросом туристов и являлись самыми посещаемыми местами отдыха. Громадный туристский потенциал, который есть у Краснодарского края, а это теплое море, и появившийся в последнее время горнолыжный кластер, что позволяет принимать дополнительные потоки в зимний сезон, уникальная природа с целебными источниками и климатом. Появившийся горный кластер

Богатейшая история Крыма началась ещё с 19 века. А в 20 веке, это стало доступным для широких слоев населения. Именно в этот период были благоустроены значительные территории для оздоровления трудящихся страны. В период войны и после военные годы, здравницы Крымского полуострова максимально использовались для лечения и реабилитации красноармейцев получивших ранение. Союзники по антигитлеровской коалиции: Англия, США и СССР провели очередной раунд переговоров, которые были представлены первыми лицами государства. Ко всем имеющимся историческим аспектам с полным основанием можно отнести весь комплекс изменений, которые происходят и намечены на ближайшее время региональным и федеральным правительством, что значительно улучшит качественную сторону имеющийся инфраструктуры и создадут условия для туризма внешнего и внутреннего.

После вхождения в состав РФ по итогам Крымского референдума на заседании правительства были рассмотрены первоочередные задачи по развитию инфраструктуры Развития Крым и г. Севастополя. После рассмотрения задач было принято Постановление Правительства РФ от 11.08.2014 № 790 (ред. от 02.03.2016) Об утверждении федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года».

Но со времен СССР произошли значительные изменения и Краснодарского кластера, вызванными проведением Олимпийских игр, в этом регионе появился такой вид услуг, как инфраструктура горнолыжного спорта.

При этом большинство жителей России отдают предпочтение внутренним курортам к которым относятся Крымское и Краснодарское направление. Предыдущие годы в 2014–2015 годах отмечается общая тенденция роста туристического потока с увеличением прироста от 20–30 % ежегодно. Так в 2014 году курорты Крыма посетило 3,8 млн. человек, в 2015 году эта цифра составила 4 млн. 596 тыс. человек, в 2016 году за январь и декабрь посетило более 75 тысяч. По мнению специалистов, окончательная цифра за год может достичь 7 млн. туристов. Этому способствует комплекс оперативных мер принятых Правительством Российской Федерации в формате улучшения инфраструктуры и логистики туристического рынка Крымского полуострова, на что выделены финансовые и другие ресурсы.

В 2014 г. Сочинско-Туапсинский регион вошел в федеральную программу социально-экономического развития агломераций, рассчитанную на 20–25 лет. Сейчас Сочи представляет из себя моноцентрическую агломерацию, то есть в основном все необходимые объекты расположены в центре, что вынуждает и жителей, и гостей тратить на дорогу много времени. А это и неудобно, и дополнительная нагрузка на инфраструктуру и экологию.

Предлагается сделать курорт полицентричным, разбив на восемь кластеров [2]. Подобные преобразования-требование времени, без которого сложно представить грамотное развитие своего города. Определяющим фактором стала протяженность курорта.

Идея полицентризма сама по себе не нова. Это один из важнейших аспектов градостроительной концепции нового урбанизма, разработанной в начале 1080-х. Концепция подразумевает возрождение небольшого компактного пешеходного города (или района) в противовес автомобильным пригородам. До любой точки притяжения – транспортной остановки, магазина, поликлиник, места отдыха – несколько минут ходьбы.

Относительно благополучным в отличие от Крыма является Краснодарский кластер, потому как та многолетняя работа по подготовке всей инфраструктуры сочинского направления к Олимпийским и Параолимпийским играм 2014 года. Именно в 2014 году туристический поток составил порядка 5 млн. туристов, а в 2015 году эта цифра почти сопоставима с олимпийским годом, 4,8 млн. туристов. Согласно прогнозу на 2016 год цифра отдыхающих составит более 6 млн. туристов, следует отметить тот факт, что за первые два месяца этого года уже посетило более 200 тысяч человек.

Исходя из сложившийся стоимости дня пребывания в Крыму и курортах Краснодарского края, можно отметить тот факт, что рост количества отдыхающих в значительной степени повысит долю денежных поступлений в региональные и федеральные бюджеты. Следовательно, этот туристический рынок становится стабильным источником финансовых поступлений в выше указанные бюджеты.

Финансовые поступления	2014 г, млрд руб	2015 г, млрд руб	2016 г, млрд руб
Крым	79,8	96,516	147
Сочи	189	181,44	226,8

Следует отметить тот факт, что улучшается качество работы с потребителем, уже на раннем этапе проводится согласование о месте, сроках и каким видом транспорта турист будет доставлен к месту отдыха. Все эти услуги осуществляются пакетом услуг.

Федеральная целевая программа развития Крыма предполагает выделение на развитие полуострова 134,6 миллиарда рублей в 2016 году, 138,4 миллиарда рублей в 2017 году и 281,4 миллиарда рублей в 2018–2020 годах. Эти средства будут вложены реорганизацию транспортной системы (418 миллиардов рублей), модернизацию энергосистем (50,6 миллиардов рублей), создание кабельного перехода через Керченский пролив, строительство газопровода из Краснодарского края и создание автономной системы водоснабжения региона.

Резюме. Неконтролируемые эмиграционные потоки и серия терактов создали в странах Европы значительные проблемы для въездного туризма. Что в свою очередь значительно снизило туристические потоки в эти страны. Как следствие в качестве альтернативы для отечественных туристов стал вынужденно привлекательным внутренний туризм.

Список литературы

1. Кощеев, С.В. Перспективы развития туристских агломераций на территории Краснодарского края / С.В. Кощеев, О.П. Кощеева // Туризм: гостеприимство, спорт, индустрия питания: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, г. Сочи, 21–23 октября 2015 г. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2015. – С. 47–49.
2. Официальный сайт Администрации города Сочи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sochiadm.ru/> (Дата обращения 18.02.2015).
3. Норматив. Контур СКБ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://normative.kontur.ru> (Дата обращения 18.02.2015).

УДК: 338.48

Вартанян Р.С. – студентка (roza.vartanyan@mail.ru); Сердюкова Н.К. – доцент, к.э.н. (nserdyukova@sutr.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Анализ привлекательности культурно-познавательного туризма

Аннотация. Статья посвящена анализу привлекательности культурно-познавательного туризма. В ходе исследования был проведен онлайн опрос о путешествиях с культурно-познавательной целью, целью которого было оценить насколько привлекательным является данный вид туризма, какие дестинации пользуются наибольшей популярностью у туристов.

Ключевые слова: культурно-познавательный туризм, туристский продукт, конкурентоспособность, дестинация.

Vartanyan R.S. – student (roza.vartanyan@mail.ru); Serdyukova N.K. – Associate Professor, PhD (Economy) (nserdyukova@sutr.ru), SSU, Sochi, Russia

The Cultural Tourism Attractiveness Analyses

Abstract. In this article the authors analyze the cultural tourism attractiveness. For the analyses the authors conducted the online survey, in which the questions were about cultural travel. The purposes of the survey were to estimate cultural tourism attractiveness and find out what cities are most popular as a cultural tourism destination.

Keywords: cultural tourism, tourist product, competitiveness, destination.

Актуальность. Наличие в России уникальных историко-культурных и природных ресурсов предполагает, что у нашей страны и ее регионов имеется большой потенциал для становления культурно-познавательного туризма, но не достаточно использованы ресурсы.

В мире туризм – это много значимое явление, которое тесно связано с экономикой, историей, географией, также архитектурой, медициной, спортом и конечно с культурой и политикой. На сегодняшний день туризм обрел не только массовый характер, а стал одним из высокодоходных, ведущих и динамичных отраслей мирового хозяйства. В России с каждым годом все больше людей отправляются в путешествия за пределы страны, в процессе которых происходит знакомство с традициями, жизни, культурным наследием и актуальной культурой других народов.

В отчёте 2015 года о поездках и туристской конкурентоспособности, представленном на Всемирном экономическом форуме, России отведено 45-е место из 141 страны по туристской привлекательности. И это не смотря на то, что Россия занимает 4-е место в рейтинге Мирового наследия ЮНЕСКО по природным достопримечательностям, 10-е место по культурному наследию и 6-е место по охране здоровья. [3]

Внутренний туризм в России в последние два года развивается быстрыми темпами. Учитывая, объём внутрirosсийского рынка и имеющийся туристский потенциал Россия имеет все шансы стать одним из крупнейших внутренних рынков туризма. По данным Федерального агентства по туризму, в 2014 году показатель внутреннего турпотока в России составил 41,5 млн., прирост к 2013 году составил 30 %, к 2009 году 50 %.

Цель исследования – оценить привлекательность культурно-познавательного туризма на курортах Юга России. Для достижения поставленной цели был решен ряд задач:

- ✓ изучены основы культурно-познавательного туризма;
- ✓ проведен онлайн опрос среди потенциальных туристов для определения их отношения к культурно-познавательному туризму.

Результаты исследования. Культурно-познавательный туризм набирает популярность в России и у него есть достаточный потенциал стать одним из ведущих видов туризма. В системе туристкой деятельности культурно-познавательный туризм занимает особое место, так как люди любят отдыхать не только на берегах морей, но и в городах с большой историей и культурой. Путешествие с культурно-познавательной целью способствует развитию

внутреннего мира человека, расширению кругозора, дает возможность знакомства с представителями разных культур, с наследием разных народов.

Культурно-познавательный туризм получил широкое распространение во второй половине 20 века, когда многие развитые страны перешли от индустриального к постиндустриальному обществу, одной из особенностей которого является значительное расширение доступа к культурным благам.

Культурно-познавательный туризм представляет собой в настоящее время совершенно новую сферу культурного отдыха и духовного образования. В этом отношении культурный туризм как вид развивающего досуга можно поставить в один ряд с посещением музеев, памятников природы, культуры, архитектуры и осмотром местных достопримечательностей. В понятие культурно-познавательного туризма входит комплекс процессов, связанных с ограниченными по времени поездками граждан по территории своей страны и за ее пределы, основной целью которых является знакомство с культурой и ее составляющих, в результате которого формируются культурная компетентность, самосознание, самоопределение.

По данным Федерального агентства по туризму, число туристов путешествующих с культурно-познавательной и образовательной целью составляет 20 % из всех туристических потоков в России [1].

По состоянию на 1 июля 2014 г. в списке всемирного наследия ЮНЕСКО числится 1007 объектов на территории 161 страны. В том числе это: объекты культурного наследия – 779, природного – 197, культурно-природного – 31. Страны – лидеры по числу объектов, внесенных в список всемирного наследия ЮНЕСКО: 1. Италия – 50; 2. Китай – 47; 3. Испания – 44; 4. Франция и Германия – 39; 5. Мексика и Индия – 32; 6. Великобритания – 28; 7. Россия – 27 (включая Херсонес в Крыму); 8. США – 22.

Из 26 российских объектов 16 являются культурными и 10 природными. «Булгарский историко-археологический комплекс» (Республика Татарстан) был внесен в Список на 38-й сессии Комитета всемирного наследия (Доха, Катар, 15–25 июня 2014 года). В списке «Всемирное наследие в опасности» ныне фигурирует 46 объектов (в России таковых нет). Число трансграничных объектов всемирного наследия, т.е. расположенных на территории двух и более соседних стран, составило 31 (в России – 3 таких объекта) [2].

В марте – апреле 2016 г. нами было проведено онлайн анкетирование с целью получения информации о привлекательности культурно-познавательного туризма на курортах Юга России, в опросе приняли участие студенты вузов г. Сочи, жители Сочи и других городов и регионов. Всего было опрошено 100 человек. Каждому из них было задано 13 вопросов. Анкета была разработана с помощью сервиса [Survio.com](http://www.survio.com) и размещена в сети Интернет по адресу <http://www.survio.com/survey/d/U4N1T7R7W3Q7L6U0K>

Анкета включала вопросы по видам туризма и их достопримечательным местам и объектам, по целям и продолжительности поездок, по источникам информации при выборе поездки или тура и его бронирование, по оценкам качества экскурсионных услуг, а также некоторые социально-демографические данные. Распределение респондентов по месту проживания представлено в табл. 1.

Таблица 1

Распределение туристов по месту проживания

Место жительства	Число лиц
Краснодарский край	3
ЮФО (Сочи, Анапа, Крымск)	89
ЦФО (Белгород)	1
СФО (Новосибирск, Улан-Удэ)	2
СКФО (Махачкала)	1
ПФО (Саратов)	1
Заграница (Франция, Латвия)	2
Закавказье (республика Армения)	1
Республика Абхазия	1

По результатам проведенного исследования обращает на себя внимание Южный Федеральный округ, так из Сочи, Анапы и Крымска прошли опрос больше всего. Также прошли опрос и туристы из-за границы, но число респондентов оказалось не так много.

По возрасту туристы распределились следующим образом (табл. 2).

Таблица 2

Распределение туристов по возрасту

Возраст (лет)	Соотношение (в %)
18–25	71
26–40	17
41–50	7
51–60 и более	5

В процессе исследования был задан вопрос, какой вид туризма выбрали бы туристы при планировании путешествия. Результаты представлены на рис. 1. Наибольшим спросом среди опрошенных пользуется именно культурно-познавательный туризм (78,9 %). Это можно объяснить большим количеством среди опрошенных жителей черноморских курортов, для которых пляжный отдых как направление туризма не очень характерен.

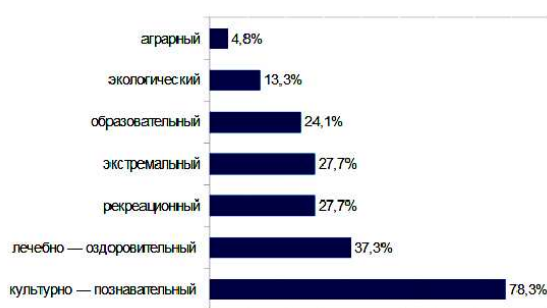


Рис. 1. Мнение туристов о предпочтении по вида туризма

Принципиально важным вопросом является ориентация туристов в отношении интересующих объектов показа (рис. 2). На первом месте находятся природные объекты (парки, озера, водопады и др.) – 74,3 %, на втором месте исторические памятники и объекты – 61,4 %, и на третьем месте памятники архитектуры – 53,5 %.



Рис. 2. Распределение респондентов по намерениям посетить определенный тип объекта интереса

Культурно-познавательный туризм имеет несколько направлений. Предпочтения респондентов представлены на рис. 3.



Рис. 3. Мнение туристов о выборе направления культурно-познавательного туризма

Наши исследования показали, что спросом пользуется культурно-исторический туризм, включающий посещение исторических памятников и мероприятий (65,1 %). По частоте поездки: чаще всего совершают путешествия 1 раз в год – 55 %, в зависимости от дальности путешествия: по ближайшим местам – 1–2 раза в месяц, за рубеж – 1–2 раза в год, а наиболее активные путешествуют 5–7 раз в год (6,9 %). При совершении культурно-познавательных путешествий наиболее популярными являются маршрутные туры – 74,3 %.

Путешественникам был задан вопрос об их основных дестинациях для поездок с культурно-познавательной целью (рис. 4).

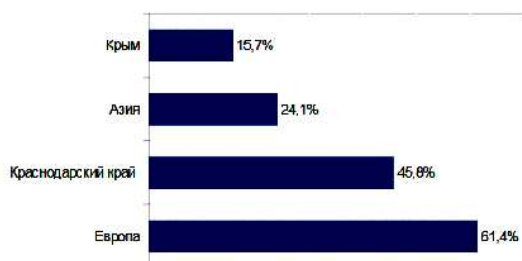


Рис. 4. Частота поездок туристов в различные дестинации

Основным место поездок оказалась Европа, но Россия не отстает в посещаемости и почти половина путешествует по Краснодарскому краю, а также путешествуют в такие места как: Москва, Санкт-Петербург, Карелия, Кавминводы, Кавказ, СНГ – это составило 13,3%.

По предпочитаемым городам поездок в России по Черноморскому побережью прослеживалась следующая ситуация (табл. 3).

Таблица 3

Предпочитаемые направления поездок туристов по Черноморскому побережью

Города Черноморского побережья	Соотношение (в %)
Ялта	61,4
Севастополь	51,8
Феодосия	44,8
Туапсе	34,9
Геленджик	18,1
Анапа	15,7
Новороссийск	15,7
Абрау-Дюрсо	6,1

Туристам был задан вопрос о том, насколько интересно путешествие с культурно-познавательной целью по России. Респонденты ответили следующим образом: 84,2 % считают, что данное направление интересно, есть сомнения у 11,9 %, экскурсионные услуги в России по 5-балльной шкале из личного опыта оценивают, в среднем, в 4 балла. Это совпадает с данными исследований ученых СГУ, согласно которым средняя оценка экскурсионных услуг в Сочи составляет 4,3 по 5-балльной шкале.

При организации поездки туристы собирают предварительную информацию о месте посещения. Источники такой информации по итогам опроса представлены на рис. 5.



Рис. 5. Источники информации о поездках туристов различных дестинаций

На первом месте стоят поисковые сети Интернет, что подчеркивает важность этого канала коммуникаций. Важную роль туристы отводят и советам друзей и родственников (48,5 %), а также опираются на опыт предыдущих поездок (40,6 %).

Система онлайн-бронирования, которая на сегодняшний день набирает популярность, на вопрос о важности предварительного онлайн-бронирования экскурсий при путешествиях ответили меньше половины – 32 %, также есть респонденты, которые считают, что система онлайн-бронирования не важна – 21 % и, наконец, экскурсии покупают только на месте и не пользуются данной системой – 12 %. Поэтому можно сделать вывод, что онлайн-бронирование пока не является важным инструментом бронирования экскурсионных услуг.

Выводы. В результате проведенного исследования выявлено, что Россия имеет хороший потенциал для развития культурно-познавательного туризма и является привлекательным местом для путешествия. Этому свидетельствует данное исследование и желание туристов посетить города Черноморского побережья Российской Федерации.

В целях популяризации культурно-познавательного туризма и учитывая желание респондентов посетить Ялту, Севастополь и Симферополь, в дальнейшем планируется разработка комбинированного культурно-познавательного тура по маршруту «Крым – Сочи», с посещением городов: Симферополь, Евпатория, Севастополь, Алушка, Ялта, Судак, Керчь, Сочи.

Список литературы

1. Nature-based tourism in the Russian Federation // TEMPUS NETOUR Project Report. – October, 2014. / CD-Rom.
2. Российские объекты Всемирного наследия // Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия им. Д.С. Лихачева. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.heritage-institute.ru/index.php> (Дата обращения 25.03.2016).
3. Развитие культурно-познавательного туризма на Черноморском побережье Российской Федерации: Монография / Под ред. Г.М. Романовой, А.В. Ветитнева. – Сочи: РИЦ ФУБОУ ВО «СГУ», 2015. – 268 с.

УДК: 338.482.224

Горетова И.Г. – студентка (ira.lllll@yandex.ru); Ефимчук А.И. – студентка (efim4uk.anastasia@gmail.com), СГУ, г. Сочи, Россия

Лечебно-оздоровительный и медицинский туризм в городе Сочи

Аннотация. В статье рассмотрены основные медицинские и оздоровительные ресурсы города Сочи, отражены их конкурентные преимущества на внутреннем и международном туристских рынках. Предложен медицинский тур по стоматологии для жителей европейских стран.

Ключевые слова: лечебно-оздоровительный и медицинский туризм, стоматологические услуги.

Goretova I.G. – student (ira.lllll@yandex.ru); Efimchuk A.I. – student (efim4uk.anastasia@gmail.com), SSU, Sochi, Russia

Recreational tourism in Sochi

Abstract. The article describes the main medical and sanatoriums resources, their influence on economy of the region. Attention paid to comparative characteristics of rehabilitation in Greece and in Russia. The authors created medical tour of stomatology.

Keywords: the healthy and medical tourism, dental services.

Актуальность. Современные жители крупных городов ежедневно подвергаются стрессам, испытывают влияние негативной экологической обстановки, имеют проблемы с питанием (по балансу энергии, макро- и микронутриентов, объёму, кратности приёма пищи и

др.). Совокупное действие отрицательных факторов обуславливает снижение качества жизни и уровня здоровья. Для предупреждения и лечения болезней врачи рекомендуют санаторно-курортное лечение, а также предлагают обследование и лечение в разных странах мира.

Под медицинским туризмом понимают поездки с целью лечения в клинике с более низкими ценами, более качественным лечением и сервисом. Оздоровительный туризм предполагает в большей степени укрепление здоровья, профилактику болезней, повышение устойчивости организма человека (к физическим нагрузкам, стрессам). Однако провести чёткую грань между этими видами туризма довольно затруднительно в связи с появлением клинических санаториев и внедрением реабилитационных возможностей в классических лечебных учреждениях.

В течение последних двух лет отмечена следующая тенденция: после посещения популярных зарубежных курортов многие россияне снова отдают предпочтение качеству медицинских услуг, которые предоставляют санатории города-курорта Сочи. Этому есть объяснение. Так, согласно статистическим данным, предпочтительными критериями выбора места лечения среди респондентов являлись в 52 % случаев рекомендации родственников, друзей, коллег; в 40 % – профильные интернет-сайты, в 32 % – личный опыт респондентов, в 16 % – туристские фирмы, в 7 % – СМИ (печатные – газеты, вещательные – радио и телевидение). Опыт людей, которым доверяет клиент, является предпочтительным для планирования лечения и оздоровления [3].

Таким образом, каждое санаторно-курортное и лечебное учреждение города принимает участие в формировании имиджа города. Однако, несмотря на известную эффективность высоко конкурентных на внутреннем и международном рынках организаций в г. Сочи (санаториями «Русь», «Сочи», «Октябрьский», «Черноморье» и др.), не все вопросы развития курортной отрасли и лечебного потенциала ещё решены.

Краснодарский край сегодня – это перспективная территория для развития медицинского туризма. Город Сочи занимает лидирующую позицию среди курортов этого региона. Актуальность исследований в области медицинского и лечебно-оздоровительного туризма значима, поскольку кардинальное переоснащение сочинских клиник и санаториев перед проведением XXII зимних Олимпийских игр в 2014 г. заложило мощный инфраструктурный и кадровый потенциал для развития лечебно-оздоровительного и медицинского туризма города Сочи на новой инновационно-технологической платформе. Кроме того, благодаря грамотному продвижению медицинских и бальнеологических ресурсов города наши соотечественники и иностранные граждане перестанут воспринимать Сочи как место исключительно для отдыха на побережье и на горнолыжном курорте.

Цель работы – выявить преимущества лечебно-оздоровительного и медицинского туризма в городе Сочи.

В связи с актуальностью данной работы, были поставлены следующие **задачи**:

- изучить и охарактеризовать ведущие медицинские, санаторно-оздоровительные учреждения г. Сочи, оценить потенциал для развития медицинского туризма в городе;
- сравнить услуги по стоматологии, предлагаемые Грецией, Италией и г. Сочи;
- разработать стоматологический тур в г. Сочи.

Результаты исследования. В городе Сочи расположились проверенные временем санатории и здравницы, которые предлагают уникальные возможности для оздоровления и лечения гостей курорта. Горный и целебный воздух, который насыщен фитонцидами трав и деревьев, морские купания, солнечные ванны в комплексе с мощным потенциалом научных методов, высококвалифицированными врачами-курортологами, врачами узких специальностей обеспечивают все необходимые условия для лечения, реабилитации и оздоровления гостей курорта [1, 2].

Жемчужиной оздоровительных комплексов Сочи является холдинг «Бальнеологический Комплекс «Мацеста» (БК «Мацеста»), который имеет высококвалифицированных специалистов и в котором применяются инновационные методики комплексной бальнеотерапии, эффективные для лечения многих заболеваний. Согласно проведённым исследованиям, 97 % больных после лечения в «БК «Мацеста» лишаются своих проблем со

здоровьем или достигают длительного улучшения в течении хронических болезней, а также уменьшают симптоматику хронических заболеваний [4]. Проблемой комплекса является устаревшая материально-техническая база. С 2016 г. БК «Мацеста» подлежит полной реконструкции, после чего его возможности (лечебные и сервисные) существенно повысят пропускную способность и лечебно-оздоровительную эффективность.

Сочи располагает лечебными учреждениями, в которых проводят сложные высокотехнологичные операции. Главными медицинскими учреждениями города являются городская многопрофильная больница № 4 и № 8. На базе хирургического корпуса больницы № 4 осуществляют круглосуточный прием и оказание помощи больным, также проводят ряд уникальных операций по нейрохирургии [5]. Примечательно, что на базе этого учреждения уже состоялись российские и международные конференции и симпозиумы, участники которых подтвердили высочайший уровень проводимых в нём операций.

Городская больница № 8, расположившаяся в Красной поляне – это современное медицинское учреждение, предоставляющее качественные услуги по травматологии, реабилитации и восстановлению здоровья больных с травмами (единственное медицинское учреждение страны, имеющее международную лицензию на этот вид медицинской деятельности). Эти медицинские учреждения являются перспективой развития медицинского туризма города. И всё же, значительная доля наших соотечественников отдают предпочтение лечению и оздоровлению в зарубежных странах.

Проблемой для города до настоящего времени являются недооценённые медицинские возможности и ограниченная проработка медицинских продуктов на рынке города. Исключение, пожалуй, составляет медицинский центр репродукции человека «ЭКО», известный далеко за пределами не только города, но страны своими высокими результатами помощи бездетным семьям. Если Германия, Израиль являются лидерами медицинского и лечебно-оздоровительного туризма, то переориентировать отечественного туриста из других регионов Европы на г. Сочи по направлениям деятельности, реализуемым городскими больницами № 4 и №8, вполне решаемая задача. Однако, важно понимать, что развитие медицинского туризма невозможно без сотрудничества медицинской службы города с профессионалами из туристической индустрии.

Одним из перспективных направлений медицинского туризма может стать стоматология. Сравним стоматологические услуги, предлагаемые клиниками Греции, Италии, Германии, Израиля и г. Сочи. Высокотехнологичные стоматологические медицинские центры в Израиле, в Германии, в Греции и в Италии обеспечивают комфортное пребывание пациентов во время лечения. Для диагностики пациента и создания индивидуального плана лечения проводятся необходимые исследования. Стоматологическое лечение в этих странах гарантирует высокий профессионализм медицинского персонала, использование новейшей техники и современных препаратов. Единственным отрицательным фактором является высокая стоимость стоматологических услуг не только в этих государствах, но и в других странах развитого Запада (табл. 1)

Таблица 1

Стоимость стоматологических услуг

№	Страна	Стоимость услуги пломбирования (в Евро)	Стоимость услуги установка импланта, включая его стоимость (в Евро)	Стоимость услуги циркониевые коронки (в Евро)
1	Греция	от 110	от 900	от 500
2	Германия	от 150	от 750	от 350
3	Италия	от 130-150	от 1300	от 600
4	Израиль	от 130	от 2 600	от 640
5	Сочи (Россия)	59,86	605,3	228,67
6	Польша	от 90	от 800	от 400

В конце таблицы представлены и стоимость услуг в Польше, которая признана самой низкой в странах Запада. Цена вопроса существенна, и при сопоставимом уровне технической оснащенности и наличии высококлассных специалистов, текущем курсе Евро, стоимость лечения в Сочи значительно ниже, чем в названных странах. Кроме того, для россиян преимуществами являются отсутствие сопутствующих расходов на оформление визовых документов, перевод документации, более того, на правительственном уровне уже частично решены вопросы стоимости перелёта в г. Сочи для внутренних туристов (в низкий курортный сезон).

Развитие стоматологии в Сочи целесообразно рассмотреть на примере клиники «ВАЛЕ-Денталь», которая является многопрофильной и работает уже 15 лет. Высококвалифицированные специалисты руководствуются международными стандартами качества стоматологической помощи. Клиника проводит следующие виды лечения: терапевтическое, ортопедическое, ортодонтическое и хирургическое. На базе современного оборудования проводится видео-диагностика, операции синус-лифтинга, когда при отсутствии костной ткани производится имплантация. Также клиника имеет собственную зубо-техническую лабораторию для изготовления протезов. Необходимо отметить, что все лечение проходит безболезненно, как и в клиниках Европы. Таким образом тратить силы, время и существенные суммы денег на лечение за границей нецелесообразно, поскольку это можно сделать и в России.

Исходя из изложенного, нами была разработана программа 10-дневного стоматологического тура в г. Сочи.

Программа стоматологического тура включает: трансфер из аэропорта в гостиницу; проживание в стандартном номере отеля «Звездный»; стоматологическое лечение в клинике «ВАЛЕ-Денталь»; экскурсионные программы в свободное от лечения время. Отель «Звездный» был выбран благодаря его близкому расположению к самой клинике. В свободное время пациенты могут посвятить отдыху на Черноморском побережье и ознакомлению с местными достопримечательностями (табл. 2).

Таблица 2

Стоимость стоматологического тура:

№	Наименование услуги	Стоимость (руб.)
1	Виза для иностранных граждан	2 660
2	Трансфер из аэропорта в гостиницу (прибытие, убытие)	2 000
3	Проживание в стандартном номере отеля «Звёздный» (10 ночей, завтрак включён в стоимость)	43 000
4	Экскурсия г. Ахун-Агурское ущелье	900
5	Экскурсия «Вечернее шоу фонтанов в Олимпийском парке»	700
6	Экскурсия «Красная поляна + Канатная дорога»	1600
7	Экскурсия «Воронцовские пещеры»	1050
8	Пломбирование	4 450
9	Установка импланта	45 000
10	Протезирование (2-х зубов)	34 000

Итого, стоимость стоматологического тура (с экскурсионной программой, проживанием) для иностранного гражданина – 135360 рублей (1821,81 Евро, без стоимости перелёта), что значительно дешевле, чем в европейских странах. Россиянину тур обойдется в 132700 рублей. Кроме того, стоматологический осмотр и гигиенические процедуры в г. Сочи проводят бесплатно при лечении, а в странах Европы осмотр стоматолога стоит 100 Евро.

Статистика роста международного туризма, подтверждает то, что этот вид туризм стал доступен и привлекателен для многих нуждающихся в реабилитации и лечении людей. Так, по данным «The Global Wellness Tourism Economy Report», объём оздоровительного туризма в 2014 г. составил 106 млрд. \$ США; медицинского – 50 млрд. \$ США; рынок СПА – 60,3 млрд. \$ США; здорового питания и снижения веса – 276,3 млрд. \$ США; программ

профилактики болезней – 260 млрд. \$ США; альтернативной медицины – 113,0 млрд. \$ США [3]. Таким образом, развитие этих секторов рынка и повышение конкурентоспособности в сфере лечебно-оздоровительного и медицинского туризма входит в число приоритетных задач для курорта Сочи в ближайшей перспективе.

Резюме. Развитие медицинского (в частности, стоматологического) и лечебно-оздоровительного туризма в г. Сочи является актуальной задачей. Для этого важно обеспечить должный сервис в медицинских учреждениях (материально-техническая база уже создана на уровне лучших мировых стандартов, кадровый потенциал обеспечен), необходимо формирование качественного конкурентоспособного медицинского продукта (стоимость которого в сложившихся экономических условиях ниже зарубежных аналогов) и достойное продвижение лечебно-оздоровительного туризма на внутреннем и международном туристских рынках.

Список литературы

1. Ветитнев, АМ. Организация санаторно-курортной деятельности / АМ. Ветитнев, А.Я. Войнова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 272 с.
2. Кравченко, Л.С. Развитие туризма в Сочи: прошлое и настоящее / Л.С. Кравченко // Материалы 2-й межвузовской научно-практической конференции, г. Сочи, 21–22 апреля 2006 г. – Сочи: СГУТиКД, 2006. – С. 152–156.
3. Маньшина, Н.В. Лечебно-оздоровительный и медицинский туризм: статистика и тренды мирового и российского рынка / Н.В. Маньшина // Medical Tourism, Spa & Health: Материалы 10-й международной конференции по медицинскому и лечебно-оздоровительному туризму, г. Москва, 17 сентября 2014 г.
4. Мацеста – сердце курорта Сочи. Холдинг «Бальнеологический курорт «Мацеста». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.matsesta.info/> (Дата обращения 23.04.2016).
5. На базе ГБ №4 действуют программы реабилитации. Городская больница №4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://xn--4-9sbfw3ar7b.xn> (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 336

Колмыкова А.С. – студент; Борисова Т.Г. – доцент (tatyana-borisova@bk.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Особенности финансирования и налогообложения детских оздоровительных лагерей

Аннотация. В статье раскрываются источники финансирования деятельности детских оздоровительных лагерей, а также возникающие при этом особенности налогообложения поступающих денежных средств.

Ключевые слова: детские оздоровительные лагеря, финансирование детских оздоровительных учреждений, налогообложение детских оздоровительных учреждений.

Kolmykova A.S. – student; Borisova T.G. – Associate Professor (tatyana-borisova@bk.ru), SSU, Sochi, Russia

Specific Features of Health-resort Children's Camps Financing and Taxation

Abstract. The authors of the article consider the financing resources of health-resort children's camps, and specific features of their taxation.

Keywords: health-resort children's camps, financing of health-resort children's camps, taxation of health-resort children's camps.

Актуальность. В летний период становится актуальным организовать досуг и развитие подрастающего поколения россиян. Так, на базе многих образовательных учреждений формируются туристические лагеря, лагеря отдыха и оздоровления детей. В современных экономических условиях важнейшей проблемой этого направления является дорогой детский отдых. В современных экономических условиях родители, желающие отправить своих детей летом в лагерь, особенно внимательно подходят к выбору последнего. Немаловажное значение в принимаемом решении имеет стоимость пребывания в выбранном лагере. Основной причиной этого можно назвать уровень благосостояния населения России.

Обсуждение. Право детей на оздоровительный отдых закреплено в ст. 12 ФЗ от 24.07.1998 №124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» (далее – Закон № 124-ФЗ) [2]. Обеспечивать это право (т. е. финансировать отдых) обязаны органы государственной власти субъектов РФ и органы местного самоуправления.

Согласно ст. 1 Закона № 124-ФЗ отдых детей и их оздоровление представляют собой совокупность мероприятий, направленных на развитие их творческого потенциала, охрану и укрепление здоровья, профилактику заболеваний, занятие физической культурой, спортом и туризмом. А также формирование у детей навыков здорового образа жизни, соблюдение ими режима питания и жизнедеятельности в благоприятной окружающей среде при выполнении санитарно-гигиенических и санитарно-эпидемиологических требований и требований обеспечения безопасности жизни и здоровья [2].

Каждый лагерь имеет собственную специфику. В соответствии со ст. 1 Закона № 124-ФЗ можно выделить:

- загородные лагеря отдыха и оздоровления детей (в т. ч. специализированные, например спортивно-оздоровительные), детские оздоровительные (оздоровительно-образовательные) центры, базы и комплексы и т. п.;
- лагеря, сформированные образовательными организациями, осуществляющими оказание услуг, связанных с отдыхом и оздоровлением обучающихся в каникулярное время (с круглосуточным или дневным пребыванием);
- детские лагеря: труда и отдыха, палаточного типа, различной тематической направленности (оборонно-спортивные, туристические, эколого-биологические, творческие, историко-патриотические, технические, краеведческие и др.).

В последнее время наблюдается ускоренный рост узкоспециализированных детских лагерей отдыха. Если в лагерях при общеобразовательных школах и гимназиях ребенок получает базовые знания школьных предметов, общается со своими сверстниками, то в узкоспециализированных лагерях дети получают возможность заниматься интересующей деятельностью, а следовательно, самореализовываться. Также особый интерес представляют лингвистические лагеря, где дети погружаются в атмосферу той страны, язык которой изучают. Нельзя не отметить и футбольные лагеря. Особой популярностью в Сочи прошедшим летом пользовался футбольный лагерь, образованный футбольным клубом с мировым именем Barcelona. Однако эти виды лагерей являются коммерческими, не получающими финансирование из бюджета.

Организацию отдыха детей в период каникул осуществляют муниципальные районы и городские округа (ст. 15, 16 Федерального закона от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления»).[3]. Следовательно, финансирование летних лагерей может производиться за счет средств местного бюджета в порядке, определяемом местными властями.

Среди источников финансирования организации и содержания детского лагеря можно выделить две основные группы: местный бюджет и родители отдыхающих детей. Однако в учетной политике учреждения необходимо закрепить и утвердить принцип раздельного учета денежных поступлений [6].

Поступления от родителей учитывают как доходы от предпринимательской и иной приносящей доход деятельности.

Такие суммы относятся к неналоговым доходам бюджета (п. 1 ст. 41 Бюджетного кодекса РФ) [4]. Доходами бюджета они становятся только после уплаты налогов и сборов, предусмотренных законодательством.

Бюджетные средства на содержание и организацию детских лагерей предоставляются образовательным организациям в зависимости от их типа. Бюджетным и автономным учреждениям – в виде субсидий: на иные цели; на выполнение государственного (муниципального) задания, если соответствующая деятельность утверждена в нем органом-учредителем.

Далее нужно разобраться, какие налоги нужно заплатить с платы родителей за пребывание ребенка в лагере.

1. В подпункте 14 пункта 1 статьи 251 Налогового кодекса РФ указаны доходы, которые не учитываются при расчете налога на прибыль. Но среди перечисленных доходов нет поступлений в виде платы родителей за содержание детей. Поэтому такие суммы учреждение должно учесть при исчислении налога на прибыль.

2. Образовательное учреждение может воспользоваться льготой, предусмотренной подпунктом 5 пункта 2 статьи 149 Налогового кодекса РФ: не начислять НДС со стоимости питания детей. Правда, для этого необходимо соблюдение двух условий.

Нужно отметить, что летний лагерь с дневной формой пребывания организуется как структурное подразделение образовательного учреждения. Ведь для применения льготы по НДС реализация продуктов питания должна осуществляться именно в столовой образовательного учреждения.

Так же, расходы на питание должны хотя бы частично финансироваться за счет государственных средств. Потому что, если эти расходы полностью покрываются за счет родительской платы, воспользоваться льготой не получится.

Кроме того, льготы предусмотрены подп. 18 п. 3 ст. 149 НК РФ. А именно: не облагаются НДС услуги санаторно-курортных, оздоровительных организаций, организаций отдыха (отдыха и оздоровления) детей, в т. ч. детских оздоровительных лагерей. При этом услуги должны быть оформлены путевками или курсовками, являющимися бланками строгой отчетности (согласно приказу Минфина России от 10.12.1999 № 90н «Об утверждении бланков строгой отчетности»).

Любая деятельность лагеря начинается с формирования сметы доходов и расходов, в зависимости от особенностей отдыха. Например, в рамках функционирования загородного туристического лагеря может быть предусмотрено приобретение надувных лодок для сплавов и палаток, а при организации творческого отдыха – театральных реквизитов.

Смета включает такие разделы, как:

- план обслуживания детей;
- план работы детского оздоровительного лагеря;
- источники финансирования;
- расходы лагеря.

Вывод. Сегодня все больше родителей стремятся отправить своих детей для отдыха и оздоровления в летний период в детские лагеря различных видов и направленностей. Материальные затраты в большинстве случаев ложатся на их плечи, так как выделяемых государством путевок недостаточно. Особого внимания заслуживают источники финансирования деятельности детских лагерей и связанные с ними налоговые льготы.

Список литературы

1. Письмо Минздравсоцразвития России от 14.11.2011 № 18-2/10/1-7164 «О Типовом положении в детском оздоровительном лагере» // Система Консультант-Плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eor.edu.ru/files/contentfile/29/pismo-minzdravsocrazvitiya-rf-ot-14.11.2011.pdf> (Дата обращения 23.04.2016).
2. Федеральный закон от 24.07.1998 № 124-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» // Система Консультант-Плюс

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19558/ (Дата обращения 23.04.2016).

3. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ (ред. от 15.02.2016) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» // Система Консультант-Плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/

4. «Бюджетный кодекс Российской Федерации» от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 15.02.2016, с изм. от 30.03.2016) // Система Консультант-Плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=194033> (Дата обращения 23.04.2016).

5. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 05.04.2016) // Система Консультант-Плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=196334> (Дата обращения 23.04.2016).

6. Колмыкова, А.С. Особенности финансирования образовательных учреждений / А.С. Колмыкова, Т.Г. Борисова // Международное научное периодическое издание по итогам международной научно-практической конференции, г. Стерлитамак, 14.02.2016 г. – Стерлитамак: РИЦ АМИ, 2016. – С. 67–71.

УДК: 338.482.224

Кундакчян В.А. – студентка (bretta75@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Некоторые направления расширения возможностей лечебного туризма в Сочи

Аннотация. В статье было проведено исследование некоторых возможностей развития лечебного туризма применительно к курорту Сочи. Работа посвящена новым технологиям лечения заболеваний ЖКТ в санаториях Сочи.

Ключевые слова: лечебный туризм; медицинские услуги; заболевания ЖКТ; курорт Сочи.

Kundahchyan V.A – student (bretta75@mail.ru), SSU, Sochi, Russia

Some directions of medical tourism development in Sochi

Abstract. The article was research in the field of medical tourism and sanatorium treatment. The work is devoted to new technologies in the treatment of gastrointestinal diseases in the resort of Sochi.

Keywords: health tourism; medical services; diseases of the digestive tract; Sochi resort.

Актуальность. Лечебный туризм занимает особое место в туристской индустрии, как в России, так и в остальном мире. В настоящее время он является наиболее перспективным направлением в сфере туристской деятельности, так как помогает поправить не только здоровье, но и восстановить утраченные силы организма. Неправильное питание, сидячий образ жизни, постоянный стресс – все это делает человека склонным к различным заболеваниям. Таким образом, организация лечебно-туристских туров становится всё более актуальной.

Цель данной работы – дополнить ассортимент медицинских услуг на курорте Сочи за счет лечебных технологий при лечении заболеваний ЖКТ и активизировать продвижения Сочи среди курортов, предоставляющих услуги сфере лечебного туризма.

Данная цель включает в себя ряд следующих **задач:**

1. дать понятие лечебному туризму;
2. провести анализ лечебной базы курорта;
3. предложить мероприятия по расширению лечебных услуг.

Лечебный туризм – это особый вид медицинского туризма, который характеризуется перемещением туристов с целью лечения из одного региона в другой для присущего лечения, оздоровления и профилактики заболеваний различных органов в организме, в ходе проведения для этого специализированных лечебных процедур [1].

В XXI веке люди, которые каждый день подвергаются стрессам, живя в загазованных городах и не правильно питаясь, имеют те или иные заболевания. Сейчас уже редко можно встретить абсолютно здоровых людей. Работая изо дня в день на износ, в погоне за деньгами, люди все реже вспоминают о своем здоровье и обращаются к врачу, только тогда, когда болезнь даст о себе знать. Именно пренебрежительное отношение к своему здоровью и неправильный образ жизни и дали почву для рождения такого специфического вида туризма как лечебный туризм, а именно путешествия с целью поправить утраченное ранее здоровье.

На сайте портала GlobalScience.ru. представлены новости науки и здоровья. Там опубликован список «Самых распространенных болезней», с которыми врачи чаще всего сталкиваются, в ежедневной врачебной практике:

- 1 место – кариес;
- 2 место – заболевания ЖКТ (язва желудка, или 12 перстной кишки);
- 3 место – сахарный диабет;
- 4 место – гепатит А и В;
- 5 место – гипертензия [2].

Если обратиться к статистике, то она гласит, что в развитых странах примерно 95 % населения нуждается в регулярном наблюдении у гастроэнтеролога.

Гастроэнтерология – это такой раздел в медицине, который занимается болезнями желудочно-кишечный тракта (ЖКТ) человека и методами их лечения. Заболевания желудка, пищевода, печени, кишечника, желчного пузыря, поджелудочной железы и двенадцатиперстной кишки, составляют полный перечень заболеваний, лечением которых занимаются врачи гастроэнтерологи. Если не обратиться вовремя за помощью, то это может привести к серьезным последствиям и перерасти в нечто большее.

К общим симптомам, сопровождающим заболевания органов пищеварения, боли в животе, похудание, тошнота и рвота, изжога и отрыжка, расстройство стула, слабость, метеоризм. Но, несмотря на все это, люди редко обращаются к врачам, да и медикаментозное лечение помогает только на время, оно не лечит болезнь полностью.

Для лечения болезней пищеварения часто используется метод лечения на основе минеральной воды. Курс питья минеральных вод благотворно действует на желудочно-кишечный тракт, поэтому лечением занимаются только те санатории, которые имеют доступ к нужной минеральной воде. Минеральные воды способны улучшить микроциркуляцию крови в организме человека, они также влияют на кислотность и секрецию желудочного сока и желчи, снимать спазмы.

Полный курс лечения можно пронести в санатории за 14 дней, включая предварительный осмотр, само лечение и заключительный осмотр [3].

Город-курорт Сочи всегда был известен как всероссийская здравница [4]. В этом чудесном городе санаторно-курортное лечение специализируется, в основном, на лечении таких заболеваний как:

- ✓ нарушения функций опорно-двигательного аппарата;
- ✓ заболевания верхних дыхательных путей;
- ✓ заболевания нервной и сердечно-сосудистой систем;
- ✓ гинекологические заболевания;
- ✓ болезни кожи и подкожной клетчатки.

В городе насчитывается около 50 санаториев, из них всего 5 («Русь», «Заполярье», «Золотой колос», «Южное Взморье», «Тихий дон») предоставляют лечения заболеваний ЖКТ.

В Российской Федерации всего 22 санатория занимаются лечением данного вида заболеваний, преимущественно лечение проводится в санаториях Кисловодска, Железноводска, Ессентуки, Пятигорска.

Санатории Кавминвод уже долго занимаются лечением заболеваний ЖКТ, тем самым,

опережая сочинские санатории. Но для лечения заболеваний ЖКТ самое главное – это наличие минеральной воды и специальной грязи. Ее доставка требует финансовых средств, что сказывается на цене лечения. Поэтому для рассмотрения возможностей лечения заболеваний ЖКТ в курортных условиях был выбран санаторий «Металлург», у которого есть необходимая лечебно-рекреационная база для лечения данного вида заболевания.

На территории санатория «Металлург» есть бювет с минеральной водой «Пластунская», которая прекрасно подходит для лечения заболеваний желудочно-кишечного тракта. Так же неподалеку от санатория располагается особая тропа, которая создана для оздоровительных прогулок вдоль моря, что является эффективным методом лечения на курорте, который при этом не требует затрат.

Лечение болезней ЖКТ составляет прием минеральной воды, применения грязелечения и правильное питание. Но многие люди, зная о том, что им придется пойти через гастроскопию и колоноскопию осознанно избегают данной процедуры, поэтому и не обращаются за помощью, и отбрасывают все мысли о лечении. Именно поэтому, проведя исследования среди новых методов лечения и диагностики заболеваний ЖКТ среди лучших клиник Китая, Кореи, Японии, Израиля и Москвы, был выявлен новый более приятный способ диагностики.

Капсульная колоноскопия – это новый метод, который позволяет увидеть повреждения всего желудочно-кишечного тракта начиная от пищевода до прямой кишки. Он впервые появился в 2001 году [5]. И она сейчас используется в лучших клиниках азиатских стран, Америки и в отдельных городах России. Капсульная колоноскопия позволяет безболезненно провести полный анализ процессов происходящих внутри организма. Человеку нужно лишь проглотить капсулу размером в 2 см, надеть на пояс считывающий датчик и провести 6–8 часов занимаясь своими делами. Стоимость лечебного тура с учетом новой технологии будет стоить 84700 рублей (табл. 1).

Таблица 1

Стоимость путевки для курса лечения заболеваний ЖКТ в санатории «Металлург»

Процедуры	Количество процедур в течение 14 дней	Стоимость предоставляемых услуг (руб)
Прием врача-терапевта амбулаторный лечебно-диагностический первичный, повторный	2	1000
Капсульная колоноскопия (аренда оборудования, одноразовая капсула, запись результатов на диск)	1	25000
Питьевое лечение минеральной водой	30	-
Диетотерапия	2 или 3 тип диеты	18200
Климатолечение	ежедневно	-
Специальные прогулки по терренкуру	ежедневно	-
УЗИ (1 орган по специфике заболевания)	1	1100
Массаж	2	2000
Ванны	7	9400
Кислородные коктейли	7	1400
Проживание в стандартном номере	14	26600
Итого		84700

А теперь посмотрим на таблицу европейских курортов, предоставляющих то же лечение данного заболевания (табл. 2) [6].

В таблице 2 представлена стоимость лечения без учета визовых формальностей, страховки, перелета, которые турист должен будет оплатить сам. Не говоря уже о том, что диагностика проводится при помощи старого, не совсем приятного метода.

Сравнительная стоимость лечения заболеваний ЖКТ на некоторых европейских курортах

Название Европейского Курорта (2-х недельный тур питанием и лечением)	Основные методы лечения	Природные факторы
Италия (Монтекатини, Терме) зима от 1167 евро ~ 89859 руб. лето от 1260 евро ~ 97020 руб.	- питьевой курс - термальные ванны - грязелечение	- минеральные источники, применяемые для питьевого курса и для ванн
Чехия (Карловы Вары) зима от 939 евро ~ 72303 руб. лето от 973 евро ~ 74921 руб.	- питьевой курс - минеральные ванны - газовые инъекции - грязелечение - лечебная физкультура	- минеральные источники, применяемые для питьевого курса и для ванн - природный газ
Словения (Рогашка Слатина) зима от 1335 евро ~ 1102795 руб. лето от 1600 евро ~ 123200 руб.	- лечебные минеральные ванны - грязевые обертывания - массажи - физиотерапевтические процедуры - лечебная физкультура	- термоминеральная вода, используется в ваннах и бассейнах - лечебные минеральные питьевые источники
Болгария (Велинград) Зима от 1370 евро ~ 105490 руб. Лето от 1455 евро ~ 112035 руб.	- питьевой курс - лечебные массажи - грязелечение - термальные бассейны	- вода из минеральных источников, применяемая для питьевого курса, ингаляций и ванн - мягкий горный климат с чистым воздухом

*Для расчета использован курс 1 Евро= 77 рублей (на 31.03.2016)

Резюме. В процессе изучения лечебной базы и рекреационных ресурсов курорта Сочи были проанализированы возможности курорта в области лечения, и был представлен новый метод диагностики заболевания желудочно-кишечного тракта. Было выявлено 8 причин, почему стоит выбрать лечение именно на курорте Сочи:

- лечебный тур в Сочи на порядок дешевле, чем на других курортах;
- имеется возможность появления нового метода лечения заболевания ЖКТ;
- новое оборудование;
- наличие лечебно-рекреационных ресурсов;
- большинство санаториев были реконструированы к Олимпийским играм;
- благоприятный климат, близость к морю и к горам;
- возможность посетить «Дендрарий», парк «Южные Культуры», «Тисо-самшитовую рощу», «Кавказский природный биосферный заповедник», увидеть редкие виды животных и растений на курорте;
- постоянное наличие событийных мероприятий на курорте, таких как Гран При России Формулы 1, «Юрмола», «Кинотавр», «Новая волна» и др. спортивные мероприятия.

Список литературы

1. Ветитнев, А.М. Лечебный туризм: Учебное пособие / А.М. Ветитнев, А.С. Кусков. – М.: Форум, 2010.
2. Самые распространенные болезни в мире // GlobalScience.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://globalscience.ru/article/read/25724/> (Режим доступа 02.04.2016).
3. Ветитнев, А.М. Организационные аспекты маркетинга санаторно-курортных учреждений / А.М. Ветитнев // Экономика здравоохранения. – 1997. – № 12. – С. 40–44.

4. Ветитнев, А.М. Внутренний маркетинг в обеспечении качества санаторно-курортной помощи / А.М. Ветитнев, А.В. Гузева // Экономика здравоохранения. – 2004. – № 9. – С. 26–30.
5. Капсульная колоноскопия // Клиника+31 [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://klinika.k31.ru/service/kapsulnaya-kolonoskopiya1/> (Режим доступа 02.04.2016).
6. Специализация курортов. Где и как лечат заболевания желудочно-кишечного тракта? Санатории ЖКТ // Prima Strada [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://www.primastrada.ru/section9442/article12830.html> (режим доступа 02.04.2016).

УДК 338.48

Курджијева Э.И. – студентка (bintismail6@gmail.com); Сердюкова Н.К. – доцент, к.э.н. (nserdyukova@sutr.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Развитие и популяризация религиозного туризма в мире и в России

Аннотация. В данной статье рассматривается развитие религиозного туризма, его сегменты, составляющие компоненты турпродукта при организации такого вида тура и его применение, популяризация религиозного туризма в мире и России

Ключевые слова: религиозный туризм, туристский продукт, продвижение турпродукта.

Kurdgieva E.I. – student (roza.vartanyan@mail.ru); Serdyukova N.K. – Associate Professor, PhD (Economy) (nserdyukova@sutr.ru), SSU, Sochi, Russia

Religious Tourism Development and Promotion in the World and in Russia

Abstract. In this article, the authors research specifications and features of the religious tourism. In the focus of the study, there are religious tourism development, the popular destinations and directions of the religious tourism, particularity of religious tourist product formation and promotion.

Keywords: religious tourism, tourist product, tourist product promotion.

Актуальность. Сегодня религиозные убеждения являются одним из важных мотивов путешествий. Верующие совершают поездки в дестинации с определенным целенаправленным мотивом, который побуждает их к посещению храмов, молельни с целью обрести душевное спокойствие, ощутить внутренне умиротворение и находится в гармонии с внутреннем миром.

Ежегодно повышается интерес к местам религиозного назначения, эти места также применяются в виде объектов показа и представления истории города, страны. Сам процесс перемещения и проживания туристов паломников не выводит этот вид туризма на должный уровень. Тема религиозного туризма рассматривается во многих известных журналах по туризму, но с научной точки зрения эта тема мало кем была рассмотрена, она должна вызвать интерес и практическое применение у туристических фирм.

В данной статье исследуются виды и формы религиозного туризма, его деятельность и практическое использование в России и мире, а также рассматриваются особенности организации религиозных туров на российском туристом рынке

Методы, организация исследований. Для изучения данного вида туризма были учебные и методические материалы, труды отечественных и зарубежных ученых, интернет-сайты, посвященные религиозному туризму. Используются методы статистического анализа, контент-анализа, экспертных оценок.

Результаты исследования. В настоящее время развитие религиозного туризма в России актуально имеет особую роль в формировании религиозного туризма, так как на территории страны проживают многочисленные народы и объемы нашей страны позволяют на ее территории развивать этот вид туризма. В будущем при обеспечении инфраструктуры и

налаженных каналов связей, для развития въездного и внутреннего туризма, религиозный туризм может вывести российский туристский рынок на должный уровень.

Религиозный туризм – это самостоятельный вид туризма. У него есть разновидности: *паломнический туризм и религиозный туризм экскурсионной направленности*.

Паломнический туризм – это разновидность религиозного туризма, которая представляет собой совокупность поездок представителей различных религий с паломническими целями. Паломничество предполагает определенное отношение человека к действительности. Психологические особенности паломников очень разноплановы. Паломник в большинстве случаев глубоко религиозный человек с уже сложившейся системой ценностей.

Религиозный туризм экскурсионной направленности – это посещение религиозных центров, где туристы-экскурсанты могут рассматривать религиозные объекты – действующие культовые и памятные. Туристы посещают богослужения, принимают участие в медитациях и других религиозных мероприятиях. Следует помнить, что доступ открыт не всем туристам-экскурсантам. Так, например, в Мекке и Медине не мусульманам строго воспрещается доступ в эти города. Это единственные города в мире, доступ в которые разрешен верующим одной религии. Все это необходимо учитывать при планировании туров [2].

Экскурсионно-познавательные туры в отличие от паломнических более короткие, они не приурочены к религиозным праздникам, в них могут участвовать как взрослые, так и дети.

Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» дает определение туристской индустрии. Применительно к исследуемому нами религиозному туризму можно сделать вывод, что **индустрия религиозного туризма** – совокупность гостиниц и иных средств размещения, средства транспорта, объектов общественного питания, различных религиозных объектов, а также организации, предоставляющие экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков [1].

Каждый год свыше 264 млн. человек в мире совершают паломничество. Из них 120 млн. – христиан, 38 млн. – индуистов, 23 млн. – буддистов, мусульман – 80 млн., 3 млн. – синтоистов и др. Структура турпотоков религиозных паломников в мире представлена на рис. 1 [4].

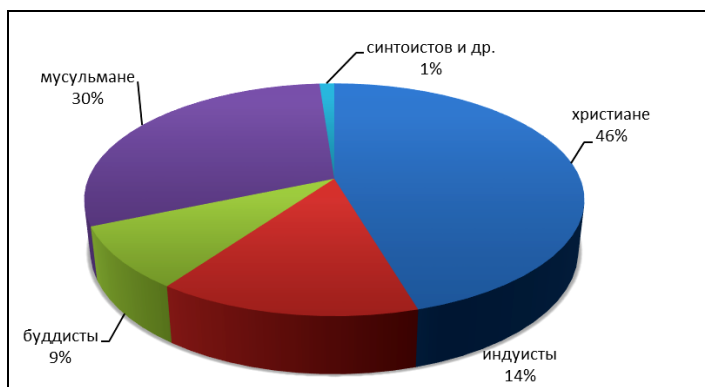


Рис. 1. Структура мировых потоков паломничества в мире по конфессиям

Мировые религии имеют большой территориально-страновой охват и большое число приверженцев. Мировыми религиями являются христианство, ислам, буддизм.

В мире выделяются 11 макрорегионов паломничества [2]:

- христианская Европа;
- Северная Америка с доминирующим положением христианства и многочисленными другими религиями;
- Латинская Америка с преобладанием христианства и местными традиционными религиями;
- Северная Африка с преобладанием ислама;

- Западная и Восточная Африка, где господствует ислам, и существуют отдельные центры христианства и традиционных религий;
- Западная Азия с доминантой ислама и анклавными христианства и иудаизма;
- Южная Азия, где получили распространение индуизм и буддизм, а также имеются центры христианства, джайнизма, сикхизма и ислама;
- Юго-Восточная Азия с преобладанием буддизма, ислама, христианства и анклавными индуизма;
- Восточная Азия с господствующими буддизмом, конфуцианством, синтоизмом и участками ислама и христианства;
- Центральная Азия с доминантой буддизма (в основном ламаизма), Средняя Азия с господством ислама.

Каждый макрорегион известен, прежде всего, мировыми центрами паломничества. Они принимают международные потоки верующих и нередко совмещают религиозную специализацию с функциями административного, промышленного, культурного и туристского центров. Кроме того, в макрорегионах существуют объекты религиозного поклонения национального и местного значения.

По данным ЮНВТО, мировой поток туристов, целенаправленно посещающих святыне для различных религий места, сейчас составляет около 7 млн. человек в год.

Разработка туристского продукта, его создание и организация путешествий является сложным процессом. Создание турпродукта начинается с появления идеи и принятия решения разработать тур и завершается процессом продвижения его на рынке с последующими продажами. Тур религиозной направленности является туристским продуктом, разрабатываемым туроператором.

Религиозный туризм и его разновидности представлены различными формами. По особенностям организации поездок религиозный туризм может быть организованным или неорганизованным. Главным различием при составлении тура эта **цель поездки** – паломнический тур или религиозно-экскурсионный, а из этого следуют различия по объектам посещения, датам к которым приурочены поездки, возрастной и социальной категории клиентов.

Туристская услуга в религиозном туризме является результатом деятельности туристской организации или индивидуального предпринимателя по удовлетворению потребности туристов в организации туров.

В странах бывшего социалистического лагеря религиозное направление в туризме стало развиваться сравнительно недавно, в результате пропаганды религии в жизни общества как неотъемлемой духовной составляющей. Долгое время государство искореняло религию, чтобы заменить ее коммунистической идеологией. В этих условиях религия не могла оказывать заметное влияние на туризм. Святыни, в лучшем случае, рассматривались как эстетически привлекательные объекты для иностранных туристов. Сегодня, картина постепенно меняется. У населения растет потребность в духовных ценностях, усиливается интерес к памятникам религиозной культуры, жизни церкви, в частности монастырей, ставших важными центрами духовного возрождения. Религия, все глубже проникая в общественные отношения, отрывает новые горизонты для туристских обменов.

В России много центров православного паломничества и религиозного туризма: Соловки – Соловецкий архипелаг у Белого моря, Кижский Преображенский собор в Кижях, Псково-Печорский монастырь, один из крупнейших монастырей Троице-Сергиева лавра, Нилова пустынь о. Селигер. Многие из храмов и святынь являются объектами ЮНЕСКО, что положительно сказывается на привлечении туристского потока из зарубежных стран и развитие внутреннего туризма в стране

Выводы. Проведенное исследование особенностей религиозного туризма и его развития в мире и России позволяет сделать следующие выводы:

- религиозный туризм является стабильным сегментом туристского рынка, который развивается в мире и в России;

– разнообразный этнический и конфессиональный состав населения Российской Федерации обуславливает развитие религиозных поездок различной направленности в зависимости от принадлежности к конфессии;

– если организация паломнических туров относится в большей степени к деятельности специализированных организаций, то формирование и продвижение турпродукта в религиозном туризме экскурсионной направленности является направлением туроператорской деятельности, которое в настоящее время в России активно развивается.

Список литературы

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 г. №132-ФЗ.
2. Христов, Т.Т. Религиозный туризм: Учебное пособие / Т.Т. Христов. – М.: Академия, 2005. – 288 с.
3. Бабкин А.В. Специальные виды туризма: Учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
4. Международный туризм: Учебник / А.Ю. Александрова. – 2е изд. перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2010. – 464 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.knorus.ru/upload/pdf/265120.pdf> (Дата обращения: 03.04.2016).

УДК: 338.48

Левченко Е.Д. – магистрант (katychka10@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Оценка уровня брендинга санаториев курорта Сочи

Аннотация. В статье представлены некоторые вопросы изучения брендинга в практике работы санаториев курорта Сочи. Делается попытка оценки уровня брендинга в исследуемых санаторно-курортных учреждениях. Отмечается необходимость продолжения исследований в данном направлении.

Ключевые слова: оценка брендинга, санатории, курорт Сочи

Levchenko E.D. – magistrant (katychka10@mail.ru), SSU, Sochi, Russia

Assessment level of health spa branding in Sochi resort

Abstract. This article presents some questions about the study of branding in the health resort's practice of Sochi. An attempt to assess the level of branding in the study of spa facilities was done. The need to continue research in this direction was noted.

Keywords: branding, health resort, Sochi

Обострение конкуренции на туристском рынке усиливает внимание к поиску эффективных разработки и создания конкурентных преимуществ, позволяющих организациям более чётко позиционировать себя на рынке туристских и гостиничных услуг, а грамотный брендинг помогает укрепить позиции в борьбе за клиента [1].

Основная цель формирования эффективного бренда – это стремление обеспечить долговременные конкурентные преимущества при организации продвижения продукта на рынке. Бренд может рассматриваться в качестве одного из наиболее мощных инструментов продвижения. Известность бренда рассматривается как важное условие стабильности функционирования предприятия на рынке и одним из основных факторов его конкурентоспособности.

Актуальность проблемы развития брендинга в России обуславливается новизной её постановки для предприятий индустрии гостеприимства, большая часть которых не имеет достаточного практического опыта в брендинге, как например, за границей.

Различные теоретические и практические аспекты исследования брендинга широко представлены в трудах отечественных и зарубежных ученых таких как: Дж. Веркмана,

П. Дойля, Ж.-Н. Капферера, К. Келлера, Ф. Котлера., Франц-Рудольф Эш, М. Васильева, Е. Голубкова, В. Домнина, Л. Захарычева, И. Крылова и др.

Ученые по-разному определяли бренд, например, Жан-Ноэль Капферер, профессор курса стратегии маркетинга в Школе менеджмента НЕС, считал, что бренд – это имя, влияющее на поведение рыночных потребителей/покупателей.

Некоторые другие специалисты считают, что бренды представляют собой различные образы, сохранённые в памяти заинтересованных групп, и выполняющие функции идентификации и дифференциации и определяющие выбор потребителя.

Российский директор брендингового агентства Evolution, Алексей Анисько, давал совсем краткое определение – бренды это идентификаторы ценностей. Таким образом, необходимость брендинга очевидна: бренд – это самый важный фактор обеспечения приверженности покупателей.

В силу актуальности данной проблемы темой данной статьи выбрана оценка уровня брендингования санаториев на курорте Сочи.

Целью научной работы является изучение теоретических основ брендинга в целом, а также применительно к сфере туризма и разработка на этой основе подходов к применению брендинга в санаториях города Сочи.

Для достижения указанной предполагается решить **следующие задачи**:

– изучить теоретическую литературу и практический опыт по проблеме исследования: рассмотреть определения и сущность понятий «бренд», «брендинг», определить специфику брендинга в санаторно-курортном деле и его значение в системе маркетинговых коммуникаций;

– изучить современное состояние брендинга в санаторно-курортных предприятиях г. Сочи.

Результаты исследования. Понятие брендинг включает в себя главный пункт – товар или услугу, которые должны продаваться. А чтобы товар продавался, необходимо, чтобы он был узнаваемый. Чтобы он был узнаваемый, его надо рекламировать и продвигать. Причем не просто, а так, чтобы он запоминался потребителям, чтобы этот бренд был узнаваем среди себе подобных товаров и услуг. Чтобы его невозможно было перепутать с каким-либо другим брендовым товаром [2].

Рассмотрим ещё одно определение. Бренд (brand) – вся совокупность представлений, идей, образов, ассоциаций и т. д. о конкретном продукте, которая сложилась у потребителей и которая говорит им: «Да, это как раз то, что мне надо купить». По статистике потребитель выбирает в 80 % случаев продукт/компанию/бренд, чей внешний вид и название ему знакомы.

Многие маркетингологи полагают, что если доля повторных покупок составляет 67 %, то такой потребитель обязательно является лояльным. Поэтому брендинг – постоянно развивающаяся деятельность, отсекающая конкурентов.

С помощью брендинга можно достичь многого. В частности, он позволяет:

– поддерживать запланированный объем продаж на конкретном рынке и реализовывать на нем долговременную программу по созданию и закреплению в сознании потребителей образа товара (услуги);

– учесть запросы потребителей, для которых он предназначен, а также особенности территории, где он продается.

Популярность бренда складывается из двух составляющих: правильного позиционирования и эффективного продвижения. Для того чтобы продвижение продукта было успешным, необходимо четко представлять себе целевую аудиторию его потребителей, особенности товара и уникальные преимущества бренда [3].

Расцвет идеи туристического брендинга пришелся на вторую половину двадцатого века, и связано это было с вполне естественными причинами: появлением на рынке большого количества похожих туристических продуктов

Задача, которую решает бренд – это упрощение выбора туристического продукта потребителем, который сталкивается со множеством похожих туристических предложений, в частности санаторно-курортных услуг и у него просто физически нет времени сравнивать все

аннотации, преимущества и недостатки, ассортимент услуг и их качество. В этой ситуации туристический брендинг является просто «спасательным кругом», – на каждый туристический продукт «наклеиваются» простые, понятные неспециалисту ярлычки: например, «дорого и престижно», «для экономных», «молодым и активным» [4].

Выделяют основные свойства туристических брендов. Они должны: привлекать внимание; быть высокого качества сервиса; быть связанными с визуальным имиджем; информировать в туристском продукте; обязательно представлены в сети Интернет, каталогах, чтобы их можно было легко найти.

Успешный бренд – это настоящее сокровище, которым владеет организация. Как и любое сокровище, его можно оценить. Подходов к оценке бренда разработано достаточно много. Оценить бренд очень сложно, т. к. он «нематериален».

Чаще всего оценивается стоимость бренда в денежном выражении – как та денежная премия, которую владелец бренда получает с покупателей, приверженных бренду и согласных за него платить. Иначе стоимость бренда можно определить как финансовую ценность, вычисленную или определенную для этого бренда отдельно от других активов.

Один из самых распространенных методов оценки стоимости бренда предлагает вычислить разницу между ценой товара, которую потребитель платит за товар компании, и ценой аналогичного товара без бренда на рынке, и помножить полученную разницу на объем продаж этого товара данной фирмы. Недостатки этого метода очевидны – найти аналогичный товар без бренда практически невозможно – во-первых, подавляющее большинство товаров несут на себе марку производителя, а во-вторых, найти два полностью одинаковых товара тоже вряд ли удастся. Тем не менее, грубое представление этот метод дать может.

Метод удобен тем, что дает возможность рассчитать стоимость бренда на определенной территории – например, при подписании договора франчайзинга или при получении эксклюзивного права на продажу того или иного товара [5].

Иногда возникает потребность в определении силы бренда – меры способности бренда доминировать в данной категории продуктов. Получение таких оценок (как правило, либо просто качественной оценки да/нет, либо в виде шкалы) требуется при принятии важных решений в брендинге – например, при заметном повышении цены на товар.

Приверженность к бренду – это психологический фактор, связанный с восприятием бренда потребителем. Сила приверженности к бренду часто измеряется с помощью частоты повторных покупок или чувствительности к цене.

Один из самых популярных и доступных методов оценки бренда – это степень известности бренда. Обычно она определяется как процент целевой аудитории, который может вспомнить данный бренд. Степень известности бренда – это достаточно широко используемый способ измерения эффективности маркетинговых коммуникаций.

Выбирая туристический бренд, потребитель получает преимущества: он знает, какого уровня качества можно ожидать от этого туристического продукта, строит свой собственный имидж.

Очевидно, что в такой клиентоориентированной сфере, как санаторно-курортные услуги [6, 7], применение современных технологий продвижения необходимо.

В ходе научной работы были изучены 10 санаториев города Сочи 3 и 4 звезд, которые являются конкурентами между собой, и оказывают идентичные услуги. Была проведена оценка санаториев по основным элементам брендинга.

В качестве элементов брендинга были взяты: наличие индивидуальных атрибутов (логотип, слоган, фирменный стиль), оценка качества на сайтах бронирования, уровень представления у партнеров (посредников), присутствие в соц. сетях, а так же стоимость 1-го койко/дня в период высокого сезона [8]. На наш взгляд, именно опираясь на эти критерии можно наглядно проследить о наличии брендов на рынке санаторно-курортных услуг (табл. 1).

Касаясь критериев в отдельности, лидирующие позиции по оценке качества на сайтах booking.com и trivago из изученных здравниц занимают такие санатории как: «Авангард», «Зеленая Роща» и «Автомобилист». Отметим, что даже на разных сайтах рейтинг лидеров

остался неизменным. Обусловлено это огромным количеством приятных отзывов гостей, которые обещают вернуться в санатории снова.

Наличие видео-ролика на сайте является просто необходимым. Гости воочию могут посмотреть, что их ждет в месте отдыха, но, как оказалось, не все уделяют этому внимание. Лишь на сайтах санаториев «Металлург», «Беларусь» и «Знание» есть приветственное видео для гостей. Но в некоторых есть и 3D –гид, который помогает ознакомиться с санаторием.

Ценовая политика в санаториях Сочи 1-го койко/места в июле достаточно варьируется от минимальной стоимости 2900 руб. в сан. «СССР» до максимальной 5700 руб. за сутки в сан. «Автомобилист». Показатель максимальной стоимости отдыха не даёт ещё права называться брендом.

Таблица 1

Элементы брендинга санаториев на курорте Сочи

№	Санатории	Оценка качества на booking (из 10)	Оценка качества на trivago (из 100)	Оценка сайта (из 10)	Видео- ролик на сайте (из 10)	Средняя стоимость койко/дня (июль 2016)	Представленность в соц.сетях (vk, facebook, одноклассники) из 100%	Наличие комплек са индивид. аттрибутов (логотип, фирменный стиль, слоган) (из 10)	Уровень представления у посредников (турфирмы, каталоги)
1	Металлург	7,9	80	6	7	3900	25	6	8
2	Актер	8,2	79	7	1	3700	18	7	8
3	Золотой колос	8,2	81	5	1	4100	20	8	7
4	Беларусь	7,3	79	5	6	4000	15	7	6
5	Авангард	9,1	85	6	1	5000	32	7	7
6	Светлана	7,8	71	4	1	3050	16	5	6
7	Зеленая Роща	8,3	82	7	1	5600	20	6	7
8	Знание	8	77	6	8	3500	25	7	8
9	Автомобилист	8,3	84	6	1	5700	25	7	6
10	СССР	6,9	79	3	1	2900	15	5	5

Санатории достаточно широко представлены на рынке туристских услуг, информацию о них можно встретить как на сайтах туристских фирм, в каталогах, так и на различных туристских выставках. Наиболее «раскрученными» на рынке следует считать санатории: «Знание», «Актер» и «Металлург», так как их чаще всех можно встретить у турагентов, и в печатных изданиях города Сочи.

Неотъемлемой частью в современном обществе являются социальные сети, ведь большую часть своего свободного времени люди проводят именно за общением в соц. сетях (vk, facebook, одноклассники). Это и может быть ещё одной частичкой влияния на выбор туристов. Как показал анализ, малая доля санаториев размещает информацию о себе в соц. сетях, хотя напрасно они недооценивают данный ресурс.

В санаториях присутствует индивидуальный логотип, фирменный стиль, но нет слогана который бы «кричал» и звал всех отдохнуть именно у них. А яркий слоган – один из главных показателей бренда.

Резюме. Из анализа выбранных санаториев, отметим, что все санатории уделяют особое внимание рекламе, продвижению сайта, качеству предоставляемых услуг, но всё же окончательно сформированного бренда нет ни у одной здравницы.

В данной научной работе были рассмотрены понятия «бренд» и «брендинг». Рассмотрен брендинг в туризме, а так же проведен анализ брендинга на рынке санаторно-курортных услуг г. Сочи. Выявлено, что элементы брендинга достаточно широко представлены в санаториях

Сочи, но нет «яркого» и четко сформированного бренда. Есть огромные предпосылки к формированию брендов в санаториях, это лишь вопрос времени.

Список литературы

1. Аакер, Д. Создание сильных брендов / Д. Аакер. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2013.
2. Капферер, Ж.-Н. Торговые марки: испытание практикой. Новые реальности современного брендинга / Ж.-Н. Капферер. – М.: Консалтинговая группа «Имидж-контакт»; ИНФРА-М, 2012.
3. Алёшина, И.В. Поведение потребителей: Учебник / И.В. Алёшина. – М.: Экономистъ, 2012.
4. Домнин, В.Н. Брендинг: новые технологии в России. 4-е изд./ В.Н. Домнин. – СПб.: Питер, 2014.
5. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. 11-е изд. / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2012.
6. Ветитнев, А.М. Организационные аспекты маркетинга санаторно-курортных учреждений / А.М. Ветитнев // Экономика здравоохранения. – 1997. – № 12. – С. 40–44.
7. Ветитнев, А.М. Изучение маркетинговой интернет-активности санаторно-курортного комплекса Сочи / А.М. Ветитнев. // Маркетинг услуг. – 2007. – № 1. – С. 52–58.
8. Маркетинговые исследования. 10-е издание. – СПб.: Питер, 2012.

УДК: 338.48

Манукян А.М. – студентка; Хачемизова Е.Н. – к.э.н., доцент, СГУ, г. Сочи, Россия

Вопросы налогообложения риэлторских услуг в туризме

Аннотация. В данной статье рассмотрены некоторые аспекты в области налогообложения риэлторских организаций, которые занимаются совершением различных сделок с организациями туристической сферы, при этом применяя упрощенную систему налогообложения.

Ключевые слова: туристическая деятельность, риэлторские организации, налогообложение, упрощенная система налогообложения.

Manukyanyan A.M. – student; Khachemizova E.N. – candidate of economic sciences, associate professor SSU, Sochi, Russia

Questions of taxation of real estate services in the tourism

Abstract. This article discusses some aspects of taxation of real estate companies that are engaged in the commission of various transactions with organizations of the tourism sector, while using the simplified taxation system.

Keywords: tourist activity, real estate organizations, taxation, simplified tax system.

Актуальность. Вопросы налогообложения риэлторской деятельности являются серьезными, так как охватывают большое количество организаций и индивидуальных предпринимателей, которые ею занимаются. А увеличение налоговых поступлений ведет к улучшению экономического развития города в целом, и туризма в частности.

В современных условиях развития городской инфраструктуры, туристическая деятельность является одним из важнейших факторов, влияющих на экономическое развитие не только нашего города, но и региона в целом.

Организаций, осуществляющих туристическую деятельность, с каждым годом становится все больше, что обусловлено актуальностью ведения данной деятельности на территории города-курорта. В процессе работы в туристической сфере, организации взаимодействуют с различными контрагентами, одним из которых может являться риэлторское агентство, которое оказывает услуги по аренде необходимых помещений, а так же, при необходимости, по их покупке и продаже.

В узком смысле, туристической деятельностью можно назвать любую деятельность соответствующих организаций по осуществлению путешествий. Но, в широком, туристическая деятельность представляет собой социальную активность людей, занятых в туристической сфере и имеющих определенные должности и обязательства, возлагаемые на них.

Целью исследований является рассмотрение вопросов налогообложения риэлторских услуг в туризме.

Результаты исследования. Риэлторская деятельность – это профессиональная деятельность по оказанию юридическим и физическим лицам услуг на рынке недвижимости. Для организаций, занимающиеся оказанием риэлторских услуг, наиболее эффективно и целесообразно применять упрощенную систему налогообложения.

Упрощенная система налогообложения (УСНО) – это один из налоговых режимов, который подразумевает особый порядок уплаты налогов и ориентирован на представителей малого и среднего бизнеса.

Переход на упрощенную систему налогообложения возможен, если организации, в том числе и риэлторские, выполняют ряд условий, в числе которых: доход от реализации по итогам девяти месяцев года, в котором организация подает заявление о переходе может составить не более 45 миллионов рублей (данный показатель индексируется); остаточная стоимость основных средств не более 60 миллионов рублей; среднесписочная численность работников не более 100 человек и некоторые другие критерии.

Согласно налоговому кодексу, предусмотрено два объекта налогообложения при применении упрощенной системы налогообложения. Первый объект – доходы, ставка по которому составляет 6% и второй – доходы, уменьшенные на величину расходов, налоговая ставка по которому, определяется равной 15 %.

Выбор объекта налогообложения осуществляется самим налогоплательщиком. При этом, выбрав тот или иной объект налогообложения, налогоплательщик не сможет его поменять в течение трех лет с начала применения упрощенной системы налогообложения.

Сущность единого налога, уплачиваемого в связи с применением упрощенной системы налогообложения риэлторскими организациями, заключается в том, что он заменяет уплату целого ряда налогов, которые устанавливаются общей системой налогообложения. Организации, применяющие данный налоговый режим, освобождаются от обязанности по уплате: налога на прибыль организаций; налога на добавленную стоимость (за исключением случаев ввоза товаров на таможенную территорию Российской Федерации), налога на имущество организаций (рис. 1).



Рис. 1. Налоги, от уплаты которых освобождаются организации, применяющие УСНО

Также отметим, что организации, перешедшие на упрощенную систему налогообложения, уплачивают страховые взносы на обязательное пенсионное страхование в соответствии с законодательством России.

Однако, организации, применяющие данный режим налогообложения, уплачивают и иные налоги в случаях, если налогоплательщик является в соответствии с законодательством

РФ плательщиком, например транспортного налога или другого налога, по которому у него возникает обязанность по исчислению и уплате.

Налоговым периодом при применении упрощенной системы налогообложения признается календарный год, а отчетными периодами признаются первый квартал, полугодие и девять месяцев календарного года.

В соответствии с налоговым законодательством устанавливаются следующие налоговые ставки по единому налогу (рис. 2).



Рис. 2. Налоговые ставки при УСНО

Налог исчисляется как соответствующая налоговой ставке процентная доля налоговой базы. При этом сумма налога по итогам налогового периода определяется налогоплательщиком самостоятельно.

Так, организации должны представить налоговые декларации по итогам налогового периода не позднее 31 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом. На протяжении налогового периода все плательщики налога исчисляют сумму авансовых платежей по единому налогу за первый квартал, за полугодие, за девять месяцев, исходя из ставки налога и выбранной налоговой базы.

Расчет производится нарастающим итогом с начала налогового периода до окончания соответственно первого квартала, полугодия, девяти месяцев с учетом ранее исчисленных сумм квартальных авансовых платежей по налогу. По результатам произведенных расчетов производится уплата авансовых платежей в срок не позднее 25-го числа первого месяца, следующего за истекшим отчетным периодом (25 апреля, 25 июля, 25 октября).

Уплата налога и квартальных авансовых платежей по налогу производится по месту нахождения организации. Сущность применения упрощенной системы налогообложения, заключается в том, что он заменяет уплату целого ряда налогов, устанавливаемых общим налоговым режимом.

Резюме. Таким образом, исходя из всего вышесказанного, следует сделать вывод о том, что деятельность риэлторских организаций с юридическими лицами, особенно с организациями, занимающимися туристической сферой скажется плодотворно как для одной, так и для другой стороны. И применение упрощенной системы налогообложения является наиболее оптимальным выбором для риэлторских организаций.

Список литературы

1. Экономика туризма: Учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 5.08.2000 № 117-ФЗ (в ред. от 5.04.2016) (редакция, действующая с 9 апреля 2016 года).

УДК:769.035

Пахомова Д.А. – студентка (dasha_dasha55@mail.ru); Попова М.В. – преподаватель, РГЭУ (РИНХ), г. Ростов-на-Дону, Россия

Туризм как одна из форм кросс-культурных коммуникаций

Аннотация. В статье раскрываются место и роль туризма в процессе кросскультурной коммуникации, а также дается анализ внутренних и внешних факторов, способствующих интенсификации культурных контактов.

Ключевые слова: туризм, кросскультурные коммуникации, адаптация, общность, «туризм», «путешествие», молодежь

Pakhomova D.A. – Student (dasha_dasha55@mail.ru); Popova M.V. – senior lecturer, RGEU (RINH), Rostov-on-Don, Russia

Tourism as one of the manifestations of cross-cultural communication

Abstract. The article describes the role and place of tourism in the process of cross-cultural communication, as well as an analysis of internal and external factors that contribute to the intensification of cultural contacts.

Keywords: hiking, cross-cultural communication, adaptation, community, tourism, travel, yout.

Актуальность. Любое современное общество вплетено в сложную сеть коммуникативных процессов. Тенденции к глобализации выступают катализатором процесса кросс-культурной коммуникации, придавая ей новые качественные формы. В рамках мирового цивилизационного процесса, научно-технического прогресса, развития транспортных средств и появления новых технологических возможностей, а также все большей открытости границ между государствами современный человек получил неограниченные возможности контактировать с представителями других культур.

Целью работы является рассмотрение туризма как одной из форм кросс-культурных коммуникаций.

Результаты исследования. В современных условиях кросс-культурная коммуникация осуществляется в самых разных сферах человеческой жизни: экономическое, политическое, военное сотрудничество, различного рода культурные события (выставки, фестивали и так далее), учеба за рубежом, мода, спорт, туризм. Поскольку одним из ключевых каналов кросс-культурной коммуникации является индивид как носитель определенной культуры, поэтому феномен туризма, как одна из главных форм кросс-культурной коммуникации, заслуживает особого внимания.

В современном мире возрастает значимость кросс-культурных коммуникации, как средства межнациональных и личностных отношений, между различными индивидуумами, группами, народностями, народами и культурами. Сегодня естественна ситуация, когда любой народ открыт для восприятия чужого культурного опыта и одновременно сам готов делиться с другими народами продуктами собственной культуры. Кросс-культурная коммуникация проявляется в различных сферах деятельности человека: в экономических, политических, культурных ит.д.

Однако одной из наиболее ярких форм кросс-культурной коммуникации является туризм. В рамках мирового сообщества, научно-технического прогресса, развития транспорта и появления новых технических возможностей, а также благодаря тому, что все больше открытыми стали границы между государствами, современный человек получил большие возможности контактировать с представителями других культур. Туризм представляет собой сложное социально-экономическое явление, на которое большое влияние оказывает экономика, политика, социально-культурная среда, особенности географического положения страны и демографический фактор. Он одновременно объединяет особенности культуры того

или иного народа, его традиции, исторический уклад жизни и те универсальные, тенденции и черты культуры, которые существуют в современном мире. Сочетание интернационального и национального начала, их взаимодействие являются одной из особенностей туризма.

Туризм по своей сути коммуникативен: отправляясь в путешествие, турист выступает в качестве средства общения между различными народами и культурами. Кросскультурная коммуникация, в туризме, отражает не только поиски культурного единства, но и тенденции к сохранению культурной уникальности и право на культурное самоопределение.

Место и роль туризма в глобальных кросскультурных процессах современного мира, определяется следующими факторами:

- во-первых, туризм, наряду с экономикой, политикой, модой и т.д. относится к основным видам межкультурной коммуникации, в связи с его массовостью и масштабностью;
- во-вторых, туризм проявляет себя на каждом из трех уровней межкультурной коммуникации: межличностной, коммуникации в малых и в больших группах;
- в-третьих, туризм также охватывает все типы культурных коммуникаций.

Самым типичным для туристов результатом межкультурного общения является адаптация. Контакты с представителями других культур невозможны без знания и понимания особенностей и практических межкультурного общения. На динамику адаптации влияют многие факторы, в частности, возраст и пол человека. Молодежь, как правило, более коммуникабельна, чем люди среднего и пожилого возраста. Мужчины чувствуют себя более раскованно в незнакомой обстановке, чем женщины. Успешная адаптация туриста, и, соответственно, уровень и качество межкультурной коммуникации зависят от внешних и внутренних факторов, к наиболее важным из которых относятся общий уровень культуры и образования, знание языка страны пребывания.

Туризм становится все более популярен. В середине 1990-х годов число участников международного туризма превысило 550 млн. чел, а к 2005 году достигло 900 млн. человек. При сохранении такого темпа роста в дальнейшем рост международного туризма возрастет к 2020 году до 1,6 млрд. Международный туризм развивается не только в количественное, но и качественно: появляются новые виды туризма такие, как например :шоп-туризм, секс-туризм, космический туризм, военный туризм, кулинарный туризм и другие.

Все большую роль в индустрии туризма играют интернет-технологии. Однако виртуальный туризм не является собственно туризмом в строгом смысле этого слова, а скорее представляет «суррогат» последнего. Но, вместе с этим, человек может получить всю необходимую информацию о той или иной стране, а так же познакомиться с обычаями этой страны.

Резюме. Туризм, играет самую серьезную роль в процессах взаимного влияния культур. Туристская деятельность, с одной стороны невозможна без сохранения уникальности и своеобразия отдельных культур и их носителей, с другой стороны, как любая кросскультурная коммуникация способствует взаимообогащению культур.

Список литературы

1. Бгажноков, Б.Х. Культура эмпатии / Б.Х. Бгажноков // Толерантность и культурная традиция. – М., 2012.
2. Библер, В.С. Школа диалога культур (Идея, опыт, проблемы) / В.С. Библер. – Кемерово, 2013.
3. Емельянов, Ю.Н. Теория функционирования и практика совершенствования коммуникативной компетенции / Ю.Н. Емельянов. – Л., 2014.
4. Захарова, Л.Н. Туризм как социокультурное явление / Л.Н. Захарова. – Тюмень, 2013.
5. Иконникова, Н.К. Механизмы межкультурного восприятия / Н.К. Иконникова // Социологические исследования. – 2015. – №11.

УДК: 338.48

Подус В.А. – студентка; Айрапетян В.А. – доцент СГУ, г. Сочи, Россия, (venusar@mail.ru)

Развитие безбарьерного туризма в городе Сочи для людей с ограниченными физическими возможностями

Аннотация. В статье рассмотрены ключевые понятия, опыт и перспективы развития инвалидного туризма как массового явления, его основные проблемы и существующие возможности решения.

Ключевые слова: инвалидный туризм, социальный феномен.

Podus V.A. – student; Ajrapetjan V.G. – Associate Professor, SSU, Sochi, Russia (venusar@mail.ru)

Prospects of progress without barrier tourism in city Sochi for invalids

Abstract: the article considers the key concepts, experience and prospects of development of the wheelchair tourism as a mass phenomenon, its main problems and opportunities for the decision.

Keywords: Invalid tourism, social phenomenon.

Цель данной исследовательской работы – поиск и разработка наиболее эффективных путей преодоления барьеров, сдерживающих развитие инвалидного туризма в России.

Задачи: 1. Оценить современное состояние инвалидного туризма в России. 2. Выявить причины, сдерживающие развитие инвалидного туризма в России. 3. Найти и проанализировать существующие возможности решения проблем, связанных с данной отраслью туризма.

В ходе написания работы были использованы следующие методы: описательный, сравнительный, системный. Исследование данной работы выявили возможности развития безбарьерного туризма в городе Сочи для маломобильных граждан.

Результаты исследования. Люди с ограниченными возможностями составляют значительную часть населения (рис. 1). В настоящее время вопрос возможности маломобильных туристов в общество и активного участия во всех мероприятиях перешел из области дискуссии и сочувствия в область практической реализации.

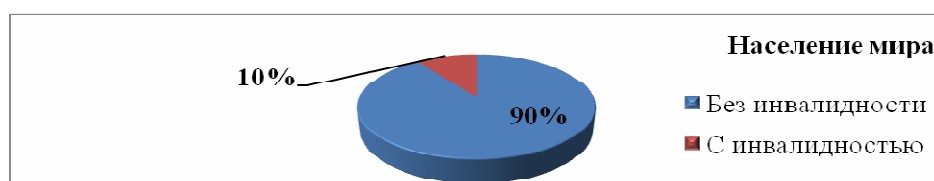


Рис. 1. Численность людей с ограниченными физическими возможностями в % соотношении к населению мира

В практической плоскости находится решение проблемы исключения барьеров, осложняющих жизнь физически ослабленных лиц:

- физических или материальных (ступени, пороги, узкие двери и проходы, отсутствие лифтов и подъемников, недоступные туалеты и т.д.);
- информационных (мелкий, не читаемый шрифт, отсутствие альтернативных форм предоставления информации, отсутствие информации о доступных путях передвижения и т.д.);
- операционных (нелогичные и неудобные бизнес-процессы работы с инвалидами, отсутствие служб сопровождения, необученный персонал и т.д.);
- коммуникационных (стереотипы, не знание этикета в общении с инвалидами, не правильное понимание инвалидности и т.д.) [1].

Приобщение людей с ограниченными возможностями к активному и здоровому образу жизни в мировой практике проводится двумя основными путями: 1. Организация и проведение

физкультурно-оздоровительного и спортивного досуга. 2. Развитие различных видов туристской и экскурсионной деятельности для инвалидов.

Для большей части населения, спорт не может заменить полноценный досуг и отдых, а является только лишь возможностью самореализации. Эту задачу успешно решает туризм. Инвалидный туризм рассматривается как разновидность рекреационного туризма, рассчитанного на людей с ограниченными физическими возможностями. В мировой практике инвалидный туризм становится массовым явлением, что достигается не только благодаря созданным инфраструктурным возможностям, но и финансовой доступности социальных туров, в частности инвалидного туризма.

Обычно выделяют две главные концептуальные модели инвалидности. Медицинская модель рассматривает инвалидность как свойство, присущее человеку в результате болезни, травмы или иного воздействия на состояние здоровья, которое требует медицинской помощи. Социальная модель рассматривает инвалидность как социальную проблему.

Согласно социальной модели, инвалидность требует государственного вмешательства, так как проблема возникает из-за неприспособленности окружающей среды, вызываемой отношением и другими свойствами социального окружения. Именно эта модель отражает факторы и условия, необходимые для развития инвалидного туризма, который, по сути, является социальным. На рис. 2 представлены категории людей с инвалидностью.

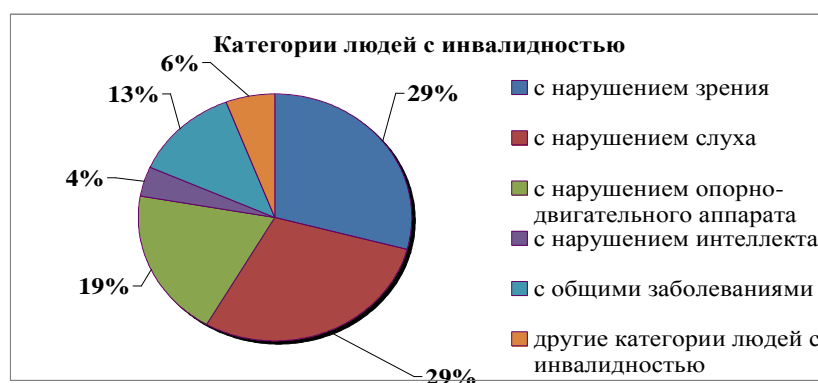


Рис. 2. Категории людей с инвалидностью

В мире существует классификация видов туризма для инвалидов: 1. Реабилитационный инвалидный туризм. 2. Рекреационный инвалидный туризм. 3. Детский инвалидный туризм.

Общество достигло нужного уровня прогресса, чтобы обеспечить людей с инвалидностью доступным туризмом и качественным сервисом, но, тем не менее, стремительного роста, популярности и большого процента вовлеченности людей в данный вид деятельности в России не наблюдается. Основа проблемы заключается не в самих инвалидах, а в предприятиях сферы туризма, не желающих работать с данной категорией лиц [2].

Инвалид – это потенциальный клиент, который наравне с другими готов потреблять услуги или товары и приносить деньги в организацию, которая эти услуги и товары предоставит. Так, в 2015 г. инвалиды совершили 43 млн. туристских поездок, потратив на путешествия более 40 млрд. \$ (8,4 млрд. \$ на проживание в гостиницах, 7,5 млрд. \$ на авиаперелеты, 5,4 млрд. \$ на транспорт, 6,9 млрд. \$ на еду и напитки, 6,1 млрд. \$ на покупки и 4,2 \$ на прочее расходы).

Затраты на путешествия маломобильных туристов изображены на рис. 1.

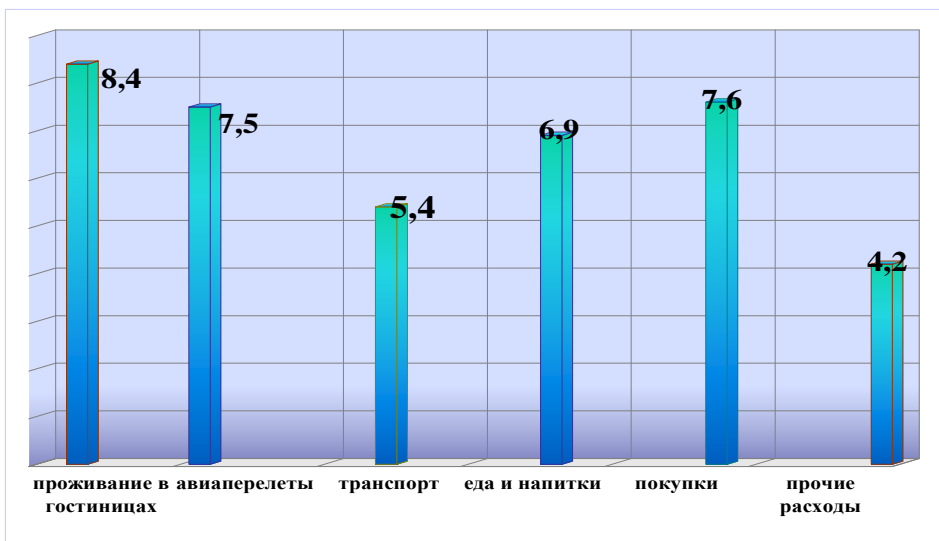


Рис. 1. Затраты на путешествия маломобильных туристов (млрд. \$ США)

Также мировая практика показывает, что созданные инфраструктурные условия для инвалидов-туристов, пользуются популярностью и у людей разного возраста. Наличие изобилия разнообразных доступных туристских услуг по приемлемым ценам, сразу повышает интерес населения к отдыху.

К сожалению, на данном этапе существуют отрицательные факторы, тормозящие развития инвалидного туризма в России:

- Недоступность среды: можно иметь технически оборудованный доступ в музеи и выставки, но не иметь возможности спуститься с 5-го этажа или воспользоваться общественным транспортом.
- Невозможность перемещения в общественном транспорте или проживания в гостинице вместе с собакой – поводырем.
- Высокие цены на существующие турпродукты и сервис для инвалидов.
- Информационная необеспеченность целевой группы.
- Неготовность предприятий сферы туризма и гостеприимства вкладывать средства в создание адаптированных тур. пакетов и безбарьерной среды.

Данные факторы обусловлены тем, что для организации инватуризма нужны не малые средства:

1. Приобретение специализированного транспорта с подъемниками для колясок.
2. Сопровождение инвалидов.
3. Организация и обслуживание инвалидов в пути и по месту проведения путешествий.
4. Медицинский контроль за состоянием здоровья инвалидов.
5. Дополнительное оборудование экскурсионных маршрутов и мест проживания.

Но существуют эффективные пути решения данной проблемы:

1. Создание информационно-пропагандистской среды, направленной на установление в обществе понятия инвалидного туризма как социальной нормы.
2. Поддержка предпринимателей сферы туризма и сервиса, обеспечивающих безбарьерную среду.
3. Разъяснения экономической выгоды для туристских предприятий от реализации инвалидного туризма.

Разработка и внедрение туров для инвалидов имеет ряд достоинств и преимуществ, которые выражаются в увеличении объемов продаж и повышении доходности от туристической деятельности.

При этом обозначим ключевые факторы эффективности развития инвалидного туризма:

1. Рост спроса на данный вид туристских услуг:
 - большинство людей с инвалидностью хотят отдыхать с семьей.
2. Увеличение объема продаж дополнительных услуг
3. Решающие факторы выбора:
 - «доступность и уровень медицинской помощи»;
 - «репутация и хороший сервис».
4. Лояльность клиентов. Высокая доля повторных заказов.
5. Отдых в низкий сезон, чтобы избежать переполненных мест, высоких цен высоких сезонов.
6. Отдых более продолжительный, чем у здоровых людей.
7. Конкурентное преимущество производителей услуг в освоении новой рыночной ниши [3].

Однако следует подчеркнуть, что главным условием развития инвалидного туризма является безбарьерная среда. Анализ размера рынка, проведенный по заказу Министерства экономики и труда, показал: более 4000 опрошенных инвалидов отметили, что около 40 % из них, по крайней мере, один раз отказались от отдыха из-за наличия барьеров, возникавших уже на этапе планирования отдыха и почти 50 % заявили, что будут больше путешествовать, если объекты туристической индустрии станут более доступными [4].

При развитии такого сегмента туризма можно разработать различные туры для инвалидов. Люди смогут отдохнуть всей семьей, так как отдых будет доступен для каждого, будь то взрослый человек или ребёнок.

Разработан проект тура «Безбарьерная среда Сочи» для инвалидов I группы.

Продолжительность программы составляет 7 дней и 6 ночей в городе Сочи. Программа обслуживания рассчитана на 2 туристов. Разработка тура «Безбарьерная среда Сочи» для инвалидов I группы указана в табл. 2.

Таблица 2

Программа тура «Безбарьерная среда Сочи» для инвалидов I группы

1 день	Прибытие, заселение в санаторий «Золотой Колос» ****
2 день	Экскурсия Дерево Дружбы, сад музеев
3 день	Обзорная экскурсия по городу с посещением Олимпийских объектов
4 день	Посещение дельфинария (плавание с дельфинами по желанию)
5 день	Посещение с экскурсией парка Ривьера
6 день	Свободный день
7 день	Выселение из санатория. Трансферт в аэропорт

Калькуляция туристского обслуживания программы 7 дней и 6 ночей «Безбарьерная среда Сочи» для инвалидов I группы указана в табл. 3.

Данный пример разработки тура показывает, что отпуск для маломобильных граждан весьма доступен и интересен, благодаря чему может увеличиться поток туристов в Сочи в независимости от сезонности.

Таким образом, если отдых станет более доступным для всех маломобильных гостей и жителей города Сочи то, несомненно, увеличится поток желающих отдохнуть именно здесь. Наличие оборудованных мест размещения и мест развлечения и отдыха позволит увеличить число отдыхающих. Есть все шансы для развития такой идеи. Надо брать пример с других городов, где уже давно позаботились об отдыхе для инвалидов. Так как для Сочи важен каждый гость города.

**Калькуляция туристского обслуживания программы 7 дней и 6 ночей
«Безбарьерная среда Сочи» для инвалидов**

Услуги по программе	Единица измерения	Цена за единицу (руб)	Кол-во услуг	Кол-во человек	Итого на 2-х туристов (руб)
Авиа билеты Москва-Сочи-Москва	чел	4750	1	2	19000
Размещение в номере стандарт в санатории «Золотой Колос» **** (в стоимость включено 3 разовое питание и лечение)	чел/сут	1-но местный номер - 2900 2-х местный - 4500	6	2	31500
Экскурсия Дерево Дружбы, сад музей	час	500	1	2	1000
Обзорная экскурсия по городу с посещением Олимпийских объектов	час	500	1	2	1000
Посещение дельфинария (плавание с дельфинами)	час	4700	1	2	9400
Экскурсия с посещением парка Ривьера	час	500	1	2	1000
Трансфер в аэропорт (по прибытию и убытию с отдыха)	час	1200	2	2	2400
Итого стоимость обслуживания двух туристов					48200
Итого стоимость обслуживания одного туриста без сопровождающего					24800

Резюме. Исследование показывает, что развитие сектора доступного туризма способствует экономическому росту и занятости и может рассматриваться как социальная задача с разных позиций, но, прежде всего, с позиции соблюдения прав и свобод человека для путешественников с особыми потребностями, так как в современном законодательстве подчеркнуто, что путешествовать – это право каждого члена общества.

Список литературы

1. Государственная целевая программа «Доступная среда» на 2011–2015 годы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (Дата обращения 23.04.2016).
2. Федеральная целевая программа «Социальная поддержка инвалидов на 2006–2010 годы». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [://fcr.vrk.ru](http://fcr.vrk.ru) (Дата обращения 23.04.2016).
3. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru> (Дата обращения 23.04.2016).
4. II Всероссийская конференция «Государственная политика в области развития культурно-познавательного туризма в России». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.intacadem.ru> (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 338.48

Томаева Т.А., Дамбегова А.А., Свитенко А.В. – студентки (lorelein2003@mail.ru, krarida@mail.ru); Штомпель Л. В. – доцент, СГУ, г. Сочи, Россия

Перспективы развития туризма в 2016 году

Аннотация. В данной статье проанализированы последствия мирового кризиса, отразившиеся на туристическом рынке. Продемонстрированы возможные перспективные его развития.

Ключевые слова: Туристический рынок, туристические операторы, авиакомпании, бронирование.

Tomaeva T.A. – student; Dambegova A.A. – student; Svitenko A.V. – student (lorelein2003@mail.ru, krarida@mail.ru); SHtompeli L.V. – Associate Professor, SSU, Sochi, Russia

Prospects of the development of the tourism in 2016

Abstract. This article analyzes the impact of the global crisis on the tourism market. Are demonstrated its possible future development.

Key words: Tourism market, tour operators, airlines, agents, bookings.

Актуальность. Туристический рынок Европы потерял миллионы долларов по причине увеличивающегося потока беженцев и террористов, а также проведения терактов. Российские туристские компании оказались в сложной ситуации из-за инцидентов с Египтом и Турцией. Российские туризм в 2015 году лишился одного из популярных среди потребителей авиаперевозчиков – «Трансаэро». Это отразилось на рынке авиаперелётов внутри страны, но со временем ситуация пришла к стабильности. Так какая же ситуация ожидает туризм в текущем 2016 году?

Цель работы – оценка перспектив развития туризма в 2016 году.

Результаты исследования. Согласно исследованиям специалистов по маркетингу, число продаж туристических услуг может составить более 20 миллиардов долларов. Туризм останется востребованным, даже с учетом повышения цен на перевозки и рекреационные услуги.

Рынок туризма зависим от курса иностранных валют. Исходя из слов исполнительного директора АТОР Майи Ломидзе, количество туроператоров может уменьшиться на 50 %. Сейчас работает 685 компаний, которые могут отправлять российских граждан за границу. Худшие прогнозы экспертов, говорят о том, что число выездных туроператоров может уменьшиться на 30–50 %. Если темпы инфляции сохранятся на текущем уровне, то общий выездной турпоток уменьшится на 25–35 %. Большие изменения в 2016 году будут связаны со сроком предварительного бронирования туров. Ранее 36 % российских граждан приобретали туры непосредственно перед их началом, т.е. в «последний момент», по прогнозам в 2016 году будет существенный рост оплаты путёвок в срок менее, чем за 5–10 дней до отъезда.

В 2015 году возросло число туристов, бронирующих туры самостоятельно. Число продаж уменьшилось, туристы переориентировались: теперь вместо стран Европы они предпочитают массовые долларовые страны. Если внешнеполитическая и экономическая ситуации сохранится, то эта тенденции будет набирать обороты в 2016 году.

В 2016 году на рынке выездного туризма будут привлекательны те страны, где процесс оформления визы упрощён. По мнению АТОР востребованными странами будут: Греция, Израиль, Кипр и Италия. В данные страны или отсутствует визовый режим, или увеличено число визовых центров в Российской Федерации. Израиль и Греция хотят взять часть потока туристов вместо закрытых для туризма Турции и Египту. По прогнозам Майи Ломидзе главной темой грядущего года будет цена турпоездки. Она определяется не только выбранным направлением, но и фактом поездки по какому-либо направлению. По её словам основной удар принимают региональные туристские компании. Их число неукоснительно уменьшается.

Можно ожидать, что 2016 год будет наполнен переменами на рынке туризма. Большая часть туроператоров скорее всего перейдут на рынок внутреннего туризма. Поток туристов, который был в Турции и Египте, перераспределится между Грецией, Израилем, Китаем, Вьетнамом, Тайландом, ОАЭ). Граждане РФ будут бронировать туры самостоятельно. Также большой процент людей предпочтут поездки на курорты Краснодарского края или по недавно открывшемуся направлению – в Крым.

Факторы, влияющие на развитие туризма в 2016. Туризм РФ потерял 2 главных направления пляжного отдыха – Турцию и Египет. Эти страны с их курортами занимали примерно 45 % рынка выездного туризма. Туристические страны вкладывают огромное

количество финансовых средств в продвижение своих туристских дестинаций и привлечение именно российских туристов.

8.11.2015 года Владимир Путин подписал указ, который приостановил авиаполёты в города Египта. 28 ноября были запрещены также чартеры в турецкие города. Также Федеральное агентство по туризму рекомендовало российским туристам не отдыхать на курортах Турции. Ко всему прочему, был введен визовый режим. Представители городов-курортов Турции не вводят такой режим для российских туристов.

Сильнейший удар по туристскому рынку в 2015 году – крах авиакомпании «Трансаэро», которая могла обслуживать свой долг в размере 260 миллиардов рублей. Деятельность компании была остановлена. Авиакомпания была крупнейшей на рынке чартеров. По словам президента компании «Натали Турс» Владимира Воробьева, доля авиакомпании на российском рынке выездного туризма достигала 40 %. Перевозчик предлагал цены, ниже чем на рынке. «В настоящее время цена перелета увеличилась на 30–50 %, что привело к уменьшению турпотока. До этого момента авиаперевозчик своим демпингом мог нивелировать ратное падение рубля. После чего этот «бонус» стал недоступным», – пояснял в колонке для РБК в ноябре директор компании «Связной Трэвел» Алексей Дорош. После остановки «Трансаэро» «Аэрофлоту» за сентябрь-декабрь пришлось перевезти 1,9 млн ее пассажиров.

В связи с политической ситуацией в стране и в мире, а также запретами на туризм в некогда популярных среди российских туристов странах, возникает вопрос о том, как найти замену закрытым направлениям. Майя Ломидзе, глава Ассоциации туроператоров России (далее АТОР), отметила, что нет такого направления для пляжного отдыха, которое сможет справиться с этой задачей. Ни в одной стране нет ни одного курорта с таким же набором услуг, а также стоимостью, как в Турции и Египте. Среди предложений туроператоров есть множество предложений, но в совершенно другой ценовой категории.

Гоа. Многие туроператоры предлагают заменить закрывшиеся курорты таким направлением, как индийское Гоа. По мнению экспертов, Гоа соответствует близости к Центральной России, а также ценовым категориям. Однако, здесь нет соответствующего уровня комфорта. Индия не может стать направлением массового туризма среди россиян по нескольким причинам: отсутствие прямого авиасообщения (перевозками занималась «Трансаэро»). Также возможно резкое увеличение цен представителями индийской туристической индустрии. Нельзя забывать, что в Гоа очень мало отелей категории 5* и практически нет системы «Все включено», столь любимой россиянами. К тому же туризм ограничивает визовый режим. Это заставляет многих россиян отказаться от подобных поездок. Хотя визу можно оформить через Интернет или у туроператора.

Тунис. Власти Туника хотят вернуть упавшие потоки российских туристов. До марта 2015 года это направление пользовалось большой популярностью среди россиян. Но после теракта в музее, поток уменьшился. Для возврата туристов власти повысили уровень безопасности во всех общественных местах, а также аэропортах. На курортах Туниса есть любимая россиянами система «Все включено», по ней работают большинство отелей. По мнению экспертов, туристский поток по этому направлению постепенно увеличивается. Но преградой становятся высокие цены. Отдых в Тунисе будет в 1,5–2 раза дороже, чем на курортах Египта и Турции.

Испания. Власти Испании предлагают курорт Малага как альтернативу закрытым курортам для россиян. Испания готова к увеличению туристского потока. В 2015 году ее посетили 4 миллиона туристов (в Египте для сравнения побывали 2,2 миллиона).

Туроператоры рассматривают вариант появления новых чартерных рейсов в Малагу. Главная проблема – опять же визовый режим. Однако на территории нашей страны действует 27 визовых центров Испании. Стимулированию интереса российских туристов может послужить «Год туризма» в Испании в 2016 году. Здесь есть еще одна трудность – сезонность Малаги. В Испании основная часть турпотока приходится на зиму во время высокого сезона.

Греция. Греческое правительство пришло к решению о расширении высокого сезона на весь год (ранее высоким сезоном считалось только лето). Греция предлагает туристам

развитую инфраструктуру в религиозном, медицинском и культурном туризме. Высокое преимущество – греческих курортов – низкие цены (после кризиса цены снизились). Также решается вопрос об упрощении визового режима.

Другие варианты. Также туроператоры предлагают российским туристам перебронировать купленные туры в Израиль, ОАЭ и Таиланд. В 2015 году эти страны проиграли Турции и Египту по финансовой составляющей (в среднем они обходятся в 2 раза дороже). За последнее время спрос на туры в ОАЭ увеличился на 20 %. Второе место занимает Таиланд – 10 %. далее идут Вьетнам – 5 %, Израиль – 3 %. Ожидаемый рост спроса на внутренний туризм не оправдался: россияне по прежнему хотят отдыхать за границей.

2016 год можно будет назвать годом внутреннего туризма в России. Но не стоит забывать, что с увеличением потока туристов в Краснодарский край и Крым, поднимутся и цены на услуги. Сочи и Крым подорожают. В связи с падением спроса на выездной туризм количество туристов, путешествующих по России, несомненно, станет больше. В результате – объем внутреннего туризма может увеличиться на 20 %. Популярные направления среди россиян – Москва, Санкт-Петербург, Крым и Краснодарский край.

Владельцы отелей в Краснодарском крае и Крыму, рассчитывая на рост спроса среди туристов, уже думают о повышении стоимости услуг. Ломидзе из АТОР предупреждает, что по объектам увеличение может составить 30 %». Конечно, цены на российские курорты поднимутся вследствие инфляции. «Еще одна распространенная причина – увеличившийся спрос среди соотечественников возрастающий спрос», – считает генеральный директор туроператора «Алеан» Илья Уманский. Но по его мнению, увеличение цены составит не более 15 %». Российские туроператоры активно ведут переговоры с владельцами отелей, чтобы те не увеличивали цены в 2016 году.

Внутренний туризм, к сожалению, не такой прибыльный, как международный. Даже с учетом увеличения спроса, в России туристы не стремятся покупать полные туристские пакеты, как они делают это за рубежом. В этом, по мнению, экспертов, нет особой необходимости, т.к. туристы находятся на территории своей страны, а соответственно большей безопасности. Необходимость в дополнительных услугах отпадает.

Определяющие тенденции. В 2016 году туристы различных возрастных категорий хотят получить новый опыта. Это могут быть как круизы, так и одиночные путешествия. 69 % туристов планируют в текущем году попробовать что-то новое и необычное. 20 % туристов собираются отправиться в круиз в первый раз в следующем году. 17 % – отправятся в одиночное путешествие; 15 % испытают на себе приключенческий отдых. Туристы готовы потратить в этом году больше денег, чем в прошлом. 33 % туристов планирует в 2016 году потратить больше денег, чем в 2015. Причиной увеличения бюджета туристы назвали: «Потому что я и моя семья заслуживаем этого». Также 31 % опрошенных сказали, что «это важно для моего здоровья и хорошего самочувствия».

2/3 туристов используют Интернет для бронирования средств размещения.

Если не учитывать стоимость, при бронировании тура туристы полагаются на свои привычки, опыт и доступность.

Азиатские туристы практически не используют каналы бронирования, не связанные с сетью Интернет.

В настоящее время причиной выбора того или иного туристского направления может послужить наличие акций специальных предложений. Так делают 21 % туристов. Почти половина респондентов (47 %) путешествуют с целью знакомства с культурной жизни страны.

Все большее значение приобретает так называемый «телевизионный туризм». 20 % путешествуют по тем направлениям, которые увидели в телевизионных программах.

Удобства которые хотят видеть туристы в текущем 2016 году – прежде всего наличие кондиционера (63 %) и бесплатного Wi-Fi в номере (46 %). За важность завтрака проголосовали 40 % и наличие бассейна 26 %. Наличие бесплатного Wi-Fi на территории всего отеля – очень важный аспект в последнее время: если в гостинице его нет, туристы предпочтут другое средство размещения. 26 % отметили, что им необходим сверхбыстрый Wi-Fi, а 11 % даже могут внести за это дополнительную плату.

Многие средства размещения хотят увеличить стоимость своих номеров. Так планируют сделать 47 %. При этом большинство владельцев оптимистичны в отношении рентабельности в 2016 году. 3/4 отельеров настроены оптимистично в вопросах прибыли. 3/4 из них считают, что прибыль можно увеличить за счет проведения различных мероприятий и конференций местного уровня. Почти все владельцы гостиничного бизнеса (91 %) считают увеличение объема прямых бронирований главным фактором будущего успеха бизнеса.

Многие отели увеличивают тарифы для компенсирования растущих издержек (65 %). 37 % делают это из-за недавно прошедшего ремонта. Увеличения спроса служит причиной повышения тарифов в 35 % случаев.

Представленность в сети Интернет становится все более важной: в 2016 году многие компании продолжают тщательно следить за тем, что пользователи говорят о них в Сети. 93 % отельеров полагают, что отзывы туристов в Интернете важны для их бизнеса. Управление репутацией в Интернете является областью больших инвестиционных вложений. В 2016 году 59 % отельеров собираются вкладывать инвестиционные средства в нее больше, чем в 2015.

Хотя 40 % отельеров и не собираются менять предлагаемые услуги и удобства, 37 % средств размещения все же планируют предложение услуг-новинок: более 1/3 даже думают сделать эти новинки бесплатными. Только 1/4 владельцев отелей будут брать за них дополнительную плату.

Список литературы

1. Корягина, Е.В. Развитие Сочи как пляжного курорта для маломобильных категорий туристов / Е.В. Корягина // Региональные аспекты функционирования гостиничной индустрии: Материалы 2-го Всероссийского научно-практического семинара / Под ред. О.Ю. Колосовой, Т.В. Вергун, Ю.С. Авраменко. – Ставрополь: АГРУС СГАУ, 2015.
2. Епанешникова, О.В. К вопросу о позиции жизненных циклов основных туристических продуктов / О.В. Епанешникова // Инновационные технологии социокультурного и туристского образования: запросы работодателя и модернизация, компетенции и качество: Сборник материалов Международной научно-практической конференции, г. Краснодар, 9–11 июня 2011 г. – Краснодар: КГУКИ, 2011.
3. Епанешникова, О.В., Процесс планирования в аспекте повышения качества туристских услуг / О.В. Епанешникова // Современные проблемы социокультурного пространства России: Сборник научных статей по материалам 1-й Всероссийской научно-практической конференции, г. Краснодар, 8 ноября 2011 г. – Краснодар: КГУКИ, 2011.

УДК: 339.137.2

Тоноян Г.А. – студент; Столярова И.Ю. – доцент (irast2010@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Факторы развития детского оздоровительного туризма

Аннотация. В данной статье проанализированы возможные факторы развития детского туризма, выделены приоритетные задачи и пути развития данного сектора туризма.

Ключевые слова: туризм, детский туризм, оздоровительный туризм, государственная политика в области развития детского туризма.

Tonoyan G.A. – Student; Stolyarov I.Yu. – Associate Professor (irast2010@mail.ru), SSU, Sochi, Russia

Factors of development of children's health tourism

Abstract. This article analyzes the possible factors of children's tourism development, priorities and development ways of this sector of tourism.

Keywords: hiking, children's tourism, health tourism, the state policy in the field of children's tourism development.

Актуальность. Ни для кого не секрет, что здоровье – это величайшее сокровище для человека, но, к сожалению, наш организм подвержен вредоносному влиянию внешней среды, патогенные факторы несут опасность для нормальной жизнедеятельности и могут прервать правильную работоспособность организма взрослого человека, иммунитет ребёнка же намного восприимчивее ко всем заболеваниям. Для того, чтобы предупредить и обезопасить детский организм от болезней и недугов специалисты рекомендуют санаторно-курортное лечение.

Этот вид туристической индустрии обусловлен потребностью в лечении различного рода заболеваний и оздоровлении организма после перенесённых болезней. Основными задачами этого вида туризма будут лечение каких-либо тяжёлых заболеваний (хронических и приобретённых), реабилитация после травм, аварий, неудачных операций.

Данный вид туризма до недавнего времени развивался у нас в стране недостаточно активно. Считаем, что это связано, в первую очередь, с низкой платежеспособностью сегмента детского оздоровительного туризма и его низкой рентабельностью. Однако он является одним из наиболее важных элементов социальной политики государства. И поэтому должен развиваться в достаточной степени. Этим вызвана актуальность нашего исследования.

Цель работы: провести анализ развития детского оздоровительного туризма; выделить наиболее важные факторы, влияющие на развитие детского оздоровительного туризма, выделить приоритетные задачи и пути развития данного сектора туризма.

Методы, организация исследования. Использовались методы анализа научной литературы, а также официальные статистические данные по теме исследования.

Результаты исследования. Детский туризм исторически считается социальным явлением только со времён первых буржуазных революций в развитых странах Западной Европы. В этом направлении Россия развивалась наряду с передовыми странами Европы.

За последнее столетие весь туризм развивался с небывалой скоростью, т. к. XX век – век становления постиндустриальной цивилизации, для которой характерно преобладание сферы услуг, но, что ещё более важно, знания в области медицины развивались в геометрической прогрессии, и общекультурные тенденции сменились на более гуманистические. Изменилось само отношение к здоровью и благосостоянию несовершеннолетних граждан как к важной жизненной ценности; возможно, именно поэтому, сегодня детский туризм возглавляет список важнейших социально-экономических отраслей мировой экономики.

История лечебно-оздоровительного туризма корнями уходит глубоко в древность, жители Рима восстанавливали своё здоровье в Египте, а более состоятельные горожане могли позволить себе путешествие на побережье Апеннинского полуострова, либо отправиться на берег Неаполитанского залива, где располагается самый известный оздоровительный курорт – Байи. С античных времён известны такие курорты как: Баден-баден, Мариенбад, Карлсбад, Виши. Они сотни лет выполняют свою основную оздоровительно-лечебную функцию [8].

Мягкий климат, умеренная влажность, целебные серные и минеральные источники и, конечно же, цветущая природа сделали эти курорты идеальными для лечебных и оздоровительных целей. Следовательно, при попытке организации перспективного детского оздоровительного курорта в первую очередь нужно учитывать природный фактор (климат). Целебные свойства факторов природы, как и раньше, привлекают больных в курортные местности. Число туристов, желающих укрепить своё здоровье, постоянно увеличивается, соответственно меняется и качественный уровень обслуживания в санаторно-оздоровительных учреждениях.

Вторым по значимости фактором будет количество и качество оказываемых услуг. Условно услуги можно разделить на следующие виды: услуги высококвалифицированных медиков, услуги по удовлетворению элементарных потребностей в безопасной жизнедеятельности (соответствие общепризнанным нормам), услуги, направленные на физическое развитие, услуги по организации мероприятий развлекательного характера, информационно-рекламные услуги, транспортные услуги, правовые услуги и т. д. [4].

Обрести состояние внутренней гармонии с природой, получить полезные советы по уходу за здоровьем, восстановить нервную систему после длительных нагрузок и стрессов

– всё это результат труда многих специалистов, профессионалов своего дела, в вопросах здоровья исключительно с помощью работы экспертов можно добиться внушительных результатов. Благодаря этому в детском лечебном туризме становится возможен такой подход к воспитанию детей, который основан на непрерывности физического и духовного обогащения детей, образовательного, воспитательного и оздоровительного процессов, получения важных социально значимых навыков, подготовки индивидуумов к жизни и дальнейшей деятельности.

При организации детского санаторно-курортного лечения основную роль играют общедоступность, монолитное и централизованное наблюдение за состоянием здоровья; важно, чтобы оказанные услуги действительно давали эффект. Комплексность, единый режим дня, регламентирующий правила распорядка, санаторный режим для реализации лечебного комплекса [7].

Также важно, чтобы отдыхающим предоставлялся доступ к инфраструктуре курорта, а именно необходимым техническим устройствам и постройкам для рационального применения курортных факторов (бассейнам, грязелечебницам, пляжам и т. д.), специально приспособленным помещениям для лечения и жилья (санаториям, домам отдыха), к лечебно-профилактическим учреждениям, обеспечивающим медицинское обслуживание больных и отдыхающих, и к оздоровительным учреждениям, спортивным сооружениям и площадкам.

Проблема развития детского туризма очень актуальна. Специалисты считают, что в перспективе детско-юношеский туризм может и должен стать одним из приоритетных направлений развития туризма в России. Однако цифры свидетельствуют об обратном. Как видно, численность детских оздоровительных организаций с 1994 г. по сегодняшний день выросла с 39,6 тыс. до 47 тыс. (на 18,7 %). При этом доля организаций санаторного типа занимает лишь 0,5 % (с ростом показателя по годам на 0,2 %) [5]. Эффективное функционирование детского оздоровительного туризма определяется активной социальной политикой государства, которое создает необходимые условия для оздоровления детей и подростков, как важного звена укрепления здоровья подрастающего поколения россиян.

Для достижения развития в этой сфере туризма перед государством стоят труднодостижимые задачи [7]:

- Мотивировать молодое поколение к занятию спортом.
- В каникулярный период отправлять детей на бюджетной основе в спортивные лагеря.
- Создавать и содействовать дальнейшему продвижению государственных Программ.
- Прививать идеологию здорового образа жизни молодому поколению.
- Содействовать реализации и потреблению туристских услуг.
- Совершенствовать нормативно-правовую базу организации отдыха и оздоровления детей.
 - Формировать материально-техническое обеспечение.
 - Совершенствовать санитарно-гигиенические нормы.
 - Координировать работу организаций в сфере детского оздоровительного туризма.
 - Контролировать деятельность учреждений отдыха и оздоровления детей.
 - Повышать уровень квалификации персонала.

Государство в полной мере осознаёт перспективность развития туристической отрасли, благодаря популяризации которой, детский туризм приобрёл значительную массовость, стал популярным видом активного отдыха, способствующее гармоничному развитию личности, укреплению здоровья, повышению культурного уровня ребенка, разумного использования им свободного времени. Дети, вовлеченные в систему детского отдыха, быстрее проходят социализацию, получают духовную и физическую закалку, активно готовятся к трудовой деятельности. В детском туризме познавательная, трудовая, общественная деятельность детей формируется в органическом единстве, оказывая большое влияние на развитие личности ребенка и на ее связи с окружающей средой.

Непрерывность воспитательного процесса обуславливает такую особенность детского туризма, как развитие самоуправления в коллективе, насыщение свободного времени детей

социально значимой деятельностью. Туризм развивает у детей высокие нравственные качества: коллективизм, честность, трудолюбие, формирует чувство ответственности перед обществом за результат своей работы.

Следует полагать, что этот вид туристического отдыха, охватывающий учреждения детской категории населения, способствует укреплению национального состояния здоровья. Целесообразно именовать в качестве детского оздоровительного туризма, призванного развивать партнерские отношения между определёнными институтами, выступая в качестве благоприятного условия сотрудничества. Государство должно оказывать материальную поддержку частным туристическим фирмам, ибо без государственной поддержки турфирмы сталкиваются с различного рода проблемами, что может привести к некачественному обслуживанию детей.

Обеспечение оздоровительной компании детей рассматривается как важная составляющая государственной социальной политики России в отношении поддержания уровня здоровья детей, базирующаяся на ряде основополагающих норм Конституции РФ, правовых и локальных актов Российской Федерации. Важно помнить, что при организации оздоровительного туризма ключевую роль играет обеспечение специальных мер безопасности отдыхающих, цель же государства предоставить правовую поддержку, ужесточить санкционную политику за несоблюдение предписанных норм и правил.

Выводы. На основе проведенных исследований можно сделать вывод, что незаменимыми в отношении развития детского оздоровительного туризма является почти все рекреационные ресурсы: 1. Природные комплексы и их компоненты (рельеф, климат, водоёмы, флора, фауна). 2. Экономический потенциал территории, включающий инфраструктуру, трудовые ресурсы. 3. Уровень технической оснащённости детских здравниц.

Список литературы

1. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
2. Велендский, В.Г. Спортивно-оздоровительный сервис: Учебник для вузов / В.Г. Велединский. – Москва: КноРус, 2014. – 216 с.
3. Технологии и методы оздоровительного сервиса: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 101103 «Соц.-культур. сервис и туризм» / Е.А. Сигида и др. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 189 с.
4. Драчёва, Е.Л. Специальные виды туризма. Лечебный туризм: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Экономика и управление на предприятии туризма и гостиничного хозяйства» / Е.Л. Драчева. – М.: КноРус, 2008. – 152 с.
5. Целиковский, В.К. Совершенствование государственных механизмов развития детского оздоровительного туризма / В.К. Целиковский // Вестник СГУТиКД. – 2011. – № 2 (16).
6. Зоричева, Н.М. Современные виды и тенденции развития услуг детского отдыха / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: economics.open-mechanics.com/articles/729.pdf (Дата обращения 23.04.2016).
7. Маслакова, Е.А. Управление развитием детского туризма в новых экономических условиях хозяйствования: Автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Москва, 2009 / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://guu.ru/files/referate/maslakova.pdf> (Дата обращения 23.04.2016).
8. Лойко, О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебное пособие / О.Т. Лойко. – Томск: ТПУ, 2009. – 152 с. / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elobook.com/turist/3343-lojko-ot-turizm-i-gostinichnoe-hozyajstvo.html> (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 379.85

Чеботарь Н.К. – студентка; Кисилевич Т.И. – профессор (audit@iai-audit.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Документальное оформление рекламных расходов в туризме

Аннотация. Данная статья посвящена рассмотрению документального оформления рекламных расходов в сфере туризма. Дано определение рекламных расходов в данной сфере, их классификация.

Ключевые слова: рекламные расходы, туризм, туроператор, турагент.

Chebotar N.K. – Student; Kisilevich T.I. – Professor (audit@iai-audit.ru), SSU, Sochi, Russia

Documentation of advertising spending in tourism

Abstract. This article is devoted to documenting advertising in tourism spending. The definition of advertising spending in this area, their classification.

Keywords: advertising expenditures, tourism, tour operator, travel agent.

Актуальность. На сегодняшний день сфера туризма стремительно развивается. Одним из способов продвижения туристского продукта является реклама. В этой связи рассмотрим документальное оформление рекламных расходов в сфере туризма.

Цель: изучить понятие рекламных расходов и их документальное оформление.

Результаты исследования. Рекламные расходы принимаются к учету в качестве затрат организации. Так как в Налоговом кодексе нет такого понятия, как «реклама», то мы будем руководствоваться Федеральным законом от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе». Ученые и практики разработали различные классификации видов и способов рекламы. Нам представляется важным кратко рассмотреть, рекламные расходы как затраты туристской организации, во-первых, в качестве одновременно принимаемых в затраты и, во-вторых, списываемые как оприходованный инвентарный актив по методике бухгалтерского учета.

В сфере туризма к рекламным расходам можно отнести следующее:

- распространение информации путем публикации в газетах и журналах;
- таблоиды (в качестве как основных средств, так и аренды);
- брелоки, магниты, сувенирная продукция;
- теле-, радиореклама;
- листовки и проспекты [2];
- другие виды.

Популярным видом рекламы в туризме является рекламный тур. Следует помнить, что законодательно термин «рекламный тур» не закреплен, поэтому турорганизации целесообразно в локальных документах, в частности, в Положении о рекламе организации, утвердить этот термин и расшифровать связанные с ним расходы. По данному вопросу признания расходов на рекламный тур в затратах организации сложилась определенная арбитражная практика, так как налоговый орган может рекламный тур признавать доходом сотрудника турфирмы.

Оплата услуг промоутеров также может быть отнесена к рекламным расходам (п. 4, ст. 264 НК РФ) [1].

Все коммерческие расходы, в том числе и на рекламу, которые напрямую связаны с продвижением и распространением туристского продукта, учитываются туристскими фирмами по счету 44 «Расходы на продажу». Они ежемесячно будут отнесены на себестоимость проданных туристских продуктов путем списания в Дт 90 «Продажи» (90.2 – Стоимость продаж).

Необходимо заключать договор с фирмой-рекламодателем в качестве подтверждения факта рекламы. По итогам сотрудничества следует оформить акт оказанных услуг. Если же туроператор выкупает готовые изделия (сувенирную продукцию), то также необходимо

оформить и счет-фактуру, если организация является плательщиком налога на добавленную стоимость [3].

Необходимо отметить, что унифицированной разработанной ранее Госкомстатом РФ формы акта, подтверждающего предоставление услуги, не существовало. Организации оформляли предлагаемую программой 1С форму акта, в этой связи происходило немало споров с налоговыми органами по факту полноты документального подтверждения осуществления расходов и наличия информации.

Расходы на рекламу в туризме, как показывает практика, существенны. В этой связи мы рекомендуем учетной политикой организации закрепить форму акта предоставления (выполнения) рекламных расходов с описанием видов рекламы, объемов, других показателей для ее идентификации и всех необходимых для первичного учетного документа реквизитов.

В акте предоставления рекламных услуг в зависимости от вида рекламы целесообразно указать эфирное время, текст рекламы, даты выхода или показа, фотографии мест размещения и т.п. Мы уже писали о необходимости качественного составления неунифицированных первичных бухгалтерских документов и их роли в налоговом учете [4].

Таким образом, реклама как предоставленная услуга включается в расходы в бухгалтерском учете по факту ее предоставления контрагентом. Для целей налогообложения – при общем режиме налогообложения также по принципу начисления, по факту оплаты – при применении режима упрощенной системы налогообложения (доходы за вычетом расходов). При этом не важно, были ли окуплены в дальнейшем эти расходы на рекламу, так как при продвижении новых туристских маршрутов туристской организацией (как оператором, так и агентом) могут быть получены убытки.

Если проведение рекламной компании связано с необходимостью постановки на учет объекта основных средств с дальнейшей его амортизацией, то необходимо учитывать тот факт, что с 01.01. 2016 года в состав основных средств по-прежнему включаются объекты, если их первоначальная стоимость в бухгалтерском учете более лимита, установленного учетной политикой для целей бухгалтерского учета. Этот лимит не может превышать 40 000 руб. в соответствии с п. 5 ПБУ 6/01 «Учет материально-производственных запасов».

А для целей налогового учета при исчислении налога на прибыль с 01.01.2016 года амортизируемым признается имущество с первоначальной стоимостью свыше 100 тыс. руб. в соответствии с п. 1 ст. 256 НК РФ. Этот критерий сохраняется и для определения стоимости объекта основного средства при отнесении его к амортизируемому имуществу на основании п. 1 ст. 257 НК РФ. Но эти изменения распространяются только на те объекты основных средств, которые введены в эксплуатацию после 1 января 2016 года.

Обращаем внимание на необходимость разграничения в бухгалтерском и налоговом учете рекламных расходов нормируемых и ненормируемых для целей исчисления налога на прибыль организации. В бухгалтерском учете все виды расходов учитываются на затратных счетах, в связи с чем, что возникают временные и постоянные налоговые разницы в соответствии с ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организации».

В соответствии со статьей 264 «Прочие расходы, связанные с производством и (или) реализацией» НК РФ, п.4, к расходам на рекламу для целей налогообложения относятся следующие виды рекламы: расходы на изготовление призов, вручаемых победителям розыгрышей таких призов во время проведения массовых рекламных кампаний, расходы на иные виды рекламы, «не указанные в абзацах втором – четвертом настоящего пункта, осуществленные им в течение отчетного (налогового) периода, для целей налогообложения признаются в размере, не превышающем одного процента выручки от реализации, определяемой в соответствии со статьей 249 настоящего Кодекса».

Считаем целесообразным туристской организации, как туроператору, так и турагенту, разработать Положение о рекламе организации, в котором подробно описать все планируемые виды рекламы, включить их в плановые калькуляции, контролировать динамику отклонений плановых расходов от фактических, анализировать эффективность рекламы и развивать соответствующие виды рекламы. Необходимо в должностные инструкции сотрудников включать вопросы, связанные с продвижением туров путем рекламы; составить четкий

перечень первичных учетных документов, необходимых бухгалтерии для принятия их к учету от сотрудника и разработать соответствующий локальный документ, описывающий процедуры проведения и оформления рекламных расходов различного вида.

Рекламные расходы, их бухгалтерский и налоговый учет, по нашему мнению, требуют постоянного внутреннего контроля со стороны бухгалтерии, так как, с одной стороны, являются инструментом повышения объема продаж, а с другой стороны, по сложившейся учетной практике, имеют риски неправильного отражения в учете [5].

Выводы. Часто туроператоры оплачивают некоторые виды услуг (например, аренда билборда или выкуп мест на предстоящие рейсы в качестве рекламного хода и т.п.) единовременно. В таких случаях имеет место перечисление аванса. Перечисленную сумму необходимо отражать по Дт 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками». Счет 97 «Расходы будущих периодов» использовать в данной ситуации не совсем корректно. Это имеет место быть в случае покупки туроператором рекламного места на ТВ, но все равно остается спорным вопросом с точки зрения методического подхода к понятию аванса выданного и расходов, относящихся к последующим периодам. По нашему мнению, в данном случае счет 97 применять методологически неверно.

Несмотря на то, что туристские организации не производят готовую продукцию, у них все же может сформироваться дебетовое сальдо по счету 20, так как в конце каждого месяца может остаться нереализованный туристский продукт. Тем более что, согласно пункту 51 Методических рекомендаций, моментом определения выручки от продажи туристского продукта служит дата окончания тура. Ведь именно в этот момент завершается оказание туристу комплекса приобретенных им услуг. Соответственно и себестоимость реализованного турпродукта должна списываться на уменьшение выручки в тот же день.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 30.03.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.04.2016).
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».
3. Кисилевич, Т.И. Счет-фактура как инструмент налогового контроля / Т.И. Кисилевич // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – № 2. – С. 13–21.
4. Кисилевич, Т.И. Неунифицированные формы первичных учетных документов в бухгалтерском и налоговом учете / Т.И. Кисилевич // Аудит и финансовый анализ. – 2009. – № 6. – С. 48–57.
5. Сивкова, С.В. Внутренний контроль: право или обязанность хозяйствующего субъекта / С.В. Сивкова // Современные проблемы методологии и организации бухгалтерского учета, экономического анализа и аудита в условиях перехода на МСФО и МСЛ: Сборник научных статей. – 2014. – С. 262–268.

УДК: 339.137.2

Шевченко Т.Д. – студентка; Брюханова Г.Д. – профессор, СГУ, г. Сочи, Россия

Перспективы развития туризма в Республике Адыгея

Аннотация: В данной статье проанализирован природный потенциал Республики Адыгея, выявлены перспективные направления туризма в регионе. Представлены основные проблемы в развитии туристского бизнеса и пути их решения.

Ключевые слова: туризм, рекреация, Республика Адыгея, природный потенциал, туристский бизнес, особо охраняемые природные территории, индустрия гостеприимства.

Shevchenko T.D. – student; Bryukhanova G.D. – professor, SSU, Sochi, Russia

Prospects for the development of tourism in the Republic of Adygea

Abstract. This article analyzes the natural potential of the Republic of Adygea, identified promising areas of tourism in the region. The main problem in the development of tourism and business solutions.

Keywords: tourism, recreation, the Republic of Adygea, natural potential, tourist business, specially protected natural areas, the hospitality industry.

Актуальность. Туризм сегодня является одной из наиболее динамично развивающихся и высокодоходных отраслей мировой экономики. Это одна из сфер народнохозяйственного комплекса, которая во многих странах мира объясняется быстрым оборотом средств. Туризм в Республике Адыгея, как и в целом по России, может стать одним из приоритетов национальных интересов, так как он представляет собой потенциальную основу для развития крупного сектора национальной экономики.

Целью работы является определение перспектив развития туризма в Республике Адыгея.

Результаты исследования. Республика Адыгея – уникальное и восхитительное место Кавказа. Край лесов, гор, бурных и стремительных рек, заснеженных вершин, альпийских лугов. Красота природы, мягкость климата, гостеприимство народа выделяют Адыгею в число жемчужин России.

Туризм и рекреация имеют огромное значение как средства эстетического воздействия на воспитание у человека любви к природе. Но интенсивное и не всегда упорядоченное рекреационное освоение территории приводит к целому ряду нежелательных последствий.

Все виды туризма наносят определенный ущерб среде. Он выражается в повреждении, уничтожении деревьев, цветов, птиц, замусоренности территории. В местах, обладающих живописным пейзажем, разнообразной флорой и фауной, при нагрузках происходит деградация среды.

Перед туристской отраслью стоит проблема использования особо охраняемых природных территорий. Более 30 % площади Адыгеи занимают особо охраняемые природные территории различного статуса и категорий. Шесть наиболее крупных особо охраняемых природных территорий, представляют собой редкие по сохранности и уровню биологического разнообразия горные угодья и занимают 14 % всей площади Адыгеи, в декабре 1999 года они были включены в список Всемирного природного наследия ЮНЕСКО в составе номинации «Западный Кавказ».

Кавказский государственный биосферный заповедник (78 % общей площади ООПТ Адыгеи) – охраняемая территория, отвечающая всем требованиям природоохранного законодательства России.

Уникальное сочетание климата, ландшафта, минеральных источников, флоры и фауны, заповедных зон – создает благоприятные условия для отдыха и лечения в санаториях Республики Адыгея.

Наряду с природными достопримечательностями Адыгейский рекреационный район богат памятниками истории и культуры. Особую популярность у туристов вызывают памятники бронзового века – дольмены. Их можно найти на всей территории района.

Адыгея славится спелеотуризмом, так как на её территории расположено много пещер. Самые популярные – это Большая и Малая Азишские Пещеры, привлекающие тысячи туристов.

Наличие большого разнообразия в рельефе, потрясающие красотой каньоны бурных рек, тайные заповедные леса, просторы альпийских лугов, изрезанные вековыми морщинами скалы манят в Адыгею любителей активного и экстремального отдыха.

Тысячи туристов ежегодно приезжают в Адыгею, чтобы отдохнуть, подняться в горы, сплавиться по бурным рекам, покататься на санках и лыжах. Такого разнообразия видов активного туризма, сложно найти в каком-нибудь другом уголке России: альпинизм, спелеотуризм, рафтинг, водный туризм, дельтапланеризм, лыжи, езда на внедорожных автомобилях, квадроциклах, снегоходах. Одни из популярных видов отдыха в Адыгее – это пешеходный, конный и велотуризм.

Удивительный ландшафт республики позволяет прокладывать маршруты высшей категории сложности для всех видов активного и экстремального туризма. В Республике Адыгея действуют Федерация спортивного туризма Республики Адыгея, Федерация рафтинга и водных видов спорта Адыгеи, ряд общественных туристских организаций.

Каждую весну в поселке Гузерипль на реке Белой проходит туристско-спортивное мероприятие «Интерралли Белая». Основной программой, которого являются этапы чемпионата России по рафтингу и водному туризму. В течение года проводится ряд известных туристских мероприятий, таких как соревнования по автотуризму «Трофи-рейд» – «Февральские окна», высокогорный фестиваль «Игры Фишта», экстремальный беговой супермарафон «Кольцо Оштена» и другие.

Стоит обратиться к основным проблемам туристского рынка Республики Адыгея. Материально-техническое обеспечение туристических баз в настоящее время не отвечает современным требованиям, а их реконструкция проблематична из-за отсутствия средств.

Низкий уровень комфорта вызывает нежелание потенциальных потребителей туристских услуг воспользоваться ими в полной мере. Недостаточный уровень профессиональной культуры работников туристской сферы и достаточно плохое транспортное обслуживание.

Однако в ближайшие годы туризм в Республике Адыгея имеет высокие перспективы улучшения и развития. Этому способствуют социальные факторы, большой интерес российских и иностранных туристов к региону, значительный рекреационный потенциал района.

Выделение туристской индустрии в качестве приоритетной сферы экономики Республике Адыгея, в соответствии с принятой экономической стратегией развития Республики, имеет решающее воздействие на расширение экономических возможностей предприятий социальной инфраструктуры региона.

Геополитическое положение Республики Адыгея, находящееся в непосредственной близости от Красной Поляны как объекта XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр (г. Сочи), свидетельствует о том, что данный субъект располагается в самой активной и благоприятной зоне для развития туризма и гостиничного дела.

За последние годы в республике появилось достаточно большое количество профильных туристских предприятий, санаториев, гостиниц, претендующих по уровню комфортности на 3 звезды, но недостаточно укомплектованных квалифицированными специалистами в сфере туризма и гостеприимства, имеющих высшее профессиональное образование.

Развитие туризма в Адыгее регулируется рядом нормативно-правовых и программно-плановых документов, а именно, Закон РА от 2 августа 1995г. № 30 «О туризме», «Концепция развития туризма», «Программа социально-экономического развития», «Стратегия развития туризма в РА», законы и подзаконные акты РА по туризму, и др., которые в своей мере указывают на перспективы развития данной отрасли.

Важным этапом для развития туризма в социально-экономическом комплексе региона является принятие долгосрочной целевой программы РА «Развитие внутреннего и въездного туризма в Республике Адыгея» на 2014–2018 годы. Средства осваиваются по таким направлениям, как совершенствование туристской инфраструктуры, стимулирование развития социально значимых видов туризма, организация и проведение массовых спортивно-туристских мероприятий, развитие нормативно-правового регулирования в сфере туризма, повышение уровня профессиональной подготовки кадров индустрии гостеприимства, научное и рекламно-информационное обеспечение туризма и курортов на внутреннем и внешнем рынках, и другим.

В результате реализации Программы усовершенствуется система управления туризма, нормативно-правовая база, увеличится число туристов, что будет способствовать росту доходов населения Республики Адыгея, занятых в данном секторе экономики, увеличится объем платных туристских услуг, оказанных населению и др.

В соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 14 октября 2010 года № 833 «О создании туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе, Краснодарском крае и Республике Адыгея» в Апшеронском районе на территории проектируемого горноклиматического курорта Лагонаки создана туристско-рекреационная особая экономическая зона.

Особый экономический режим предпринимательской деятельности будет способствовать снижению налогов и таможенных платежей, упрощенными процедурами предоставления земельных участков, а также подготовленной инженерной инфраструктуры, создание которой предусматривается за счет бюджетных средств.

Огромным туристским потенциалом в республике обладает муниципальное образование «Майкопский район». На его территории находятся основные рекреационные ресурсы. Администрацией республики была разработана схема территориального планирования, предусматривающая дальнейшее развитие туристской сферы. В данном районе функционирует более 200 туристских и экскурсионных маршрутов к природным и историческим местам.

Подводя итог данной статьи, определим основные рекомендации для дальнейшего развития туристского бизнеса в Республике Адыгея необходимо:

- разработать план по улучшению туристской инфраструктуры региона;
- координировать усилия органов государственной власти, местного самоуправления и других организация по разработке программы развития туризма в республике;
- провести ряд мероприятий по улучшению качества обслуживания в сфере туризма и гостеприимства;
- оценить природные ресурсы региона, рассчитать пропускной потенциал наиболее посещаемых рекреационных зон республики;
- всячески способствовать восстановлению ранее действующих туристских маршрутов;
- развивать новые виды туризма с учетом возможностей природного ландшафта.

Можно сделать вывод о поддержке идеи превращения республики в развитый туристский центр. Важным фактором, способствующим этому становлению, является уникальный ландшафт и природа региона. Выявлена необходимость реконструкции туристской инфраструктуры, улучшения качества обслуживания, а также проведения активной рекламной кампании, как на внутреннем, так и на международном туристском рынке. В Республике Адыгея к 2020 г. предполагается создание туристского продукта высшего уровня.

Список литературы

1. Бушманова, Н.В. Туристический паспорт Адыгеи / Н.В. Бушманова, Г.Г. Дерзиян, З.К. Жанэ, Е.Л. Фоменко. – Майкоп: ОАО «Полиграфиздат Адыгея», 2006.
2. Концепция развития туризма в Республике Адыгея от 17 июля 2002 года № 200.
3. О проблемах и развитии туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gshra.ru> (Дата обращения 13.04.2016).
4. Отдых на Кубани [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://otdih.nakubani.ru> (Дата обращения 13.04.2016).

II. Развитие индустрии гостеприимства; Питание в обеспечении здорового образа жизни

УДК: 658.15

Аведисьян Л.Г. – студентка; Сивкова С.В. – к.э.н., доцент (svetlana-sivkova2009@yandex.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Порядок и критерии оценки финансового положения заемщика на примере санаторно-курортной организации

Аннотация. В данной статье проанализированы основные этапы оценки финансового положения заемщика. Также в ней приведены основные коэффициенты для анализа деятельности санаторно-курортной организации. Рассчитаны коэффициенты финансовой устойчивости ЗАО «Санаторий «Белые ночи».

Ключевые слова: финансовое положение, заемщик, кредитный рейтинг.

Avedisyan L.G. – student; Sivkova S.V. – PhD in Economics, Associate Professor (svetlana-sivkova2009@yandex.ru), SSU, Sochi, Russia

The order and criteria of an assessment of a financial position of the borrower on an example of the sanatorium organization

Abstract. In this article the main evaluation stages of a financial position of the borrower are analysed. Also the main coefficients for the analysis of activity of the sanatorium organization are specified in her. Coefficients of financial stability of CJSC «Sanatorium «Belye nochi» are calculated.

Keywords: financial position, borrower, credit rating.

Актуальность. В процессе деятельности у многих организаций возникает потребность в использовании заемных ресурсов, которые необходимы им для осуществления поставленных целей. Оценка финансового положения заемщика играет важную роль в принятии решения о предоставлении кредита или отказа в нем.

Целью данной статьи является определение порядка оценки финансового положения ЗАО «Санаторий «Белые ночи».

Результаты исследования. Оценка финансового положения заемщика нелегкий процесс. Так к методам оценки можно отнести:

- общий анализ финансовой отчетности заемщика;
- расчет коэффициентов;
- расчет рейтинговой оценки заемщика, по результатам которого заемщика относят к определенной группе.

На первом этапе оценки основным объектом анализа являются бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах. Для удобства проведения анализа составляется агрегированный баланс, который представляет собой группировку и объединение статей бухгалтерского баланса по одинаковому экономическому смыслу.

В зависимости от сферы деятельности заемщика кредитор может вносить различные изменения при агрегировании баланса, для чего должна использоваться официально подтвержденная заемщиком расшифровка статей баланса.

Положительными характеристиками при проведении анализа является:

- увеличение итога баланса;
- превышение размеров собственного и долгосрочного заемного капитала над внеоборотными активами;

- примерное равенство размеров и темпов роста дебиторской и кредиторской задолженности;
- превышение темпов роста выручки от реализации над темпами роста валюты баланса;
- отсутствие непокрытых убытков.

На втором этапе оценки финансового положения заемщика рассчитываются финансовые коэффициенты. Выбор коэффициентов и их количество определяется кредитором и зависит от рода деятельности заемщика. К основным коэффициентам можно отнести следующие:

- коэффициенты ликвидности, позволяющие оценить способность заемщика рассчитаться по своим долгам;
- показатели рентабельности, которые оценивают эффективность деятельности заемщика;
- коэффициенты финансового левереджа – оценивают соотношение собственного и заемного капитала [1, 4, 5].

После предоставления кредита, оценка с помощью коэффициентов производится ежеквартально для своевременного выявления кредитных рисков. В анализе также рассчитывают коэффициенты платежеспособности и финансовой устойчивости, которые характеризуют процент защищенности интересов кредиторов и инвесторов, вкладывающие свои средства в организацию.

Значения некоторых коэффициентов финансовой устойчивости ЗАО «Санаторий «Белые ночи» представлен в табл. 1.

Таблица 1

Коэффициенты финансовой устойчивости ЗАО «Санаторий «Белые ночи»

Показатель	Значение показателя		Изменение показателя	Описание показателя и его нормативное значение
	31.12.2013	31.12.2014		
1. Коэффициент автономии	-0,60	-1,33	-0,73	Нормальное значение для данной отрасли: не менее 0,55 (оптимальное 0,65-0,8)
2. Коэффициент финансового левериджа	-2,67	-1,75	0,92	Нормальное значение для данной отрасли: не более 0,82 (оптимальное 0,25-0,54)
3. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-0,81	-1,80	-0,99	Нормальное значение: 0,1 и более
4. Коэффициент мобильности имущества	0,88	0,83	-0,05	Характеризует отраслевую специфику организации
5. Коэффициент мобильности оборотных средств	0,49	0,25	-0,23	
6. Коэффициент обеспеченности запасов	-8,35	-15,44	-7,09	Нормальное значение: не менее 0,5

На третьем этапе после проведения всех расчетов можно установить общий уровень риска заемщика, присвоив ему кредитный рейтинг.

Кредитный рейтинг – оценка кредитоспособности заемщика. Рейтинговая оценка выражает мнение банка относительно способности заемщика погашать свои будущие обязательства перед банком [2]. Такая оценка дается на основании результатов финансового анализа и зависит от вида деятельности заемщика.

Финансовое положение заемщика оценивается в соответствии с методикой, принятой внутренними документами кредитной организации [3].

Плохим считается финансовое положение, если заемщик признан банкротом или же если результаты анализа свидетельствуют об угрожающих негативных тенденциях, что может

стать причиной неплатежеспособности заемщика. Если по результатам анализа выявлено отсутствие прямых угроз текущему финансовому положению при наличии негативных явлений, приводящих к появлению экономических трудностей, если не будут приняты меры, которые позволят улучшить ситуацию, то положение считается не лучше, чем средним.

Учитывая выше сказанное, можно сделать вывод о том, что финансовое положение будет считаться хорошим, если общий анализ деятельности заемщика говорит о стабильности производства, положительной величине чистых активов, рентабельности, платежеспособности и отсутствуют негативные тенденции, которые могут повлиять на финансовую устойчивость заемщика в будущем.

Выводы. Исходя из вышеперечисленных расчетов значений коэффициентов финансовой устойчивости, можно сделать следующие выводы:

1. Коэффициент автономии организации за рассматриваемый период очень сильно уменьшился на 0,73 и составил –1,33, что говорит об отсутствии у организации собственного капитала.

2. За отчетный 2014 год коэффициент финансового левереджа увеличился на 0,92 и составил – 1,75. Слишком низкое значение данного коэффициента говорит об упущенной возможности повысить рентабельность собственного капитала за счет привлечения в деятельность заемных средств.

3. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами снизился с – 0,81 до –1,8 (на 0,99) и имеет критическое значение, что говорит о недостаточности у организации собственных средств для финансирования текущей деятельности.

4. Коэффициент обеспеченности материальными запасами на 31.12.2014 составил – 15,44, при этом на 31 декабря 2013 г. коэффициент был намного больше – 8,35 (т.е. уменьшился на 7,09). Коэффициент имеет критическое значение. Это говорит о том, что организация нуждается в привлечение заемных средств, т.к. ее материальные запасы не покрыты собственными средствами.

Привлечение заемных средств дает возможность высвободить собственные ресурсы на удовлетворение других потребностей.

5. Таким образом, основным условием в принятии решения о выдаче кредита является оценка финансового положения заемщика, которая производится с помощью анализа финансовой отчетности, расчета финансовых коэффициентов, на основе которых устанавливается общий уровень риска заемщика.

Список литературы

1. Бочарова, И.В. Анализ и оценка кредитоспособности заемщика: Учебное пособие / И.В. Бочарова, Д.А. Ендовицкий. – М: КНОРУС, 2013. – 272 с.
2. Костерина Т.М. Кредитная политика и кредитные риски: Учебное пособие / Т.М. Костерина. – М.: МФПА, 2012. – 104 с.
3. Новикова, Е.В. Об оценке кредитоспособности заемщиков: Учебное пособие / Е.В. Новикова. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 258 с.
4. Сивкова, С.В. Развитие системы управления конкурентоспособностью санаторно-курортных организаций (на примере г. Сочи): Дис. ... канд. экон. наук / Санкт-Петербургский университет управления и экономики, г. Санкт-Петербург, 2006.
5. Сивкова, С.В. Управление конкурентоспособностью организаций санаторно-курортной сферы / С.В. Сивкова. – СПб.: Астерион, 2006. – 106 с.

УДК: 338.48 (470.62)

Белушенко В.С. (valyushka.belushenko@yandex.ru); Дьяконова М.А. (kamitsuri@yandex.ru) – студентки; Юрченко А.А. – доцент (aurchenko55@rambler.ru), КГУФКСТ, г. Краснодар, Россия

Развитие регионального туризма в Каневском районе Краснодарского края на основе природно-рекреационного потенциала

Аннотация. В данной статье рассматриваются природно-рекреационные ресурсы, проанализирован и охарактеризован природный потенциал района, выявлены причины, влияющие на развитие туризма в данном районе.

Ключевые слова: Каневской район, лечебные ресурсы, объекты показа, природно-ресурсный потенциал.

Belushenko V.S. (valyushka.belushenko@yandex.ru); Dyakonova M.A. – Undergraduates (kamitsuri@yandex.ru); Yurchenko A.A. – PhD, Associate Professor (aurchenko55@rambler.ru), KSUPEST, Krasnodar, Russia

The development of regional tourism in the Kanev district of the Krasnodar region on the basis of natural-recreational potential

Abstract. This article discusses natural and recreational resources, analyzed and characterized the natural resources of the area, identified the factors influencing the development of tourism in the area.

Keywords: Kanevsky area, medical resources, places of interest, natural resource potential.

Актуальность. Важнейшее значение для устойчивого развития туризма в том или ином регионе РФ необходимо наличие рекреационно-ресурсного потенциала, определяемого как «совокупность природных возможностей данного региона, с учётом сформировавшихся в нем культурно – исторических и социально–экономических условий для организации различной рекреационной деятельности, направленной на улучшение состояния здоровья и восстановление сил местного и приезжающего на отдых населения» [3].

В настоящее время этот аспект использования ресурсного потенциала для развития туризма в регионах имеет большое значение.

Цель научной работы: проанализировать ресурсный потенциал Каневского района Краснодарского края.

Методы, организация исследований: наблюдение, анализ ресурсов сети Интернет, сбор материалов, обработка результатов.

Результаты исследования: В северо-западной части Краснодарского края, на Азово-Кубанской равнине раскинул свои необъятные просторы Каневской район. Он занимает 3 % от территории края. Район имеет выход к Азовскому морю через лиманы Сладкий, Горький и Кущеватый. Каневской район граничит на севере со Щербиновским и Староминским районами, на востоке с Ленинградским и Павловским районами, на юге с Брюховецким районом, на западе с Приморско-Ахтарским, на северо-западе с Ейским районом Краснодарского края [2].

Район находится в зоне умеренно-континентального климата. Благодаря сравнительно мягкому климату и богатой флоре животный мир Каневского района довольно-таки разнообразен.

Каневской район обладает богатейшим рекреационным и уникальными природно-лечебными ресурсами, которые имеют важную оздоровительную, эстетическую и природную ценность и могут быть широко использованы в целях туризма. Богат лечебными и природными ресурсами, целебными грязями и минеральными водами, что в сочетании с ландшафтно-климатическими условиями создаёт возможности для развития различных видов туризма и санаторно-курортного лечения [2].

Рассмотрим причины и условия для развития туризма в Каневском районе Краснодарского края.

В Каневско-Лебяжьей пади находятся источники минеральных вод с высоким содержанием йода. Подземные воды являются потенциально высокоперспективным гидроминеральным сырьём для добычи йода и соды, которые рассчитаны в лечебных целях. Например, в районе станицы Привольной расположено Привольненское месторождение, где располагается больница грязелечебница, куда приезжают лечиться целебными грязями и водами из разных уголков России и даже из-за рубежа [4].

При имеющихся ресурсных предпосылках, проектируется развитие различных видов туризма, в районе есть все для рекламы и развития активных видов туризма, в том числе: аграрный и пешеходный туризм, походы, массовые спортивные мероприятия, которые будут включать элементы спорта, такие как рыбалка, охота, парашютный спорт и др. Среди природных факторов развития туризма и отдыха, большое значение вносят береговые линии рек и лиманов, которые в длину составляют более 200 км. В районе почти не ведутся инженерные работы по защите таких берегов. Требуют реконструкции и восстановления, существующие берегозащитные сооружения, для выполнения их непосредственных функций, как гидротехнических, так и рекреационных. Рекреационное развитие сдерживается ограниченностью доступности к береговым линиям водоёмов [2, 3, 5].

Район располагает рыболовным и охотничьим туристским потенциалом, следовательно: основным направлением развития туризма может стать организация рыбалки и охоты.

В Привольненском сельском поселении на берегу лимана Сладкий предусмотрено строительство базы отдыха «Казачья станица», которая будет рассчитана на отдых 20–30 человек одновременно. Одно из направлений базы будет организация отдыха туристов. Одним из преимуществ базы станет бассейн с горячей термальной водной, так как базу планируется строить на участке, где находится разработанная скважина с термальными источниками минеральной воды.

В качестве объектов экскурсионного показа в Каневском районе выступают: Дома культуры; Библиотеки; Народный музей в ст. Каневской; Парки культуры и отдыха; Памятники истории и культуры [1].

Выводы: Опираясь на полученные данные в процессе исследования, можно сделать вывод, что Каневской район имеет богатый природно-ресурсный потенциал, на основе которого можно развивать следующие виды туризма: пешеходный туризм, массовые спортивные мероприятия, такие как рыбалка, охота, водные лыжи, парашютный спорт, лечебно-оздоровительный, сельский туризм, экологический, этнографический туризм и другие.

Необходимо отметить, что эффективное использование вышеперечисленных ресурсов будет возможно только тогда, когда будет достаточно развита туристская инфраструктура.

Список литературы

- 1 Кубань туристическая: Справочник – путеводитель / Под ред. Н.В. Пикалова. – Краснодар, 2008. – 199 с.
- 2 Официальный сайт муниципального образования Каневской район / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kanevskadm.ru> (Дата обращения 31.03.2016).
- 3 Рагер, Ю.Б. Экология современного туризма / Ю.Б. Рагер, А.А. Юрченко // Перспективы развития науки и образования: Материалы международной научно-практической конференции, 28 сентября 2012 г. – Тамбов: ООО «Консалтинговая компания Юком», 2012. – С. 154–160.
- 4 Тимошина, Т.И. Экология района [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ekovestnik.wordpress.com/> (Дата обращения 23.04.2016).
- 5 Юрченко, А.А. Воздействие современного туризма на экологию // А.А. Юрченко / Материалы научной и научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар. – № 1. – С. 88–89.

УДК: 338

Будагова А.К. – студентка (budagova.a@gmail.com); Штомпель Л.В. – доцент, СГУ, г. Сочи, Россия

Практическая польза участия в Международных программах включенного обучения для студентов, обучающихся по направлению подготовки «Гостиничное дело»

Аннотация. В данной статье рассмотрены вопросы, связанные с выявлением практической пользы участия в международных программах за рубежом на базе Сочинского государственного университета. На основе проведенного исследования сделан вывод о потенциальном влиянии опыта получения зарубежного образования на деятельность студентов, обучающихся по направлению подготовки «Гостиничное дело».

Ключевые слова: Международное обучение, включённое обучение, высшее образование, гостиничная деятельность.

Budagova A.K. – student (budagova.a@gmail.com); Shtompel L.V. – associate professor, SSU, Sochi, Russia

Practical profit of the participation in International program of the included education for student, training on direction of preparation «Hotel deal»

Abstract. This article considers issues of revealing practical relevance of the participation in international programs of exchange education at the premises of Sochi State University. It has been concluded potential impact of international programs on the practical activity of students enrolled in field of study «Hotel deal» in terms of this investigation.

Keywords: International study, Exchange education, Higher education, Hotel deal.

Актуальность. На данный момент в России наблюдается тенденция увеличения числа студентов, желающих получить высшее профессиональное образование за рубежом, предпочтительно на территории Европейского Союза или США. В современных условиях большое количество российских ВУЗов предлагают участие в различных международных программах. В том числе и Сочинский государственный университет. Причиной этому во многом является глобализация в экономике, которая создает в образовательной индустрии почву для «интернационализации» теоретических и практических навыков студентов.

Цель работы – оценка практической пользы участия в Международных программах включенного обучения для студентов, обучающихся по направлению подготовки «Гостиничное дело».

Результаты исследования. Программа включённого обучения по обмену с университетом Heilbronn University предполагает получение образования студентом Сочинского государственного университета на территории Германии в течение 1-го учебного семестра. Участнику программы предлагается обучение на одном из двух языков: немецкий, английский. Уровень владения языком на момент подачи заявки на участие в программе включённого обучения должен быть не ниже B2¹ [2].

Стоит отметить, что основной целью международного сотрудничества университета с зарубежными партнерами является содействие процессу интеграции СГУ в мировое научно-образовательное и информационное пространство. Следовательно, студенты и выпускники ВУЗа имеют возможность быть вовлеченными в международную научно-образовательную деятельность [1].

¹ Согласно Common European Framework of Reference, CEFR, системе уровней владения иностранным языком, используемой в Европейском Союзе (*прим. автор.*)

Зарубежную практику стоит рассматривать как полезный опыт с различных точек зрения. Во-первых, безусловно, обучение за пределами России даёт возможность применить теоретические языковые знания в реальных условиях чужой языковой среды. Во-вторых, зарубежное образование даёт возможность получить более широкие теоретические знания в области изучаемых дисциплин. Иными словами, в каждом государстве существуют индивидуальные подходы к решению задач в различных сферах деятельности, таким образом, студент имеет возможность получить знания в том объеме, который не предусмотрен стандартными учебными планами российских ВУЗов. В-третьих, наличие образования по международным программам зачастую является огромным преимуществом для будущего специалиста по той причине, что оно является общепризнанным и способствует повышению конкурентоспособности соискателя в процессе поиска работы. Особенно актуальна данная проблема для специалистов индустрии гостеприимства, в которой сложилась самая настоящая «War of Talent»².

Отдельно стоит отметить опыт межкультурных коммуникаций, получаемый студентом в процессе обучения. Освоенные навыки общения среди людей разных национальностей и культур дают возможность расширить круг знаний в области международных коммуникаций.

Резюме. Подводя итог нужно сказать, что в современных условиях глобализации экономического пространства образовательная индустрия требует наличия интегрированных в международную научную деятельность программ обучения студентов. Таким образом, университеты всего мира имеют возможность подготавливать квалифицированные кадры, способные конкурировать в современных условиях на международном рынке труда.

Список литературы

1. Международная деятельность. Сочинский государственный университет. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sutr.ru/international/> (Дата обращения 12.04.2016).
2. Обучение за рубежом. Сочинский государственный университет. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sutr.ru/international/studyabroad/index.php> (Дата обращения 12.04.2016).
3. Корягина, Е.В. Конкурентная борьба как фактор развития гостиничной индустрии в г.Сочи / Е.В. Корягина // Региональные аспекты функционирования гостиничной индустрии: Материалы 2-го Всероссийского научно-практического семинара / Под ред. О.Ю. Колосовой, Т.В. Вергун, Ю.С. Авраменко. – Ставрополь: АГРУС СГАУ, 2015.

УДК: 379

Веселова Ю.А. – студентка (yuli_veselova@mail.ru); Айрапетян В.Г. – доцент (venusar@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Межсезонная привлекательность горного кластера как основа его эффективного использования (на примере г. Сочи)

Аннотация: Проблема устойчивого развития горного кластера г. Сочи является одной из приоритетных в современных условиях развития туризма, поскольку наличие конкурентоспособной туристско-рекреационной сферы, функционирующей с максимальной отдачей непрерывно в течение года, является существенным фактором роста российской экономики.

Ключевые слова: развитие горного кластера г. Сочи, эффективное использование постолимпийского наследия Сочи-2014, развитие горного кластера в период межсезонья.

² Война талантов (англ.) – термин относится к конкурентной среде, формируемой компаниями, стремящимися к привлечению и удержанию талантливых работников

Mountain cluster attractiveness off season like basic of its using (on the example of the Sochi city)

Abstract. Nowadays, the problem of development of the mountain cluster in Sochi is one of the priority in modern condition tourism, because of tourism and resting sphere, functionising with maximum effect during a year, it is a main reason of Russian economy evolution.

Keywords: the cluster developing in Sochi, using of pastolimpic heritage Sochi-2014, development of mountain cluster in off-season period.

Цель исследования: обосновать межсезонную привлекательность горного кластера г. Сочи.

Методы исследования: наблюдение, сбор материалов, обработка результатов, анализ и прогнозирование межсезонной привлекательности горного кластера посредством проведения опроса потенциальных туристов – жителей различных регионов Российской Федерации.

Результаты исследования. Кластеры – понятие, появившееся в экономической науке относительно недавно. При этом большинство авторов, обращаясь к данной тематике, подчеркивают ее слабую разработку. По мнению английского экономиста А.Маршалла «Кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [1].

Традиционно кластеры образуются в условиях рыночной экономики, когда предприятия максимально заинтересованы в усилении своих конкурентных преимуществ, при этом, желая сохранить свою независимость. Следует отметить, что кластерная политика в настоящее время рассматривается на национальном уровне как инструмент повышения конкурентоспособности региона, в котором такой хозяйственный комплекс появляется, а в условиях глобализации эффективное развитие отдаленных территорий становится главным способом повышения конкурентоспособности национальной экономики в целом.

Практика современной индустрии гостеприимства имеет значительное количество успешных примеров создания новых туристских центров на ранее не освоенных территориях. Из самых известных можно указать на американский город Лас-Вегас – центр развлечений и игорного бизнеса в Северной Америке. Сюда же можно отнести комплекс курортов Объединённых Арабских Эмиратов на берегу Персидского и Оманского заливов, построенные и успешно развивающиеся в последние 20 лет.

В нашей стране такие планы возложены на горный кластер г. Сочи, который позиционирует себя как всесезонный туристский центр.

Горный кластер, включающий в себя 4 курорта – «Роза Хутор», «Горная карусель», «Газпром (Лаура)», «Альпика сервис», принявший в зимний сезон 2015-2016 года более 1,7 млн. туристов, заинтересованы в круглогодичном потоке отдыхающих. Для этого курорты предлагают очень насыщенные программы для летнего отдыха по демократичным ценам.

Например, программа «Горы развлечений», разработанная курортом «Роза Хутор» включает в себя: проживание, питание, подъем на канатную дорогу, катание на велосипеде, лошадях, посещение «Парка Чудес», «Панда парк», а также экскурсию по Национальному Кавказскому заповеднику. Кроме того, организован бесплатный трансфер на собственный пляж в Олимпийском парке [2].

Согласно официальной статистике летом 2015 г. горный кластер посетило около 1 млн. туристов, а в период межсезонья – около 250 тыс. туристов.

Что привлекает туристов для поездки в Сочи в период межсезонья?

Межсезонье в горном кластере – это уникальный шанс насладиться потрясающими видами Кавказских гор, комфортно отдохнуть при относительно небольшом потоке туристов за невысокую цену. Горный кластер в это время предлагает очень насыщенную программу

развлечений: «Октоберфест 2015», кинотеатры, караоке, кулинарные мастер-классы, групповые занятия на ледовой арене, и т.д.

Для выявления межсезонной привлекательности мы провели опрос потенциальных туристов – жителей различных регионов Российской Федерации. Анкетирование проводилось в сети Интернет, в котором приняли участие 178 человек. Большая часть респондентов (82 %) знают, что в настоящее время в Сочи активно развивается горный кластер, Кроме того, 73 % уже были однажды на курортах, или останавливаются регулярно. А те, которые еще ни разу не были в горном кластере, планируют его посетить (19 %).

На наш вопрос: «Какие факторы Вы считаете наиболее привлекательными для отдыха в межсезонье?» респонденты ответили: 58 % – низкая стоимость проживания, 48 % – сравнительно небольшой поток туристов, 46 % – природная привлекательность, 36 % – широкий выбор спецпредложений и турпакетов, 22 % – широкий выбор развлечений.

Резюме. Из результатов опроса видно, что в настоящее время туристы заинтересованы в посещении горного кластера г. Сочи при наличии привлекательной цены, и различных спецпредложений.

В свою очередь, администрации горных курортов следует всегда помнить, что развитие кластера как круглогодичного курорта – основа его эффективного использования.

Список литературы

1. Адамова, К.З. Кластерная политика как инструмент повышения конкурентоспособности национальной экономики / К.З. Адамова // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2009. – № 38. – С. 172–177.
2. ООО «Роза Хутор» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosaski.com/> (Дата обращения 23.04.2016).
3. «Горная карусель» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gorkygorod.ru/> (Дата обращения 23.04.2016).
4. Василенко, П.П. Формирование спортивных туристско-рекреационных кластеров: эколого-экономический аспект: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / П.П. Василенко. – Сочи, 2013.

УДК: 338.48-44(470.311)

Выжлова А.В. – студентка (Anastasiya_v_95@mail.ru); Жаркова В.Л. – доцент ТИГ, г. Тула, Россия

Перспективы развития туризма в городе Серпухов

Аннотация. В данной статье проанализированы туристские ресурсы г. Серпухова; показано, что в г. Серпухов имеется высокий культурно-исторический потенциал для развития туризма; выявлены перспективы развития туризма: событийный и культурно-познавательный.

Ключевые слова: Серпухов, туризм, туристические ресурсы, событийный туризм, культурно-познавательный туризм, туристический кластер.

Vyzhlova A.V. – Student (Anastasiya_v_95@mail.ru); Zharkova V.L. – Associate Professor, TIG, Tula, Russia

Prospects for the development of tourism in the city of Serpukhov

Abstract. This article analyzes the tourist resources of Serpukhov; It shows that in the city of Serpukhov has a high cultural and historical potential for tourism development; identified prospects of tourism development: event-cultural and cognitive.

Keywords: Serpukhov, tourism, tourist resources, event tourism, cultural tourism, tourism cluster.

Актуальность. Развитие внутреннего туризма в Российской Федерации является одной из актуальных задач. Туризм в малых городах – это одно из направлений развития внутреннего туризма.

На протяжении многих веков г. Серпухов накапливал в себе множество свидетельств значимых событий, стал местом рождения для деятелей культуры и политики, хранил в себе памятники древнерусского зодчества, а также был местом для отдыха и вдохновения деятелей искусства. Сегодня, обладая таким богатством, Серпухов может принимать гостей из других городов, регионов и стран.

Цель работы – анализ туристических ресурсов в городе Серпухов.

Результаты исследования. Проведён анализ туристических ресурсов и были выявлены основные направления развития туризма (табл. 1) [1].

Таблица 1

Анализ туристических ресурсов г. Серпухов

Направление туризма	Объекты
Паломнический туризм	Владычный монастырь, Высоцкий монастырь, кафедральный собор Святителя Николая; Сретенская церковь, безалтарный храм Покрова Пресвятой Богородицы, Занарский храм Спаса нерукотворного, храмы на Посаде.
Туризм, связанный с показом памятных мест и деятельностью выдающихся деятелей истории, культуры, политики	Здание городской Думы, здание земской управы, городской общедоступный парк, где бывал и работал А.П. Чехов; мемориальный дом-музей знаменитого фотохудожника Н.П. Андреева.
Исторический и военно-патриотический туризм	Красная (Соборная) гора, фрагменты крепостной стены, образцы кладки (XVII-XVIII вв.); братская могила (1920 захоронений), мемориал воинской и боевой славы, авторская модель памятника «Советский воин-освободитель»; памятник воинам 49 Армии.
Культурно-познавательный туризм	Серпуховский историко-художественный музей (крупнейшая в Подмосковье картинная галерея, редкое собрание Н.Гончаровой и Ларионова, искусство «рубежа веков» и западноевропейское искусство).
Этнографический туризм	Серпуховский музейно-выставочный центр с экспозициями «Мир русской деревни», «Музей павлина»; живой символ города – павлин в вольерах (территория Владычного монастыря).
Туризм для любознательных	Центр деловой информации, собрания редких книг в Серпуховской центральной библиотеке и в серпуховском музее.
Семейный туризм	парк им. Олега Степанова и Дворец торжеств «Центральный»; театр для детей МК «Зазеркалье»; классика и современные театральные проекты, интерактивные праздники для детей.
Событийный туризм	18 мая – празднование явления Чудотворной иконы Пресвятой Богородицы Неупиваемая Чаша, фестиваль духовной музыки.

Серпухов обладает богатым культурным и историческим потенциалом. Выявленные наиболее значимые объекты культурного наследия могут быть рекомендованы для включения в туристическую карту города.

В настоящее время власти города уделяют пристальное внимание развитию туризма. В г. Серпухов реализуется долгосрочная целевая программа «Комплексное туристско-рекреационное развитие г. Серпухова на 2008–2010 гг.», которая была продлена до 2020 г. Программа нацелена на развитие таких видов туризма как событийный и культурно-познавательный [2].

Событийный туризм связан с такими мероприятиями, как День города, празднование обретения Чудотворного образа, фестиваль духовной музыки «Неупиваемая чаша», День хранителей наследия земли серпуховской, конкурс классического танца «Подмосковные

пируэты», фестиваль патриотического кино «Славься, Отечество!» и др. Эти мероприятия стали традиционными и сформировали особую известность города [3].

Самобытность нашего небольшого города, несущего в себе «живую» историю – это фактор, способствующий привлечению новых гостей. Серпухов обладает уникальными памятниками архитектуры, истории и культуры. Новацией, реализуемой в настоящее время программы является формирование городского туристского кластера и связанных с ним полноценных туристских маршрутов, ориентированных на разные категории туристов.

Туристический кластер должен обеспечивать полный комплекс услуг для туристов в пределах 15-минутной пешеходно-транспортной доступности, включая проживание, обслуживание туристов (торговля сувенирами, бытовые услуги, здравоохранение и т.д.), развлечения, справочно-информационное, экскурсионное и транспортное обслуживание. Большую роль в развитии туризма играет Музейно-выставочный центр. Центр должен стать научно-просветительской базой по гражданско-патриотической работе, центром изучения и сохранения культурного наследия края.

Резюме. Таким образом, Серпухов является привлекательным районом с туристической точки зрения. В городе ведётся активное развитие событийного и культурно-познавательного туризма. В дальнейшем Серпухов может развитым туристическим центром.

Список литературы

1. Серпухов. Достопримечательности / Rutraveller (2003–2016). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rutraveller.ru/resort/1558/places> (Дата обращения: 11.04.2016).
2. Об утверждении городской целевой программы «Комплексное туристско-рекреационное развитие г. Серпухова на 2008–2010 годы» / Информационно-правовой портал (2016). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bestpravo.ru/moskovskaya/ea-pormu/m3n.htm> (Дата обращения: 11.04.2016).
3. Серпухов. Культура / Администрация города Серпухова (2016). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://serpuhov.ru/socialnaya-sfera/cultura/> (Дата обращения: 11.04.2016).

УДК: 338.482.224

Горетова И.Г. – студентка (ira.lllll@yandex.ru); Ефимчук А.И. – студентка (efim4uk.anastasia@gmail.com), СГУ, г. Сочи, Россия

Экологические аспекты ведения гостиничной деятельности

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы, связанные с экологическими аспектами ведения гостиничной деятельности. Внимание уделено влиянию гостиничных предприятий на окружающую среду, разработке советов по организации экологически чистого средства размещения.

Ключевые слова: гостиничное предприятие, сервис в гостиницах, экологически чистые гостиницы.

Goretova I.G. – student (ira.lllll@yandex.ru); Efimchuk A.I. – student (efim4uk.anastasia@gmail.com), SSU, Sochi, Russia

Ecological aspects of hotel operations

Abstract. The article describes the main ecological problems of the hotel industry, with attention paid to hotel impact on the environment, development advices of environmentally responsible accommodation.

Keywords: hotel enterprise, hotel service, eco-hotel.

Актуальность. Производственная деятельность людей наносит значительный вред окружающей среде, что приводит к повышению рисков обострения хронических заболеваний и приобретению новых. Последнее время негативные последствия человеческой деятельности, в том числе и гостиничных предприятий, зачастую обнаруживаются довольно

поздно. Поэтому заботится о состоянии окружающей среды следует еще на этапе создания генерального плана строительства гостиничного предприятия.

Основными функциями гостиничных предприятий является предоставление питания и проживания. В связи с этим наблюдаются большие потоки людей с их индивидуальными особенностями здоровья и образа жизни. Таким образом актуальность данной работы очевидна, так как большой объем производства гостиничных услуг требует принятия надлежащих мер по сохранности окружающей среды.

Цель работы – анализ экологических аспектов ведения гостиничной деятельности.

В связи с актуальностью данной работы, были поставлены следующие задачи:

1. описать влияние гостиничных предприятий на окружающую среду; 2. охарактеризовать деятельность международных программ по экологической сертификации; 3. изучить опыт зарубежных отельеров по созданию экологически чистых гостиниц; 4. разработать советы отельерам по организации экологически чистой деятельности гостиницы.

Результаты исследования. Для эффективного функционирования гостиничной индустрии используется значительное количество природных ресурсов. Что, несомненно, приводит к их истощению и загрязнению. А стремительный рост гостиничных предприятий требует увеличения занимаемых площадей, что влечет за собой вырубку лесов, сокращение плодородных земель, изменение природных ландшафтов.

Строительство гостиниц оказывает следующее негативное воздействие на окружающую среду: загрязнение сточными водами, мусором; эрозия береговой линии при выравнивании прибрежных поверхностей; неумеренное использование природных ландшафтов; разрушение естественных областей для размещения объектов туризма.

Большому количеству природных дестинаций гостиницы нанесли непомерный ущерб, тем самым, снизив разнообразие флоры и фауны данных территорий, здесь следует придерживаться нормативных предписаний закона РФ «Об Охране окружающей среды» [1].

Так же существует ряд организаций, которые контролируют деятельность предприятий по отношению к окружающей среде, предоставляя международные программы по добровольной экологической сертификации. На территории РФ наиболее популярной стала программа «Зеленый ключ» [2]. Её целью является продвижение принципов «экологического бизнеса». Прохождение этой программы достаточно сильно влияет на имидж гостиницы.

Еще одной программой сертификации является «Листок жизни», которая была разработана в Санкт-Петербурге и признана международным экологическим сообществом [3]. Если гостиница соответствует стандарту «Оценка соответствия услуг гостиниц и других средств размещения критериям экологической безопасности», то она получает экомаркерровку «Листок жизни». Согласно данному стандарту необходимо соблюдать природоохранное законодательство, экономить ресурсы, рассортировывать отходы на переработку, использовать безопасную бытовую химию.

В настоящее время проблемы экологии достаточно актуальны. Многие отельеры, обеспокоенные сокращением природных ресурсов, загрязнением окружающей среды, строят экологически чистые гостиницы и эксплуатируют их в соответствии со всеми принятыми стандартами. Примером может служить отель Hoshinoya Karuizawa, построенный в городке Каруизава, Япония. Источниками энергии для отеля являются близлежащие горные реки.

А ресторан в отеле для приготовления своих блюд использует только экологически выращенные продукты с местных ферм. Отель был построен в 2005 году и состоит из 2 двухместных номеров и 70 апартаментов. Гостиница предлагает множество туров по местности: как пешеходные, так и велосипедные. Ежегодно данный отель посещают тысячи туристов. Гости, находящиеся на территории отеля покидают его с незабываемыми впечатлениями, а реки, леса и горы способствуют единению с природой. Это довольно яркий пример, свидетельствующий о преимуществе строительства экологически чистого гостиничного комплекса. А ведь наш сочинский регион также имеет все необходимые ресурсы и возможности для строительства данного вида гостиниц.

Еще одним интересным примером является отель Laguna Lodge, который располагается в тропических джунглях Гватемалы. Все гостиничные номера выстроены из глины, пальм и

камней. Чтобы нагреть воду и получить электроэнергию отель использует солнечные батареи, а также эффективно практикует систему сбора дождевой воды для снабжения ванных комнат. Так же как и в отеле Hoshinoya Karuizawa ресторан использует продукты с местных ферм, выращенных без употребления химикатов.

Также нельзя не отметить австралийский отель Emirates Wolgan Valley Resort & Spa, расположенный на территории охраняемого природного заповедника. Отель пользуется возобновляемой энергией, а также является постоянным участником программ по защите окружающей среды. Сотрудники этого отеля за прошлый год посадили более 200 000 деревьев [4, С. 49–60].

Так как гостиницы наносят в определённой мере вред окружающей среде, очень важно сделать их экологически чистыми. Ведение ресурсосберегающей деятельности увеличит доходность предприятия и поможет сохранить окружающую среду. Сейчас все больше и больше гостей отдают предпочтение экологически чистым отелям.

Основываясь на приведенных выше материалах, мы предлагаем советы для правильной организации гостиничной деятельности с экологической точки зрения. Одним из самых простых шагов на пути к экологически чистой деятельности гостиниц является программа повторного употребления белья в гостиничных номерах. Эта программа позволит значительно сократить расход воды и электроэнергии. Можно предложить гостю повесить использованное полотенце, не бросая его для замены после единичного использования. Об этом можно указать на табличках и разместить их в номерах.

Экономия воды является очень важным фактором при экологически чистой эксплуатации гостиничного предприятия. Необходимо уменьшить потребление воды в каждом номере отеля, с помощью установки душевых головок с низким расходом воды, установки унитазов с низким расходом воды.

Что касается энергосбережения, то необходимо переориентировать все освещение в светодиодное, что позволит значительно сократить потребление электроэнергии.

Правильная и своевременная утилизация старых матрасов и кроватей может положительно сыграть и на имидже предприятия, а также позаботиться об экологии. Для этого следует проконтролировать процесс утилизации, которой занимается компания, услугами которой вы пользуетесь.

Нельзя не обратить свое внимание на эффективную организацию утилизации мусора. Каждый номер следует оснастить специализированными разлагаемыми мешками для мусорных отходов. Для упрощения вторичной переработки мусора общественные места необходимо снабдить несколькими видами мусорных корзин для отходов из разного материала. Для уменьшения количества используемой бумаги следует использовать переработанную бумажную продукцию.

Эффективным будет являться и выдача информационных буклетов, в которых будут содержаться данные об экологических программах, проводимых отелем, а также советы и рекомендации гостям, о том, как они могут помочь гостинице в реализации экологических мероприятий.

Резюме. В заключении следует отметить, что разработка собственных этических и управленческих стандартов в области экосообразного поведения поднимет предприятие на новый уровень [5, С. 38].

А впечатления, полученные от пребывания в отеле, напрямую зависят от качества сервиса и уровня услуг. Поэтому забота об окружающей среде является одним из приоритетных экономических задач для индустрии гостеприимства, ведь природная среда является мощнейшей рекреационной системой, которая позволит гостям абстрагироваться от городской суеты и почувствовать единение с природой.

Список литературы

1. Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ (ред. от 29.12.2015) «Об охране окружающей среды». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34823/ (Дата обращения 23.04.2016).

2. Об организации Зеленый Ключ. Экологический Союз Санкт-Петербурга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prohotel.ru/catalog-169636/0/> (Дата обращения 23.04.2016).
3. Эко-гостиница. Экологический Союз Санкт-Петербурга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecounion.ru/листок-жизни/проекты/эко-гостиницы/> (Дата обращения 23.04.2016).
4. Печерица Е.В. Зарубежный опыт применения экологических инноваций в средствах размещения / Е.В. Печерица // Национальные интересы: приоритеты и безопасность, – 2013. – № 34. – С. 49–60.
5. Зинченко З.В. Этические основания экологического менеджмента: Дис. ... канд. филос. Наук. – Санкт-Петербург, 2005. – С. 38.

УДК: 33

Дамбегова А.А. – студентка (krarida@mail.ru); Глушков А.В. – доцент (andreyglushenkov@mail.ru), СГУ г. Сочи, Россия

Ресторанный бизнес в условиях мирового финансового кризиса

Аннотация. В данной статье проанализированы последствия мирового кризиса, отразившиеся на предприятия питания. Продемонстрированы возможные перспективные развития ресторанного бизнеса в России.

Ключевые слова: ресторанный бизнес, кризис, предприятия быстрого обслуживания, импортозамещение, рестораторы.

Dambegova A.A. – student (krarida@mail.ru); Glushenkov A.V. – Associate Professor (andreyglushenkov@mail.ru), SUU, Sochi, Russia

Restaurant business in the world financial crisis

Abstract. This article analyzes the impact of the global crisis affected the catering. Are demonstrated the possibility of long-term development of the restaurant business.

Keywords: restaurant business, crisis, Fastfood enterprises, import substitution, restaurateurs.

Актуальность. Данная тема является актуальной, так как в условиях мирового кризиса ресторанный бизнес претерпел глобальные изменения, и на смену ресторанам пришли предприятия быстрого обслуживания.

Цель работы: проанализировать влияние кризиса на ресторанный бизнес, рассмотреть возможные перспективы развития предприятий питания.

Результат исследования. В связи с последними событиями наша страна находится в затруднительном экономическом и политическом положении. В данных условиях появилась острая необходимость, точно и правильно оценить сложившееся состояние, определить систему целей и приоритетов для организации правильного функционирования предприятия ресторанного бизнеса на региональном рынке.

Вопросы продвижения предприятий общественного питания на региональный рынок ресторанных услуг являются актуальными потому, что от их решения во многом зависит как выживание отдельных хозяйствующих субъектов, так и развитие территориально – муниципальных образований, где они функционируют. Конкуренция территориальных рынков ресторанного бизнеса предполагает построение соответствующих пространственных характеристик, внедрение новых маркетинговых технологий, с целью продвижения предприятия питания, привлечения постоянных клиентов и получения прибыли для дальнейшего развития предприятия в современных рыночных условиях.

Огромное значение в продвижении ресторанных предприятий имеют разнообразные маркетинговые приемы и реклама предприятий. В настоящее время роль рекламы очень сильно возросла, в связи с необходимостью усовершенствования эффективной деятельности предприятий питания. Правильно разработанная реклама может помочь с реализацией услуг,

которые предоставляются предприятием, так как основной целью является привлечение новых клиентов, установление новых, более выгодных деловых контрактов, вследствие чего возрастает потребность в предоставляемом товаре, возрастает спрос, увеличивается предложение.

Мировой кризис сказался на всех отраслях экономики, не обойдя стороной ресторанный бизнес. В непростых условиях людям приходится все чаще отказывать себе в излишествах: походы в рестораны становятся редкостью, зато индустрии быстрого питания эта ситуация как раз «на руку». В настоящее время можно заметить значительный прирост посетителей в фаст-фудах.

По словам Максима Обухова, предприятия быстрого обслуживания становятся очень востребованы, это не только «Макдоналдс», но и качественный фаст-фуд. «Эта концепция соединяет в себе быстрое приготовление еды, но не из полуфабрикатов, а из высококачественных свежих продуктов. Средний чек в таких заведениях не слишком высок (от 400 рублей), а быстрое обслуживание обеспечивает большой поток посетителей.

Внимание многих известных рестораторов привлекла область (фаст-фудов). Весной 2015 г. было открытие заведения «Fagш» Аркадия Новикова, в котором подают бургеры с низкими ценами. Летом того же года состоялось открытие пяти ресторанов быстрого обслуживания «Китай Чи», создателем которых является Александр Орлов. К началу 2017 года он планирует открыть данный вид ресторана во многих городах России, позже в странах СНГ.

Известные режиссеры (Никита Михалков, Андрей Кончаловский) поддержали идею об открытии заведения быстрого питания большого масштаба. Проект «Едим как дома» привлек массу общественного внимания. Они акцентируют внимание на более дешевые, но фермерские продукты.

В этой нише наблюдается устойчивый прирост посетителей. Лидером в данной области является «Макдоналдс». С 2015 г. KFC и Burger King активно занимаются открытием новых точек быстрого обслуживания. В 2016 году KFC открыл более 100 заведений, Burger King и «Макдоналдс» больше 60. Данные фирмы занимают 80 % отечественного рынка. В 2017 году компания McDonalds начнет производство сырья в РФ. Об этом упомянул Хамзат Хасбулатов-глава McDonald's в России: «К 2017 году будет замена зарубежного мяса на российские аналоги. Также это относится и к картофелю, который будет производить компания «Белая Дача» в Липецкой области».

В большей мере кризис коснулся дорогих предприятий питания, где посетителями являются обеспеченные люди. Ведущим критерием во время кризиса является ценовой фактор. Ранее человек с достатком выше среднего мог позволить себе выпить в ресторане пару бокалов дорогого вина, то сегодня он предпочтет менее известные марки, не желая переплачивать за имя производителя. Эмбарго на поставку продуктов в Россию из стран евроюсоюза, Америки и др. взбудоражила представителей ресторанного бизнеса.

Более 60 % продукции в отечественных предприятиях питания зарубежные. Это обусловлено тем, что в РФ не производятся аналоги, а если они есть, то невысокого качества. Можно отметить, что в данный момент запрет на импорт продуктов не нанес катастрофического вреда. Вспоминается подходящая русская пословица: свято место пусто не бывает. Выбывших поставщиков с продуктами заменили новые из союзных с Россией стран.

Отечественные рестораны очень легко и без существенных потерь приспособились к импортозамещению. И заморские деликатесы привозят из различных регионов России. Изменение курсов валют сыграло немаловажную роль в доходах предприятий питания. Они полностью изменили концепцию и обновили свои бизнес-планы. Смена ассортимента, снижение цен, разработка антикризисного меню, а также сотрудничество ресторанов с арендаторами позволило сократить издержки.

Для сохранения посещаемости многие рестораны пошли на сдерживание цен, даже в ущерб своей прибыли. Чтобы не потерять интерес посетителей, многие рестораторы сменили концепцию заведения. Так, Кирилл Гусев переделал ресторан Fish в греческую таверну «Ехал грека через реку», «Золотой козленок» в китайский ресторан. В этом сегменте

останутся заведения, которые уже пережили кризис 2008 года и обрели опыт работы в стрессовых ситуациях. К тому же сильно экономить на еде потребители не будут. Даже во времена кризиса люди в последнюю очередь отказываются от еды и зрелищ.

Выводы. Сегодня в ресторанном деле можно найти выход из ситуации с меньшими потерями, а именно пересмотреть ход ведения бизнеса:

1. По возможности сократить издержки.
2. Продумать технологии продвижения ресторана. Сделать новые маркетинговые шаги.
3. Убрать из штаб-персонала дублирующие позиции. К примеру, нет необходимости в нескольких офис-менеджерах, так как для предприятия достаточно и одного.
3. Убрать из меню те продукты, которые в ближайшее время могут исчезнуть.
4. Внимательней отнестись к выбору банка, через который проходят взаиморасчеты с поставщиками.

Список литературы

1. Почему в России закрываются кафе и рестораны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://foodmarkets.ru/news/topic/19402> (Дата обращения 23.04.2016).
2. Эксперты предостерегают исчезновение к этой осени до трети кафе, закусочных и ресторанов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.city-n.ru/view/361868.html> (Дата обращения 23.04.2016).
3. С начала года в России закрылось значительно больше ресторанов, чем открылось [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vdnews.org/news/24367> (Дата обращения 23.04.2016).
4. Как выживает ресторанный бизнес в кризис? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://business71.ru/article/654> (Дата обращения 23.04.2016).
5. Как открыть ресторан и стоит ли это делать ? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.buro247.ru/lifestyle/restaurants/kak-otkryt-restoran-i-stoit-li-eto-delat.html> (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 338.48

Дьяконова М.А. – студентка (kamitsuri@yandex.ru); Юрченко А.А. – к.п.н., доцент (aurchenko55@rambler.ru), КГУФКСуТ, г. Краснодар, Россия

Направление развития гастрономического туризма в России в 2015-2016 годах

Аннотация. В данной статье рассматриваются направления развития гастрономического туризма в России, проанализирована новостная сводка по уже прошедшим мероприятиям.

Ключевые слова: гастрономический туризм, гастротур, городской гастротур, сельский или «зелёный» гастротур, Ростуризм, Московская область, Мурманская область, Ростовская область, Краснодарский край, Хабаровский край.

Dyakonova M.A. – Undergraduate (kamitsuri@yandex.ru); Yurchenko A.A. – PhD, Assistant Professor (aurchenko55@rambler.ru), KSUPEST, Krasnodar, Russia

The direction of development of gastronomic tourism in Russia in 2015-2016

Abstract. In this article the directions of development of gastronomic tourism in Russia are considered, the news report on already last actions is given.

Keywords: gastronomic tourism, gastronomic aurochs, city gastronomic aurochs, rural or «green» gastronomic aurochs, Rostourism, Moscow region, Murmansk region, Rostov region, Khabarovsk Krai.

Актуальность: На ряду с новыми туристскими направлениями такими как: астрономический, сельский туризм – почетное место занимает гастрономический туризм.

С каждым годом в России он набирает популярность. Туристические агентства в разных регионах страны постоянно разрабатывают новые туры. Регулярно в стране проводятся все больше различных фестивалей, гастрономических площадок, ярмарок, открываются гастрономические школы, поэтому возрастающая актуальность этого направления неоспорима.

Цель работы – исследовать тенденции развития гастрономического туризма в 2015 году и первой половине 2016 года.

Результаты исследования. Когда песчаные пляжи на лазурных побережьях больше не манят, жемчужины мировой архитектуры приелись, а активный отдых в горах не привлекает, туристу хочется чего-то необычного и по-настоящему особенного и этим по праву может оказаться гастрономический туризм. За последние годы это направление активно развивается и набирает популярность в сфере туристского бизнеса как у турагентов и туроператоров, так и у туристов [3, 10].

Гастрономический туризм – это вид туризма, основной целью которого является знакомство с кухней той или иной страны, а гастротур – это комплекс мероприятий по дегустации блюд, характерных для местной кухни. Условно их можно разделить на сельские или их еще называют «зелёные» и городские гастротуры [3].

Как правило, сельские гастротуры направлены на экологически чистую продукцию, к примеру туристу предлагают поучаствовать в сборе ягод, орехов и грибов, попробовать фрукты с дерева и овощи с грядки. А затем, под руководством опытного повара, сварить варенье или испечь торт. Также сюда можно отнести знакомство с такими традиционными, а иной раз даже диковинными продуктами, которыми славится данная местность: пармская ветчина, испанский хамон, голландский сыр, брюссельское пралине, шведская икра уклейки, японская рыба фугу и многое другое.

Городской гастротур может включать в себя посещение фабрики или цеха, производящих продукты питания, с дегустацией их продукции. Посещения ресторанов национальной кухни, где гостю предлагается отведать местные деликатесы, как правило, являющиеся отражением традиций данного места или блюдами, созданными лично шеф-поваром данного заведения – также относятся к городским [5].

За последние два года в России направление развития гастрономического туризма весьма обширно. Ростуризм старается обхватить многие уголки нашей страны: Европейский Север (Мурманская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область), центральная часть России (Москва и Московская область), юг России (Краснодарский край, Сочи, Ростовская область, винные центры юга России), восток (Хабаровск) [9].

К примеру, около года назад инициировано создание винного территориального кластера «Долина Дона», в Ростовской области. А уже в новом, 2016 году было разработано два винных маршрута – об этом подробнее можно ознакомиться, а также детально рассмотреть карту турмаршрута на сайте администрации правительства региона. За уик-кенд турист успет посетить Донское винодельческое хозяйство «Эльбузд» и провести романтическую ночь в этнографическом туристическом комплексе «Станица «Цымлянская» [9, 10].

Не так давно, в конце сентября прошлого года, прошел «Балаковский фестиваль клубники», в городе, занявшим почетное первое место в отборочном региональном этапе, уже ставшей известной, национальной премии «Russian Event Awards» – Тольяти. Благодаря этому, город признали жемчужиной, лучшим проектом в области гастрономического туризма во всем Приволжском и Уральском округах федерального значения. Были организованы особые экспозиции, представляющие экспонаты музея клубники, а также всевозможная атрибутика с прошедшего фестиваля – кепки, футболки, кружки, магниты, буклеты. Гостей фестиваля боле всего порадовало разнообразие всевозможной выпечки [4].

А в ноябре 2015 года власти Мурманской области объявили об одном из важнейших и интереснейших направлений развития туризма – формирование гастрономической карты региона и популяризацию бренда «Арктическая кухня». Вслед за этим последовал ряд практических и оригинальных проектов. Заместитель губернатора области Григорий Стратий

на открывшейся в рамках мурманской международной деловой недели туристской площадке «Сделано в Арктике», рассказал о программе фестиваля, о планах на будущее проекта, его экономическую и культурную составляющую, а также значимость для развития прежде всего одного из популярнейших направлений туризма. В рамках этой площадки «Сделано в Арктике» стартовали гастрономический фестиваль «Вкус Арктики», всевозможные обучающие семинары, мастер-классы для поваров, а также гурмэ-акция «Вкус Арктики» на предприятиях общественного питания региона – все это позволило по-другому взглянуть, до недавнего времени, на необычную сторону отдаленного округа необъятной России [7].

В Москве и Московской области стремительно набирает обороты так называемая кулинарная доктрина современности – есть то, что произведено в окрестностях. Существует даже карта гастротуристических примечательностей в радиусе двух-трех часов езды автотранспортом от столицы, где можно не только проложить маршрут и отыскать уже имеющиеся, но и добавить новые адреса ферм, лавок, ресторанов, исторических огородов, гастрономических бутиков, музеев и других полезных объектов эко- и агротуризма.

Страусиные, овечьи и осетровые хозяйства, бараночные мануфактуры, музеи старинных русских десертов, гурмэ-туры в дворянские усадьбы, гостиничные дворики с историческими обедами (большинство принимает по 3–4 автобуса туристов каждый выходной, при некоторых существуют рестораны, меню которых выстроено на локальных продуктах) – вот только малая часть направлений гастрономического туризма в центральной части страны; и всего этого однозначно хватит на все без исключения уик-энды в течение как минимум ближайшего года [1, 8].

Несмотря на то, что гастрономический туризм в Хабаровском крае официально был открыт как туристское направление только в сентябре 2015 года, уже сейчас некоторые туристические компании продвигают отдельные гастрономические программы – экскурсии на кондитерскую фабрику, пивоваренный завод. Также туристам предлагается отведать блюда национальных кухонь различных малочисленных коренных народов Приамурья [2].

А в Краснодарском крае, на юге России, развивается винно-гастрономический туризм. Можно смело выделить два центра – это Абрау-Дюрсо, где минувшем летом, прошел форум-фестиваль «Четыре воды» [4] и формируется своя гастрономическая школа, и Тамань, где постоянно проходят различные презентации в винно-туристическом центре Фанагории «Гермонасса» и состоялся фестиваль Кубанской кухни [6].

Выводы. Опираясь на полученный материал можно сделать вывод, что гастрономический туризм пусть и сравнительно молодое направление в туризме, все же, за последние несколько лет стремительно набирает популярность и наращивает обороты, создает объекты, места для будущих туров.

И не стоит забывать, что иногда, «Еда может рассказать о духе народа куда больше иных произведений архитектуры и живописи. Изящные искусства индивидуализированы, а вот национальная кухня, как говорят французы, «дело щепоток» многочисленных и безымянных авторов». Поэтому развитие гастрономического туризма в России, как и развитие иных направлений актуально и перспективно, а главное приоритетно, как и любое другое направление туризма, способное вобрать и сохранить многовековые традиции страны.

Список литературы

4. Алексеев, Д. Свое, родное: гастрономический туризм за пределами МКАД [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vogue.ru/peopleparties/tabletalk/> (Дата обращения 22.02.16).
5. В Хабаровском крае будут развивать гастрономический туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dvnovosti.ru/khab/2015/09/10/39219/> (Дата обращения 22.02.2016).
6. Дьяконова, М.А. Абрау-Дюрсо: История развития винно-гастрономического центра Юга России / М.А. Дьяконова, А.А. Юрченко // Новая наука: Теоретический и практический взгляд. – Уфа: «Агентство международных исследований», 2015. – № 6–2. – 19–22.
7. Итоги Международного форума-фестиваля «Четыре воды» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.icwag.ru/news/140.html> (Дата обращения 22.02.16).

8. Кляп, М.П. Современные разновидности туризма: Научное пособие / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. – М., 2011. – 334 с.
9. Краевой фестиваль кубанской кухни и сала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.atamani.ru/fests/7461> (Дата обращения 22.02.2016).
10. Министерство развития промышленности и предпринимательства Мурманской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://murman.tv/news/iv-murmanskaya-mezhdunarodnaya-delovaya-nedelya> (Дата обращения 22.02.2016).
11. Самсоненко, Т.А. Ресурсный потенциал как фактор развития туризма в регионах (на примере Апшеронского района Краснодарского края) / Т.А. Самсоненко, А.А. Юрченко // Туризм: гостеприимство, спорт, индустрия питания: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, г. Сочи, 21–23 октября 2015 г. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2015. – С. 39–41.
12. Финаев, О.А. В Ростовской области будет создан винный территориальный кластер «Долина Дона» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.donland.ru/news/> (Дата обращения 21.02.2016).
13. Юрченко, А.А. Развитие внутреннего туризма в Южном федеральном округе / А.А. Юрченко, В.Г. Минченко // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар: КГУФКСиТ, 2014. – № 1. – С. 90–92.

УДК: 658.62(075.8)

Евсина А.А. – студентка (nesskit@mail.ru); Позняковский В.М. – д.б.н., профессор, заслуженный деятель науки РФ (kaf.grb.59@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Важнейшие продовольственные проблемы в мире и пути их решения

Аннотация. В статье рассматривается вопрос глобальной продовольственной проблемы человечества. Рассматриваются варианты решения данной проблемы. Анализируется использование ГМИ (ГМО) как наиболее успешное решение проблемы продовольствия.

Ключевые слова: глобальная проблема, проблема продовольствия, ГМО, ГМИ.

Evsina A.A. – student (nesskit@mail.ru); Pozniakovsky V.M. – Doctor of Science (Biology), Professor, Honored Scientist of the Russian Federation (kaf.grb.59@mail.ru), SSU, Sochi, Russia

The most important food problems in the world and the ways of their decision

Abstract. The article discusses global food problem of mankind. There are some solutions to this problem. The usage of genetically modified ingredients is analyzed as the most successful solution to the problem of food supply.

Keywords: global problem, problem of food, supply, GM foods, genetically modified ingredients.

Актуальность. Ежегодно количество населения увеличивается приблизительно на 1 миллион человек. По мнению специалистов, численность жителей на планете к 2030 году, должна достичь отметки свыше 8 млрд. человек. Одним из главных факторов влияющих на продовольственную ситуацию в мире являются быстрые темпы роста населения. Ограничение продовольственных ресурсов существует при всевозможных экономических системах независимо от степени богатства общества.

Цель работы – освещение продовольственных проблем в мире и путей их решения.

Результаты исследования. Продовольственная проблема уходит глубоко в историю. Вплоть до 15 века, голод уносил жизни массы людей. На данный момент дефицит продуктов питания отмечается во всем мире. Недостаточное потребление человеком белка, витаминов и других необходимых для организма компонентов, считается основной острой проблемой.

По данным Продовольственной и сельскохозяйственной организации (ФАО) полноценное питание (т.е. пищевой рацион, в котором содержатся все необходимые элементы для здоровья человека) получают не более 40 % населения всей планеты. Продовольственная проблема так же ощущается и с другой стороны – одни страны страдают от голода, другие же, наоборот, борются с избыточным потреблением продуктов питания.

Определенную роль в покрытии мирового продовольственного кризиса, отводилась подъему сельскохозяйственного производства. К сожалению, ликвидировать дефицит в продуктах питания, только за счет сельского хозяйства невозможно. Наиболее лучшим решением является применение эффективных способов увеличения пищевых ресурсов на земле, таких как:

- увеличение валового урожая;
- повышение пищевой ценности продуктов;
- использование нетрадиционных видов сырья;
- создание безотходных технологий;
- химический синтез пищевых продуктов и их составляющих компонентов.

Химический синтез в области производства биологически активных пищевых добавок достиг определенных успехов. Необходимо отметить, что от натуральных аналогов, витамины созданные искусственным путем, абсолютно не отличаются.

Особое внимание в последние годы привлекают применение генной инженерии и биотехнологии. Так как микроорганизмы – это один из наиболее продуктивных элементов, действующих во благо современного человека, в преодолении дефицита белка и витаминов. Важнейшей особенностью биотехнологий, после внедрения в производство пищевых и кормовых продуктов, является высокая скорость роста микроорганизмов. К примеру, рост сельскохозяйственных животных увеличивается в 1000 раз, растений в 500 раз.

Генная инженерия – это инструмент биотехнологии, заключающийся в конструировании молекулярных генетических систем, генетика и молекулярная биология состоят в основе данного метода. Таким образом, можно подытожить, что в нынешнее время, увеличение роста объема продовольственных ресурсов без использования биотехнологий неосуществимо.

Большое количество генетически модифицированных источников пищи, в настоящее время, созданы и разрешены для применения в питании человека.

Создание генетически модифицированных продуктов – это довольно сложный процесс, для его анализа необходимо посвятить целую главу. Все мы имеем представление о том, что же это такое. Поэтому рассмотрим главную тему, которая тревожит население на сегодня: ГМО опасно ли для здоровья человека или напротив, полезно?

Проанализируем положительные качества использования ГМО:

– использование генетически модифицированных источников приносит экономическую выгоду;

– исключается необходимость борьбы с вредителями и сорняками, тем самым ограничиваются затраты на средства (различные химикаты) используемые для выращивания ГМО продукции. В конечном итоге, люди получают продукт, который прежде не проходил обработку вредными веществами.

– ГМО продукция более плодovита и меньше подвержена негативным факторам, таким образом, объемы урожайности увеличиваются.

– задачей генетиков в первую очередь является увеличение полезных свойств продукта, искусственно повышается доза витаминов и макроэлементов, питательная ценность, а так же некоторые продукты ГМИ носят лекарственный характер.

В результате использования метода генной инженерии проблема обеспечения населения необходимыми продуктами питания решается.

К геномодифицированным источникам пищи применяются очень жесткие санитарно-гигиенические требования по безопасности. Существуют законодательные и нормативные акты, которые сопровождают и обеспечивают безопасность и качество ГМИ. Рассмотрим некоторые из них в приведенной ниже табл. 1.

Законодательные и нормативные акты, обеспечивающие безопасность и качество ГМИ

Закон РФ, нормативные документы	Характеристика
«О селекционных достижениях» от 06.08.1993 №5605-1.	Регулирует вопросы, связанные с охраной прав на селекционные достижения.
Постановление Правительства РФ от 23.04.94 №390	Образована Государственная комиссия РФ по испытанию и охране селекционных достижений.
«О государственном регулировании в области генно-инженерной деятельности» от 05.07. 1996 №86-ФЗ	Регулирует отношения в сфере природопользования, охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности, возникающее при осуществлении генно-инженерной деятельности
Постановление правительства РФ от 22.04.97 №464	В РФ создана Межведомственная комиссия по проблемам генно-инженерной деятельности (МВКГИД)- регулирует вопросы получение биологических испытаний.
ФЗ от 05.07.1996 № 86-ФЗ «О государственном регулировании в области генно-инженерной деятельности»	Сертификация продукции(результаты генно-инженерной деятельности, полная информации о методах получения и свойствах продукта).

Наряду с положительными характеристиками ГМО можно отметить отрицательные стороны:

- о безопасности ГМО нельзя утверждать на 100 %, так как прошло мало времени с момента его использования, чтоб в точности оценить последствия его применения;
- ГМО продукт считается потенциальным аллергеном. Однако, перед тем, как выпустить продукт в производство, любое растение проходит процедуру оценки аллергенных свойств.

Вывод: После всего вышесказанного можно сделать следующее – проблема продовольствия будет переходить из поколения в поколение, население растёт, продовольствия нужны в огромных масштабах и, помочь в этом может один из главных методов «Генная инженерия». Население пугает тот факт, что продукты ГМО не изучены на 100 %, чтобы быть уверенным в безопасности их использования. Но другого, более логического выхода из проблемы ограничения продовольственных ресурсов в перспективе не найдено.

Список литературы

1. Позняковский, В.М. Безопасность продовольственных товаров (с основами нутрициологии): Учебник / В.М. Позняковский. – М.: ИНФРА-М, 20114. – 271 с.
2. Австриевских А.Н. Управление качеством на предприятиях пищевой и перерабатывающей промышленности: Учебник / А.Н. Австриевских, В.М. Кантере, И.В. Сурков, Е.О. Ермолаева. – 2-е изд., испр. и доп. – Новосибирск: Сибирский университет, 2007.
3. Продовольственная ситуация в мире проблемы ее решения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://otherreferats.allbest.ru/international/00250247_0.html (Дата обращения 23.04.2016).
4. Гаппаров М.М. Генетически модифицированные продукты. Мифы и реальность / М.М. Гаппаров, Е.Ю. Сорокина, Н.В. Тышко // Здоровье, 2004.
5. Генная инженерия возможности и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=6711> (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 388.48Е65

Епанешникова О.В. – к.с.н., доцент (milawka258@yandex.ru); Ковбасюк А.В. – студентка (lesenok_2494@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Биологически активные добавки и их значение в питании современного человека

Аннотация. В статье рассматриваются биологически активные добавки как один из способов поддержания стабильного состояния здоровья, профилактики лечения многих заболеваний, укрепления иммунной системы населения.

Ключевые слова: биологически активные добавки, здоровье, обмен веществ, иммунная система, профилактика заболеваний.

Epaneshnikova O.V. – candidate of sociological sciences, associate professor (milawka258@yandex.ru); Kovbasyuk A.V. – student (lesenok_2494@mail.ru), SSU, Sochi, Russia

Dietary supplements and their importance in food of the modern society

Abstract. In the article dietary supplements as one of the methods of maintenance of a health stable state, preventive treatment of diseases, strengthening of immune system of the population are considered.

Keywords: dietary supplements, health, substance exchange, immune system, prevention of diseases.

Актуальность. Последнее время особую актуальность приобретают поиски средств, которые повысят устойчивость организма к неблагоприятным воздействиям окружающей среды. Структура питания населения ухудшается, и пищевой статус имеет существенные отклонения от формулы сбалансированного питания, прежде всего, по уровню потребления микронутриентов – витаминов, полиненасыщенных жирных кислот, минеральных веществ и многих других соединений природного происхождения, которые играют важную роль в процессе обмена веществ и функционировании отдельных органов и систем. Наиболее приемлемым и научно обоснованным путем является широкое применение биологически активных добавок к пище в повседневном питании. Несмотря на то, что поиск различных природных компонентов растительного, животного и минерального происхождения, их применение с различными целями известны с глубокой древности, биологически активные добавки к пище вошли в современную медицину и технологию производства сравнительно недавно.

Цель работы – освещение значения биологически активных добавок в питании современного человека.

Результаты исследования. «Биологически активные добавки к пище (БАД) – композиции натуральных, или идентичных натуральным, биологически активных веществ, предназначенных для непосредственного приема с пищей или введения в состав пищевых продуктов с целью обогащения рациона отдельными биологически активными веществами или их комплексами» [3].

Полезные свойства биологически активных добавок для организма человека:

- восполняют недостаток пищевых и биологически активных веществ в питании;
- устраняют существующий дефицит витаминов у населения;
- индивидуализируют питание взрослых людей в зависимости от их потребностей;
- удовлетворяют измененные физиологические потребности в пищевых веществах больного человека;
- повышают иммунную систему организма, тем самым снижая риск развития заболеваний.

В настоящее время существует ряд нормативных документов в области производства, оборота, безопасности и эффективности БАД, разработанные в соответствии с федеральными

законами Российской Федерации «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» от 30.03.1999 и «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000.

В соответствии с классификацией, представленной в СанПиН 2.3.2.1290-03, БАД согласно их применению можно разделить на группы, используемые: в качестве вспомогательных источников пищевых и биологически активных веществ, которые благоприятно воздействуют на обмен веществ, при различных функциональных состояниях организма; в качестве компонентов, оказывающих общеукрепляющее и тонизирующее воздействие на организм человека, способствующих улучшению его функционального состояния; в качестве иммуностимулятора.

Условно БАД подразделяются на нутрицевтики, парафармацевтики, пробиотики, пребиотики и пробиотические продукты. Рассмотрим характеристику, область применения и свойства каждого продукта БАД в приведенной ниже таблице 1.

Таблица 1

Биологически активные добавки

Наименование продукта БАД	Характеристика	Область применения	Основные свойства
Нутрицевтики	Природные ингредиенты пищи: полиненасыщенные жирные кислоты, минеральные вещества и микроэлементы, отдельные аминокислоты, пищевые волокна	Применяются для коррекции химического состава пищи человека. Используются не только для первичной и вторичной профилактики, но и для лечения таких заболеваний как ожирение, атеросклероз, сердечно-сосудистые и злокачественные заболевания	Повышают энергетику человека, заряжают его запасом бодрости, увеличивают работоспособность
Парафармацевтики	Продукты в составе которых содержатся биогенные амины, органические кислоты, олигосахариды, кофеин и другие натуральные продукты	Активация и стимулирование отдельных органов и систем	Позволяют адаптировать организм человека к измененным и экстремальным условиям. Находят широкое применение в профилактике и лечении ожирения
Пробиотики	Живые микроорганизмы, которые обитают в организме человека и положительно влияют на его жизнедеятельность	Применяются для лечения и профилактики кишечных заболеваний	Повышают эффективность иммунной системы, продуцируют вещества, предотвращающие различные инфекции, стимулируют укрепление слизистого слоя в кишечнике
Пребиотики	Являются стимуляторами, или промоторами, пробиотиков. Представляют собой пищевые компоненты, которые перевариваются	Применяются для нормализации микрофлоры желудочно-кишечного тракта	Увеличивают число полезных анаэробных бактерий и уменьшают популяцию потенциально патогенных микроорганизмов

	и усваиваются непосредственно микрофлорой толстой кишки, избирательно стимулируя жизнедеятельность и рост микроорганизмов		
Пробиотические продукты	Представляют собой пищевые продукты, которые содержат живые культуры пробиотиков и пробиотических микроорганизмов	Профилактика распространенных инфекционных заболеваний	Поддерживают оптимальное состояние иммунной системы

Ведется строгий контроль пищевых веществ, которые содержатся в биологически активных добавках, благодаря чему, их свойства при хранении не изменяются. Количественный и качественный состав нутриентов в БАД соответствует наилучшему их усвоению и проявлению положительного эффекта, что в настоящей жизни трудно обеспечить, сочетая многообразные продукты питания. Вместе с тем применение БАД должно осуществляться на фоне базового рациона, исключающего различные негативные проявления в питании человека. По составу БАД безвреден для организма, при соблюдении правил применения отсутствует угроза передозировки.

Резюме. Таким образом, БАД играет немаловажную роль в коррекции и оптимизации питания современного человека. Наряду с этим нужно включать биологически активные добавки к пище во время профилактического и лечебного питания. Профилактическое питание с добавлением БАД направлено на исправление и устранение факторов риска развития заболеваний. Включение биодобавок в состав лечебного питания предназначается для восполнения возросших потребностей организма больного человека, способствует адаптации химического состава и энергетической ценности диеты к особенностям патогенетических механизмов заболевания.

Вместе с тем появление на рынке отечественных и зарубежных препаратов БАД диктует необходимость их контроля, оценки и характеристики. Данная информация важна не только для специалистов, но и для простых потребителей.

Список литературы

1. Витол, И.С. Безопасность продовольственного сырья и продуктов питания: Учебник / И.С. Витол, А.В. Коваленок, А.П. Нечаев. – М.: ДеЛи принт, 2010.
2. Дроздова, Т.М. Физиология питания: Учебник / Т.М. Дроздова, П.Е. Влощинский, В.М. Позняковский. – М.: ДеЛи плюс, 2011.
3. Позняковский, В.М. Безопасность продовольственных товаров (с основами нутрициологии): Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 271 с.

УДК: 388.48

Епанешникова О.В. – к.соц.н., доцент (milawka258@yandex.ru); Черняева И.И. – студентка СГУ, г. Сочи, Россия

Системы питания и их критический анализ

Аннотация. В данной статье рассматривается краткая характеристика систем питания и модных диет, а также их воздействие на организм человека.

Ключевые слова: вегетарианство, здоровье, лечебное голодание, раздельное питание, диета.

The food systems and their critical analysis

Abstract. This article describes a brief description of the food systems and trendy diets and their effects on the human organism.

Keywords: vegetarianism, health, fasting, divided food, diet.

Актуальность выбранной темы обуславливается тем, что молодежь все время следит за модой, и порой, пренебрегает собственным здоровьем, исключив из своего рациона очень важные продукты для функционирования организма. Происходит это в результате получения информации, взятой из всемирной сети Интернет, которая не гарантирует ее достоверность и правильно раскрытый смысл.

Целью статьи является ознакомление молодежи с видами систем питания.

Результаты исследования. Проблема питания является одной из основных на сегодняшний день для населения. В данной статье рассматриваются системы питания и их влияние на организм человека. Приведем краткую характеристику некоторых из них:

Вегетарианство – система питания, исключающая полностью или ограничивающая потребление продуктов животного происхождения. В вегетарианстве люди видят, в первую очередь, нравственную и этическую основу: запрет на уничтожение живого организма. Но ведь растительные организмы – такого же проявление живого на Земле, и поэтому подобная философия не может быть неоспорима.

Известно, что длительный отказ от животной пищи пагубно влияет на функционирование организма человека, поскольку в продуктах животного происхождения находятся незаменимые факторы питания, которые не присутствуют в растительной пище. Напротив, «щадящее» вегетарианское питание, например, в религиозные посты, может нести положительные последствия, поскольку происходит очищение организма, а за сравнительно короткий срок в организме не развивается дефицит незаменимых пищевых веществ.

Последний пункт особенно важен во время роста молодого организма, при беременности кормлении грудью, в глубокой старости. Кроме того, при различных заболеваниях, а также для их профилактики необходимо назначать разгрузочные дни. В любом случае необходима консультация врача-диетолога.

Лечебное голодание, как способ очищения организма от конечных продуктов обмена, тоже является одной из систем питания. Это полное воздержание от пищи в течение определенного периода времени. Человек, придерживающийся данной системе питания, должен знать, что практика длительного и полного воздержания от пищи только тогда приносит пользу, когда он находится под наблюдением специалиста.

Все мы знаем, что в наш организм должны поступать полезные вещества в определенных количествах. Чтобы они могли активно действовать и приносить пользу организму необходимо сочетать продукты питания так, чтобы они помогали вырабатывать полезные вещества, а не «мешали» друг другу в процессе.

Раздельное питание строго регламентирует совместимость и несовместимость пищевых продуктов. Например, согласно этой концепции, нельзя одновременно потреблять белок и углесодержащую пищу (рыбу, мясо, молоко – с хлебом, кашами, крупами и т.д.) Обосновывается эта концепция тем, что белки перевариваются под воздействием ферментов только в кислой среде в нижнем отделе желудка, а крахмалы – в верхних его частях, под воздействием ферментов слюны, в щелочной среде. В кислой среде желудка активность ферментов угасает, и переваривание крахмала прекращается.

Многовековой опыт кухни народов мира противоречит концепции раздельного питания, сочетания принципа разнообразия питания с разумным потреблением пищевых продуктов.

Нельзя не затронуть в данной статье тему «диета» и ее воздействие на организм. Популярность диет вполне понятна, ведь это простой способ избавиться от лишнего веса, а учитывая их большое разнообразие, выбрать подходящий вариант будет довольно легко.

Многие люди не зависимо от веса и образа жизни придерживаются каких-либо диет, не задумываясь об их влиянии на организм и возможных последствиях. Диеты превратились в модное направление, о котором пишут в газетах и журналах, рассказывают в средствах массовой информации и в Интернете, знаменитости делятся своими секретами великолепной фигуры, которую обрели именно благодаря волшебным диетам.

Кремлевская диета является самой простой и действенной диетой. Эффективность ее доказана людьми из разных стран мира, которым удалось похудеть на 10–12 килограммов за месяц.

Принцип действия кремлевской диеты основан на употреблении минимального количества продуктов с содержанием углеводов. В основе кремлевской диеты лежит таблица баллов, по которой люди, желающие похудеть, рассчитывают для себя меню. Если строго придерживаться плану питания, составленным врачом-диетологом, то организму будет хватать всех веществ и диета принесет результат не в ущерб здоровью человека.

Но немало случаев, как, например, при соблюдении низкоуглеводной высокожирной диеты Аткинса, в основе которой лежит способность низкоуглеводного рациона снижать концентрацию инсулина в крови и соответственно аппетит, образуются кетоновые тела. Они тоже приводят к быстрому снижению массы тела за счет снижения гликогена в печени, мышцах и потере воды, однако не затрагивают жировую массу тела. Такое одностороннее действие вызывает нарушения обменных процессов. Когда потеря воды достигает определенной критической черты, потеря массы тела прекращается, что доказывает неэффективность данной диеты. Так же многие забывают, что рекламирование диет и продвижение чудодейственных продуктов зачастую является всего лишь бизнесом, а не заботой о нашем здоровье.

Выводы. Еда – это важнейший фактор, оказывающий непосредственное влияние на здоровье и самочувствие человека. Нехватка каких-либо веществ, в которых нуждается организм, способна привести к плохому настроению, состоянию, характеризующемуся как депрессия, потере контроля над эмоциями в виде вспыльчивости, раздражительности. Наши энергия и силы черпаются из углеводов, поэтому быстрая утомляемость постигает чаще всего, кто придерживается различного рода диет.

Не стоит забывать, что с помощью диет можно сбросить лишние килограммы без ущерба для здоровья, но действует это лишь при соблюдении основных принципов рационального питания. Любое необдуманное исключение ряда продуктов из рациона приводит к срыву адаптационных возможностей организма, появлению заболеваний, а в отдельных случаях и вовсе к летальному исходу.

Список литературы

1. Епанешникова О.В. Нетрадиционные виды питания / Туризм: гостеприимство, спорт, индустрия питания: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, г. Сочи, 21–23 октября 2015 г. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2015. – С. 174–177.
2. Позняковский, В.М. Безопасность продовольственных товаров (с основами нутрициологии): Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 271 с.
3. МР 2.3.1.2432-08. Нормы физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации (Введен 2008-12-18).

УДК: 338.48

Ефремова М.В. – профессор (efremovamv@iee.unn.ru); Цветкова И.Ю. – доцент, НГУ им. Н.И.Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Особенности корпоративной культуры в гостиничных предприятиях

Аннотация. Изучена роль и установлены предпосылки значимости корпоративной культуры в гостиничных предприятиях. В целях повышения эффективности гостиничного менеджмента проведена диагностика корпоративной культуры в нижегородской гостинице. Выявлены проблемы и разработаны рекомендации для их устранения.

Ключевые слова: гостиничный менеджмент, корпоративная культура, гостиница, управление, гостиничная услуга, организация.

Efremova M.V. – professor (efremovamv@iee.unn.ru); Flowering I.YU. – associate professor, NGU im. N.I. Lobachevskogo, Nizhni Novgorod, Russia

Features of corporate culture in the hotel enterprises

Abstract. The role and importance of corporate culture in the hotel enterprises are studied and determined. Diagnostics of corporate culture in the Nizhny Novgorod hotel for the purpose of hotel management efficiency increasing is carried out. Problems are revealed and recommendations for their elimination are developed.

Keywords: hotel management, corporate culture, hotel, management, hotel service, organization.

Актуальность. За последние десятилетия российская индустрия гостеприимства претерпела существенные изменения. Туристы, пожив в хороших гостиницах за рубежом, ожидают высокие стандарты обслуживания и от отечественных предприятий. В этих условиях прежняя модель управления, фокусирующая внимание на оперативном управлении, не может быть эффективной. Гостиничный менеджмент вынужден направлять усилия на стратегическое управление, где одной из важных составляющих является создание сильной корпоративной культуры.

Цели и задачи. Обосновать роль корпоративной культуры в эффективности гостиничного менеджмента. Провести диагностику корпоративной культуры, выявить проблемы и разработать рекомендации для их устранения.

Методы, организация исследований. В настоящей работе на основе общелогических методов исследований, а также результатов собственного маркетингового исследования определены роль, проблемы и перспективы совершенствования корпоративной культуры в гостиничных предприятиях.

Результаты исследования. Существует достаточно большое количество определений корпоративной культуры [1–4]. В самом общем случае корпоративная культура представляет набор традиций, обычаев, норм поведения, правил, положений, разделяемых членами организации. Следовательно, корпоративная культура есть официальная культура организации, закреплённая в её уставных положениях, регламентирующих и инструктирующих документах, которым следуют члены организации. Ключевым в этом определении, по нашему мнению, является принятие и разделение корпоративной культуры членами организации. Тем самым гостиничный менеджмент должен не только разработать соответствующие локальные документы, но и добиться их неукоснительного применения путем сознательного принятия и культивирования членами организации.

Роль и функции корпоративной культуры в гостиничных предприятиях, по нашему мнению, обусловлены следующими предпосылками:

1. Особая значимость человеческого фактора в уровне качества гостиничных услуг. В отличие от производственных предприятий, где большинство операций выполняют автоматы и другие технические устройства, услуги оказывают люди, каждый из которых имеет свой характер, настроение, жизненные принципы и желания.

2. Гостиница – это большой дом, где трудно скрыть недостатки обслуживания от гостей, конкурентов, партнеров по бизнесу и прочих заинтересованных лиц;

3. Большая доля линейного персонала в штате гостиницы требует высокую вовлеченность рядовых сотрудников в формирование корпоративной культуры. Каждый исполнитель должен разделять ответственность за удовлетворение потребностей гостя.

4. Круглосуточный режим работы приводит к невозможности контроля персонала в течение всего времени работы гостиницы. Линейный персонал должен быть особо мотивирован и не допускать снижение качества обслуживания в условиях отсутствия контроля со стороны руководства.

5. Гостиницы, как правило, являются малыми предприятиями, где каждый сотрудник на виду, каждому предоставляется возможность в полной мере проявить свой потенциал, почувствовать свою востребованность и занять должное место в иерархии компании.

6. Высокая текучесть линейного персонала.

Для диагностики корпоративной культуры в российских гостиницах нами было проведено маркетинговое исследование. **Объект исследования** – молодая нижегородская гостиница, уверенно завоевавшая свою нишу в сегменте 3-звездочных бизнес-отелей. **Инструментарий** – специально разработанная анкета. В опросе участвовали руководители и специалисты гостиницы – всего 37 чел. Исследование проводилось в апреле-мае 2015 г.

Как показали проведенные исследования, роль корпоративной культуры в эффективном управлении гостиничного предприятия разделяют все сотрудники исследуемого предприятия. В то же время исследования позволили выявить наличие определенных проблем, связанных с локальными организационно-распорядительными документами. По мнению большинства респондентов (68 %), в гостинице крайне мало необходимой регламентирующей документации (рис. 1). При этом 62 % опрошенных нуждаются в четких и детально разработанных регламентах. Результаты анкетирования о качестве коммуникаций и разнообразии их форм, показаны на рис. 2.



Рис. 1. Наличие в гостинице необходимой регламентирующей документации

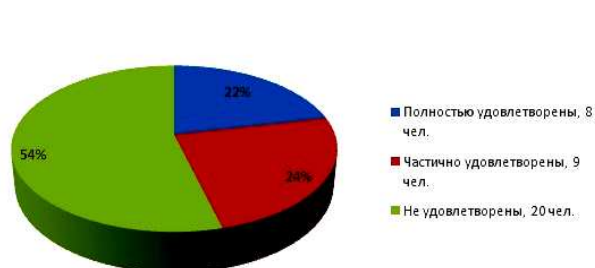


Рис. 2. Качество коммуникаций в гостинице и разнообразии их форм

На неудовлетворительное состояние коммуникаций обратили внимание более половины (54 %) сотрудников. Четверть сотрудников гостиницы существующая система коммуникаций устраивают частично и почти столько же (22 %) полностью удовлетворены организацией коммуникаций в гостинице. Бесспорным удобством в налаживании коммуникаций сотрудники гостиницы отметили использование раций, внутренних телефонов, организацию планерок и совещаний.

В то же время в организации коммуникаций имеются определенные проблемы. 27 % опрошенных отметили, что довольно часто случаются перебои в получении внутрифирменной информации. Чаще всего это происходит при передаче смены в службе приема и размещения и в административно-хозяйственной службе. В то же время 54 % работников не видят в этом проблем и только 19 % респондентов уверены, что сложностей подобного рода в организации нет.

На вопрос о возможности прямого обращения линейных сотрудников к руководству гостиницы 16 % отметили, что их полностью устраивает действующие каналы прямого общения к руководству. Однако у 84 % респондентов на этот счет имеется противоположное мнение. Этот факт свидетельствует, что управленцам гостиницы необходимо более эффективно организовать коммуникации, чтобы рядовые сотрудники имели возможность общаться с руководством и доводить до него свои предложения.

Выводы. Корпоративная культура является мощным инструментом в организации эффективной работы гостиничного предприятия. Ее особая роль обусловлена значимостью человеческого фактора в обслуживании, большой долей линейного персонала, транспарентностью бизнес-процессов для посетителей, высокой текучестью кадров, графиком работы. Для того чтобы сотрудники гостиницы принимали и разделяли корпоративную культуру, необходима разработка достаточно большого количества регламентирующих

документов. По мнению большинства респондентов (68 %), в исследуемой гостинице крайне мало необходимой регламентирующей документации.

Не менее важной проблемой в гостинице является организация коммуникаций, в т.ч. между линейным персоналом и руководством гостиницы. Тем самым гостиничному менеджменту предстоит большая комплексная работа, в т.ч. по организации эффективных коммуникаций, разработке локальных инструкций и регламентов, доведении их до рядовых сотрудников в целях неукоснительного применения путем сознательного принятия и культивирования.

Список литературы

1. Анплеев, А.А. Оценка степени значимости корпоративной культуры управленческими работниками гостиничного предприятия: теоретико-эмпирический анализ (на примере г. Казань) / А.А. Анплеев // Вестник КазГУКИ. – 2012. – №4. – С. 118–120.
2. Грудзинский, А.О. Организационная культура как фактор развития инновационного университета / А.О. Грудзинский, О.В. Петрова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2012. – №4(1). – С. 12–17.
3. Зайцева, Н.А. Научно-методологические подходы к определению сущности понятия «корпоративная культура» / Н.А. Зайцева // Современные тенденции в экономике и управлении. – 2012. – №3. – С. 38–41.
4. Камерон, К.С. Диагностика и измерение организационной культуры / Пер с англ., под ред. И.В. Андреевой / К.С. Камерон, Р.Э. Куин. – СПб.: Питер, 2001. – 320 с.
5. Полухина, А.Н. Применение современных технологий формирования организационной культуры на предприятиях сервиса и туризма / А.Н. Полухина // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2013. – №2. – С. 32–40.

УДК: 336.22

Золовкина К.А. – студентка, Сивкова С.В. – к.э.н., доцент (svetlana-sivkova2009@yandex.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Налогообложение санаторно-курортных путевок для сотрудников

Аннотация. В данной статье рассмотрены методы, способы и особенности налогообложения туристических путевок для сотрудников организации. Изучены возможные льготы по исчислению налога, а также освобождения от уплаты налога. Проведен анализ источников оплаты путевки.

Ключевые слова: Работодатель, налоговый кодекс РФ, турпутевка, налогообложение, льготы, сотрудник, налог, налоговая база, вознаграждение, взносы, выплаты.

Zolovkina A.K. – student, Sivkova S.V. – PhD in Economics, Associate Professor (svetlana-sivkova2009@yandex.ru), SSU, Sochi, Russia

The taxation of tours for employees

Abstract. In this article methods and features of the taxation of tours for the staff of the organization are considered. Possible privileges on calculation of a tax, and also an exemption of a tax are studied. The analysis of sources of payment of the permit is carried out.

Keywords: Employer, the Tax Code of the Russian Federation, travel voucher, taxation, benefits, employee, tax, tax base, remuneration, fees, payments.

Актуальность. Некоторые работодатели помогают своим работникам в организации отпуска, например, оплачивая им и их детям путевки в санатории и спортивные детские лагеря. Однако у такого благого намерения есть и обратная сторона – налоги. Ведь путевка является доходом сотрудника, полученным в натуральной форме, а с доходов работник должен заплатить НДФЛ, а работодатель отчислить страховые взносы. Так как сейчас близится пора отпусков, данная тема стала особенно интересной и актуальной для нас, и мы

решили разобраться, как подобного рода вознаграждение отражается на налоговом бремени и взносах организации.

Целью данной статьи является анализ норм действующего порядка налогообложения санаторно-курортных путевок для работников.

Методы, организация исследования. Исследование проводилось с целью выявления возможных налоговых последствий приобретения путевок работникам и их детям. В результате проведенного исследования были изучены основные положения налогообложения санаторно-курортных путевок для сотрудников организации.

Результаты исследования. Приобрести путевку в санаторий для сотрудника работодатель может разными способами. Например, путевка как материальная помощь, приз или премия и т. д.

По общему правилу налогооблагаемой базой признаются все доходы налогоплательщика, полученные как в денежной, так и в натуральной форме (п. 1 ст. 210 НК РФ). В том числе к ним относится полная или частичная оплата отдыха сотрудником организацией (подп. 1 п. 2 ст. 211 НК РФ).

Тем не менее, законодательство предусмотрело освобождение от уплаты налога (п. 9 ст. 217 НК РФ), если работодатель компенсирует своим работникам целиком или только часть стоимости путевки в санаторно-курортные или оздоровительные организации. Но чтобы получить такое освобождение необходимо выполнение ряда условий. Прежде всего, путевка должна быть оформлена именно в находящуюся на территории России санаторно-курортную или оздоровительную организацию. К таким организациям относятся санатории, санатории-профилактории, профилактории, дома отдыха и базы отдыха, пансионаты, лечебно-оздоровительные комплексы, санаторные, оздоровительные и спортивные детские лагеря.

Чтобы точно узнать, относится ли организация к санаторно-курортной или оздоровительной, можно запросить у нее лицензию и учредительные документы, в которых прописан вид деятельности. Если окажется, что фирма, в которую куплена путевка, такую деятельность не ведет, а, например, является оздоровительно-развлекательным учреждением, то с сотрудника придется удержать НДФЛ. Не менее важен и источник оплаты путевки.

Так, например, если организация отправляет сотрудника в санаторий за счет своей чистой прибыли, то налог со стоимости такой путевки удерживать не нужно. Аналогично и с путевками, приобретенными за счет бюджетных средств. Работникам организаций, применяющим специальные налоговые режимы, также не придется платить НДФЛ с путевок, но только в том случае, если последние были куплены за счет средств, полученных от деятельности, облагаемой в рамках специальных налоговых режимов. Если путевка была куплена за счет членских взносов, то вне зависимости от того, состоит ли член профсоюза с ним в трудовых отношениях или нет, налог удерживать не нужно.

А вот если на отдых были потрачены деньги из иных источников, например, работодатель перечислил денежные средства для покупки путевок или спонсорская помощь, то стоимость путевки придется обложить НДФЛ по общим правилам. И, наверное, самое главное условие – это кому предоставляются путевки. НК РФ устанавливает, что налогом не облагается стоимость путевок, приобретенная работодателем для:

1. своих работников и (или) членов их семей;
2. своих бывших работников, уволившихся в связи с выходом на пенсию по инвалидности или по старости;
3. инвалидов, вне зависимости от того, состоят ли они в трудовых отношениях с этой организацией или нет;
4. детей, не достигших возраста 16 лет, вне зависимости от того, работают ли их родители в данной организации или нет.

Поскольку датой получения дохода в натуральной форме признается дата передачи работнику товаров, услуг (подп. 2 п. 1 ст. 223 НК РФ), то если на этот момент работник, например, уволился по собственному желанию, или ребенку бывшего сотрудника уже исполнилось 16 лет, то со стоимости путевки придется заплатить НДФЛ.

Однако организация, хоть и является при этом налоговым агентом, сама удержать налог не может. Об этом она должна сообщить до 1 февраля года, следующего за годом в котором была приобретена и передана путевка, в свою налоговую инспекцию (п. 5 ст. 266 НК РФ). В то же время бывший сотрудник должен самостоятельно заполнить и сдать декларацию 3-НДФЛ в налоговую по месту жительства не позднее 30 апреля года, следующего за годом, в котором он получил путевку (подп. 4 п. 1 ст. 228 НК РФ). За ребенка такую декларацию должен подать его законный представитель (ст. 27 НК РФ).

Законодательством установлено, что выплаты и иные вознаграждения, которые производит организация в пользу своих сотрудников нужно облагать страховыми взносами. А значит и с компенсации путевки работнику организация должна начислить и уплатить страховые взносы. За исключением нескольких случаев. Поскольку взносами облагаются только выплаты работникам, состоящим в трудовых отношениях с организацией, то страховые взносы не начисляются, если путевка приобретается для:

1. бывших сотрудников;
2. инвалидов и детей не старше 16 лет, которые не работают в этой организации;
3. детей и иных членов семьи сотрудников.

Правда для последнего случая есть оговорка. Взносы не начисляются, только если путевку приобрел сам работодатель, а не передал деньги на нее работнику. Аналогичное правило действует и в отношении взносов на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний. Они должны начисляться на стоимость путевки.

Иногда организация, приобретая путевки, передает их сотрудникам по договору дарения. В этом случае нужно учесть несколько нюансов. Прежде всего, договор должен быть заключен в письменной форме, если стоимость «подарка» превышает 3000 руб. (п. 2 ст. 574 ГК РФ). Что касается начисления и уплаты страховых взносов со стоимости путевки, то законодатель разрешает этого не делать.

Также не нужно начислять и взносы на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний. Если стоимость путевки превышает 4000 руб., то с сотрудника придется удержать налог с разницы, даже в случае соблюдения всех указанных выше в статье условий. Например, если путевка стоит 20 000 руб., то налогом нужно будет обложить только 16 000 руб. (20 000 руб. – 4000 руб.). Но обратите внимание, что такой лимит устанавливается на весь отчетный период и считается нарастающим итогом с начала года. А значит, если работник в этом календарном году уже получал материальную помощь или другой подарок на сумму в 4000 руб., то налогом придется обложить всю стоимость путевки (п. 28 ст. 217 НК РФ).

В НК РФ указано, что принимать на расходы для целей налога на прибыль стоимость путевок организация не вправе (п. 29 ст. 270 НК РФ). Это же ограничение распространяется и на «упрощенцев», применяющих систему «доходы, уменьшенные на величину расходов». Правда некоторые организации пытаются обойти этот запрет. Они выдают сотруднику премию, например, за особые заслуги, но не в денежном выражении, а в натуральной форме – в виде путевки. В этом случае ее стоимость можно списать в расходы на оплату труда.

Но нужно учитывать, что возможность выплачивать такого рода премии должна быть прописана или в трудовом, или в коллективном договоре, а работник должен написать заявление в свободной форме на получение части зарплаты в натуральной форме. При этом такая часть не должна превышать 20 % от месячной зарплаты работника. И, конечно же, в таком случае организации-работодателю придется начислять страховые взносы.

Выводы. В заключение следует отметить основные моменты, связанные с приобретением путевок для работников:

- условия предоставления путевок или компенсации их стоимости устанавливаются коллективным договором или соответствующим внутренним (локальным) нормативным актом;
- освобождение от обложения НДФЛ стоимости путевок возможно только при соблюдении ряда условий (в частности, по путевкам их получателям оказываются услуги

санаторно-курортными и оздоровительными организациями, находящимися на территории РФ);

– контролирующие органы настаивают на начислении страховых взносов на стоимость путевки, выданной работнику, а арбитры придерживаются противоположного мнения;

– стоимость путевок нельзя признать при определении базы по налогу на прибыль, при этом налогооблагаемую прибыль можно уменьшить на сумму страховых взносов, начисленных на стоимость путевок;

– организация должна самостоятельно разработать и утвердить в учетной политике способ учета затрат на приобретение путевок для работников и членов их семей.

Кроме этого, по мнению судебных инстанций, если компенсация работнику стоимости путевки на санаторно-курортное лечение выплачивается независимо от квалификации работника, результатов и условий его труда и не носит стимулирующего характера, то такие выплаты не являются частью оплаты труда. Следовательно, страховые взносы на компенсацию не начисляются.

Список литературы

1. Налоговый кодекс РФ (НК РФ), часть 1 от 31 июля 1998 года № 146-ФЗ.
2. «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования» от 24 июля 2009 г. № 212-ФЗ – ФЗ // Справочно-правовая система «Гарант» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.garant.ru>
3. Кисилевич, Т.И. Бухгалтерский учет в санаторно-курортных организациях: Учебное пособие / Т.И. Кисилевич, О.И Шарыпова. – М.: Финансы и статистика, 2005. – С. 345.
4. Сивкова, С.В. Стимулирование работников организации в соответствии с коллективным договором / С.В Сивкова, В.С. Азарова. // Развитие экономического контроля и аудита в России: тенденции и перспективы: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, г. Краснодар, 16–17 ноября 2015 г. – Краснодар: Изд-во О.Г. Магарин, 2016. – 319 с.
5. Сивкова, С.В. Налогообложение подарков для работников: спорные вопросы / С.В Сивкова, Д.Т. Чедия // Информационное обеспечение эффективного управления деятельностью экономических субъектов: Материалы VI Международной научной конференции, г. Краснодар, 9–11 декабря 2015 г. – Краснодар: Изд-во О.Г. Магарин, 2016. – 707 с.

УДК: 613.2

Каменская Л.А. – доцент (prepod_marketing@list.ru); Каменская Л.М. – доцент (jenevieva@list.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Современные тенденции в формировании структуры питания населения России для обеспечения здорового образа жизни

Аннотация. Проведен анализ структуры питания населения России за последние 5 лет. В структуре питания наметилась тенденция увеличения потребления пищевых продуктов полезных для здоровья и сокращение высококалорийных продуктов. Восполнение дефицита биологических активных веществ и антиоксидантов в питании возможно за счет расширения ассортимента обогащенных пищевых продуктов.

Ключевые слова: структура питания, рациональные нормы потребления, пищевые продукты, продовольственная корзина, обогащенные пищевые продукты.

Modern trends in forming the structure of nutrition of the Russian population to ensure a healthy lifestyle

Abstract. An analysis of the structure of nutrition of the Russian population over the past 5 years. In the structure of power there is a tendency of increase in consumption of food products is good for health and reduce high-calorie foods. Filling deficit biologically active substances and antioxidants in the diet is possible by expanding the range of fortified foods.

Key words: dietary patterns, rational norms of consumption, food products, food basket, nutritional.

Актуальность. Одной из составляющих здорового образа жизни является здоровое питание. С позиций нутрициологии питание человека и соответственно каждого гражданина России должно отвечать принципам оптимального питания, положения которого послужили основой разработки в 2010 году рациональных норм потребления пищевых продуктов, что отражено в Приказе №593н Министерства здравоохранения и социального развития РФ.

Эти нормы соответствуют «Нормам физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации» (МР 2.3.1.2432-08) и представляют собой усредненную величину (расчеты произведены на душу населения) необходимого поступления пищевых и биологически активных веществ, обеспечивающих оптимальную реализацию физиолого-биохимических процессов в организме человека. Фактически этим приказом была заложена конкретная структура питания населения России.

Но недостаточно издать приказ, необходимо, чтобы государство обеспечило своим гражданам экономическую и физическую доступность продовольствия, т.е. возможность приобретать пищевые продукты по сложившимся ценам в объемах и ассортименте, которые не меньше рациональных норм потребления. Каждый гражданин России имеет право на пищу, которое регламентировано Конституцией РФ и Международными правами человека на пищу, принятыми в 2001 г. ООН. Мировой экономической кризис не должен влиять на реальную возможность удовлетворения физиологических потребностей населения в безопасном, качественном и адекватном питании, соответствующим медицинским нормам и экологическим условиям. Многими авторами в структуре питания населения РФ выделяются две области – избыточного и недостаточного потребления пищевых продуктов, что указывает на присутствие явного дисбаланса [1, 2].

Цель научной работы заключались в изучении динамики структуры питания за последние 5 лет после введения в силу рациональных норм потребления с учетом фактического потребления и продовольственной корзины.

Методы, организация исследований – в работе были использованы официальные статистические данные потребления пищевых продуктов населением России [3]. Проведен анализ фактического потребления пищевых продуктов, а также продовольственной корзины, в которой заложены нормы потребления социально незащищенного населения (пенсионеры, инвалиды, многодетные семьи). Проведен анализ основных направлений разработки инновационных пищевых продуктов для ликвидации дисбаланса структуры питания.

Результаты исследования. В табл. 1 представлена структура питания населения России согласно медицинским нормам, в которой учтено, что из-за уменьшения энергозатрат в настоящее время произошло снижение поступления микронутриентов в организм человека с пищевыми продуктами [2]. Это привело к необходимости производства и потребления населением обогащенных продуктов питания [4].

Исходя из рекомендуемых норм потребления около 30 % хлебобулочных изделий и кисломолочных продуктов, должны быть обогащены недостающими микронутриентами. Фактически, в настоящее время производится около 2 % обогащенных как хлебобулочных

изделий, так и молочных продуктов. Недостающее количество микронутриентов, могло бы быть компенсировано более высоким потреблением фруктов и овощей.

Таблица 1

Рекомендуемое и фактическое потребление основных пищевых продуктов, кг /чел. / год

Продукты питания	Нормы потребления	Продовольственная корзина для трудоспособного населения		Фактическое потребление	
		2010 г.	2015 г.	2010 г.	2014 г.
Хлебобулочные	95-105	133,7	126,3	120	118
Картофель	95-100	107,6	100,4	104	111
Овощи и бахчевые	120-140	97	114,6	101	111
Фрукты и ягоды	90-100	23	60	58	64
Мясо и мясопродукты	70-75	35,2	58,7	69	74
Молоко и молочные продукты	320-340	238,2	290,2	247	244
Яйца, шт.	260	200	183	269	269
Рыба и рыбопродукты	18-22	16	18,6	15,5	17,5
Сахар	24-28	22,2	21,9	39	40
Масло растительное	10-12	13,8	14,6	13,4	13,8

Но фактически население России эту группу товаров потребляет меньше: на 42–36 % – фруктов и ягод и 16–28 % – овощей и бахчевых культур. Причем эта тенденция сохраняется на протяжении пяти лет, хотя наметилось увеличение потребления этих продуктов в целом по России.

Источниками полноценного белка являются молочные, рыбные и мясные продукты. Но в действительности потребление молочных продуктов за 5 лет снизилось, а рыбных и мясных продуктов незначительно увеличилось на 11 и 7 %, соответственно. При этом только потребление мяса и мясных продуктов соответствует нормам потребления за счет мяса свинины и птицы. Эффективное развитие птицеводства способствовало не только увеличению производства мяса, но и яиц, потребление последних, как раз превысило рекомендуемые нормы.

Группа избыточного потребления представлена высококалорийными пищевыми продуктами – сахар и кондитерские изделия, хлебобулочные и макаронные изделия, пищевые жиры, в том числе растительное масло. Следует отметить, что в 2014 году уменьшилось фактическое потребление только хлебобулочных изделий, в том числе макаронных, а потребление сахара, кондитерских изделий и жиров незначительно, но увеличилось. Поэтому, несмотря на положительные сдвиги в потребление свежих плодов и овощей, дисбаланс структуры питания остается с преобладанием высококалорийных продуктов.

Для социально незащищенных слоев населения, к которым можно отнести пенсионеров, инвалидов, многодетные семьи, и всех граждан, имеющих фактические доходы ниже прожиточного минимума и получающих субсидии и дотации, структура питания складывается из предусмотренных норм пищевых продуктов в потребительской корзине.

Количество конкретных групп пищевых продуктов варьирует в зависимости от конкретных групп населения: трудоспособное население, пенсионеры и дети. Так, растущему детскому организму, рекомендовано большее потребление фруктов и овощей, молока и молочных продуктов, а также сахара и кондитерских изделий, чем среднестатистическому трудоспособному человеку. В тоже время значительно меньше хлебопродуктов и яиц.

Пенсионерам меньше хлебопродуктов и картофеля, мясных и молочных продуктов, яиц по сравнению с трудоспособным населением. В целом же для трудоспособного населения продовольственной корзиной заложено большее потребление хлебопродуктов, картофеля и растительного масла по сравнению с рациональными нормами потребления, т.е. продовольственная корзина более калорийна.

Но имеется и положительная тенденция – увеличение потребления фруктов и ягод в 2015 г. И если в 2010 году продовольственной корзиной было предусмотрено потребление фруктов и ягод в 4 раза меньше, чем согласно норм потребления, то в 2015 г. – только в 1,5 раза. Этому способствовало применение новых методик расчета, соответствующих современным реалиям. Несмотря на то, что современной продовольственной корзиной предусмотрено большее потребление молочных продуктов на 18 % по сравнению с 2010 г., от рациональных норм потребления это составляет только 85 %. Фактически население потребляет молочных продуктов еще меньше – 72 % рациональной нормы потребления.

Недостаток необходимых микронутриентов в сочетании с неблагоприятной экологической обстановкой приводит к ухудшению здоровья населения. По данным института питания только 15–20 % населения можно считать практически здоровыми, 15–20 % находится в состоянии болезни, а 60–70 % балансируют между здоровьем и болезнью [2].

Решение проблемы возможно за счет создания инновационных продуктов питания, которые должны сохранять традиционные потребительские свойства в соответствии с привычками населения [4]. И если потребление хлебобулочных и мучных кондитерских изделий превышает нормы потребления, то в первую очередь необходимо обогащать эти продукты. Учеными России предложены различные варианты обогащенных хлебобулочных изделий [5]. В качестве обогащающих компонентов используют вторичные продукты переработки растительного сырья, в том числе зерновых культур; вторичных молочных продуктов (сыворожки, пахты). Наибольшее распространение получили хлебобулочные изделия с добавками отрубей, цельного, в том числе пророщенного зерна, многозерных смесей, которые компенсируют недостаток поступления пищевых волокон, антиоксидантов, витаминов и минеральных веществ.

Выводы. В структуре питания населения России остается дисбаланс с преобладанием высококалорийных пищевых продуктов, хотя наметилась положительная тенденция увеличения потребления фруктов и овощей.

Применение новых методик расчета продовольственной корзины способствовало ее приближению к рациональным нормам потребления, но еще остаются завышенные нормы на хлебобулочные изделия и растительное масло.

Для формирования оптимальной структуры питания населения России необходимо увеличить производство обогащенных пищевых продуктов, при этом, не допуская роста цен, чтобы обеспечить ее доступность для всех слоев населения; продолжать приближать нормы продуктов питания в продовольственной корзине в соответствии с рациональными нормами потребления.

Список литературы

1. Нилова, Л.П. Управление ассортиментом продовольственных товаров для ликвидации дисбаланса структуры питания населения России / Л.П. Нилова // Проблемы экономики и управления в торговле и промышленности. – 2014. – №1. – С. 64–70.
2. Доронин, А.Ф. Функциональные пищевые продукты. Введение в технологии / А.Ф. Доронин, Л.Г. Ипатова, А.А. Кочеткова и др. – М.: ДеЛи Принт, 2009. – 288 с.
3. Российская Федерация. Федеральная служба государственной статистики: Потребление основных продуктов питания населением Российской Федерации 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>. (Дата обращения 23.04.2016).
4. Нилова, Л.П. Управление потребительскими свойствами обогащенных пищевых продуктов / Л.П. Нилова, А.А. Вытовтов, Н.В. Науменко, И.В.Калинина // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: «Экономика и менеджмент». – 2011. – №41(258). – С. 185–191.
5. Нилова, Л.П. Инновационный подход к оптимизации качества хлебобулочных изделий с добавленной пищевой ценностью / Л.П. Нилова, Н.В. Науменко, И.В.Калинина // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: «Экономика и менеджмент», 2011. – №21(238) – С. 183–187.

УДК:614.637.1

Каменская Л.А. – доцент (*prepod_marketing@list.ru*); Каменская Л.М. – доцент (*jenevieva@list.ru*), СГУ, г. Сочи, Россия

Качество жизни зависит от питания

Аннотация. Проблема питания в настоящее время в России актуальна т.к. растёт число людей с избыточным весом и ряд заболеваний от неправильного питания. В данной статье на основе маркетинговых исследований выявлены факторы, влияющие на систему питания в России. Изучены проблемы «здорового образа жизни» и «культуры питания», даны рекомендации.

Ключевые слова: физиологические нормы питания, свойства и качество основных пищевых продуктов, сбалансированный рацион, рациональное питание, культура питания.

Kamensky L.A. – Associate Professor (prepod_marketing@list.ru); Kamensky L.M – Associate Professor (jenevieva@list.ru), SSU, Sochi, Russia

Quality of life depends on power

Abstract. Power supply problem at the present time in Russia is relevant because a growing number of people are overweight and the number of diseases from malnutrition. In this article, on the basis of marketing research identified the factors affecting the power system in Russia. Studied the problem of «healthy lifestyle» and «culture of food», the recommendations.

Keywords: physiological norm of nutrition, properties and quality of basic food products, balanced diet, nutrition, food culture.

Актуальность. Проблема питания в настоящее время в России актуальна и своевременна т.к. растёт число людей с избыточным весом и ряд заболеваний от неправильного питания. Отсутствует культура питания, информация о продуктах.

Цели и задачи научной работы: довести до граждан России важность рационального питания и здорового образа жизни

Методы, организация исследований: в работе были использованы данные разработок НИИ питания РАМН (1) о потреблении пищевых продуктов населением России, маркетинговые исследования проведённые студентами Сочинского государственного университета.

Результаты исследования. Питание служит основой жизни, обеспечивает процессы роста и развития ребёнка, является главным фактором, определяющим работоспособность и здоровье, человека, обуславливает его физическую и умственную активность. Питание обеспечивает настроение и качество жизни. Это возможно достичь, соблюдая культуру здорового, рационального, правильного и безопасного питания.

Питание должно соответствовать состоянию здоровья, полу, возрасту, профессиональной деятельности индивидуума и даже природно-климатической среде, в которой он проживает по набору используемых в суточном рационе продуктов, поступающих в организм пищевых и энергетической ценных веществ. Формирование культуры питания должно происходить еще в первые годы жизни человека. Важно, чтобы родители и образовательные учреждения прививали детям интерес к «культурному» питанию и разъясняли все его основные принципы.

Отклонение от физиологических норм питания резко снижается возможность противостоять стрессам, неблагоприятному влиянию окружающей среды, повышенным физическим и умственным нагрузкам. При этом, по мнению академика В.А. Тутельян, формируется состояние «недостаточной адаптации». В России, по данным «НИИ питания» РАМН, этому состоянию подвержено более половины населения. Маркетинговые исследования, проведённые студентами Сочинского государственного университета с целью выявить причины такого положения в стране, представлены в табл. 1.

**Сводная таблица очной покупательской конференции на предприятиях
торговли г. Сочи**

№	Вопросы	Количество ответов (чел.)
1.	Знакомитесь ли Вы с аннотацией на упаковке продуктов (да)	12
2.	Контролируете ли Вы качество продуктов при покупке (да)	18
3.	Стремитесь ли Вы покупать натуральные продукты для питания Вашей семьи (да)	100
4.	Какие продукты по стоимости предпочитаете Вы: Дорогие.... Дешёвые.....	15 56
5.	Интересуетесь ли Вы составом покупаемых продуктов (да)	41
6.	В каких торговых предприятиях, на Ваш взгляд, наиболее свежие продукты: В супермаркетах... В маленьких магазинах... На рынке....	23 34 43
7.	Какие пожелания у вас будут по организации продажи продовольственных товаров	1. Отказаться от импорта 2. Пусть государство контролирует 3. Пусть торговля контролирует

Анализ результатов полученных ответов от 100 опрошенных респондентов, позволили сделать следующие выводы. Неграмотную систему питания обуславливают пять факторов:

1. Отсутствие информации (невозможность прочитать на упаковке товаров) о свойствах и качестве основных пищевых продуктов (овощи, фрукты, молочные продукты, мясо, рыба и др.). Недостаточный уровень знаний и общая неграмотность в вопросах рационального питания.

2. Продажа некачественных (непроверенных администрацией магазина) товаров в супермаркетах вперемежку с широким ассортиментом свежих, качественных, безопасных для здоровья человека продуктов; проблема загрязнения пищевой продукции инородными соединениями остается актуальной (тяжелые металлы, пестициды, нитраты и т.д.).

3. Финансовые возможности семьи, её возможность приобретать более свежие, высококачественные продукты в рекомендуемом количестве.

4. Синдром постсоветского пространства – не задумываться о качестве продаваемого в торговой сети (продают, значит хорошее).

5. Отсутствие культуры питания (причина уходит в советское прошлое, когда ассортимент продуктов был узок и меню также не могло требовать большого внимания к приготовлению и потреблению).

Значимость для здоровья людей выявленных факторов – велика: к вопросу необходимой информации относятся знание состава пищевых продуктов, основных правил распределения приема пищи по ее калорийности в течение суток, их обработки, хранения, приготовления, совмещения друг с другом, режиме питания и т.д. Каждому человеку, даже при условии его низкой платежеспособности, правильный подбор продуктов, составление сбалансированного меню обеспечит здоровое, рациональное питание, придерживаться которого необходимо во исполнение основных правил здоровья и активности. Природа строго судит пренебрегающих.

Мы должны признать, что в России, не смотря на высокий образовательный уровень – рейтинг соблюдающих принцип «здорового питания» один из самых низких в мировом. В развитых странах США и Европы картина выглядит иначе: чем выше образовательный уровень человека, тем более рационально, научно обоснованно он питается. Образованное, состоятельное, население запада питается осторожнее и его рацион при этом состоит из полезных, в наибольшей степени натуральных продуктов, по сравнению со слабообразованной частью населения.

Прогрессивные граждане этих стран постоянно пополняют свои знания в плане рационального питания консультируются с диетологом и врачом. В результате у этой группы населения гораздо реже диагностируют болезни или избыточный вес, связанные с погрешностями в питании. В этих странах действуют целевые образовательные программы контролируемые правительством, реализация которых гарантирует условия для внедрения в каждую семью «моду здорового образа жизни».

У нас же, об этих проблемах говорит только телевидение, и их передачи образовательными не назовёшь и носят они разовый характер. Причиной таких болезней как гипертония, инсульт, атеросклероз, диабет, избыточный вес во многих случаях является отсутствие информации о здоровом питании в условиях дефицита физических нагрузок.

Современная медицина с полным правом утверждает, что быть здоровым обязательно, а быть богатым, желательно. Именно поэтому всему населению необходимо быть подготовленными в вопросах культуры питания. Анализируя полученную информацию, можно смело заявить, что выявленные проблемы для России вполне решаемы.

Рассмотрим понятие «Культуры питания», возможно найдем ответы на вопросы. Прежде всего, стоит сказать, что культура питания – это значимая часть общей культуры населения, которая определяет здоровье граждан страны и в итоге качество жизни, представляющих собой совокупность разнообразных человеческих ценностей, в практике питания. Каждый родитель должен овладевать знаниями о культуре питания, чтобы улучшать качество своей жизни и стремиться сохранить здоровье свое и своих детей.

Начать этот непростой путь – овладения культурой питания надо с правильной организации собственной жизни, отдыха, освоить все основные принципы здорового образа жизни и «культурного питания», правильно сочетать любые виды продуктов и получать от них всегда пользу для себя и для своей семьи. «Краеугольный камень» судьбы каждого – его здоровье и его привычки закладываются именно в детском возрасте. Ранний возрастной период признан наиболее благоприятным для воспитания навыков и знаний, связанных с жизненно необходимыми правилами для организма человека и путями сохранения и укрепления здоровья в дальнейшем.

В юные годы начинают формироваться основы образа жизни человека, основанные на знаниях, полученных в детстве, он привыкает к тем «законам» природы и социума, которые приняты в его окружении;

Принципами «культурного» питания считают: Безопасность, этикет, удовольствие, разнообразие, регулярность.

Безопасность. Этот принцип подразумевает употребление только качественной свежей и полезной пищи, соблюдение всех необходимых правил гигиены, в целях защиты своего организма от бактерий, паразитов, инфекций и др., вызывающих развитие множества заболеваний. «НИИ питания РАМН» выдвигает несколько критериев потребления продуктов.

Критерий 1. Пища должна способствовать укреплению здоровья, эффективно утолять голод и приносить удовольствие.

Критерий 2. Непременным условием должно быть сбалансированное потребление пищи. С точки зрения науки следует помнить главное правило: нет вредной, плохой или хорошей еды. Бывает несбалансированный рацион питания, т. е. неверно составленный (и поэтому, не приносящий пользу здоровью), сбалансированное питание помогает справляться с уже существующими болезнями (при соблюдении диет по различным заболеваниям и служит профилактикой многих других).

Критерий 3. Пища должна быть вкусной, ароматной, качественной и внешне привлекательной.

Критерий 4. Суточный рацион питания по химическому составу должен соответствовать его ежедневным физиологическим потребностям

Критерий 5. Суточный рацион питания по калорийности, энергетической ценности должен соответствовать суточным энергозатратам человека. К примеру, сладости, выпечка, жирное мясо способны быстро насытить организм, компенсировав его энергозатраты.

Этикет культуры питания определяется не только качеством и регулярностью потребляемых продуктов, но и поведением человека во время приема пищи. Для хорошей работы пищеварительной системы важно принимать пищу в одно и то же время – соблюдать режим питания. Соблюдение режима питания с большей вероятностью обеспечивает более качественное усвоение пищи. Принимать пищу следует 4 раза в сутки. Взрослые могут питаться 3 раза в сутки. Потребление пищи распределяют так: завтрак – 20 %, обед – 45 %, полдник – 20 %. Ужин – 15 %.

Длительные промежутки между едой, питание всухомятку приводят к заболеваниям желудка. Ужинать рекомендуется за 2 часа до сна.

Желательно не употреблять за один приём блюд с контрастными температурами. Как высокая, так и низкая температура снижают секреторную функцию пищеварительных желез, уменьшая тем самым соковыделение и переваривающую способность желудка. Перед едой необходимо тщательно мыть руки с мылом. Есть нужно аккуратно, тщательно пережевывать пищу. Во время еды не стоит смотреть телевизор, читать, слушать радио, вести разговоры.

Удовольствие. Вкусовые ощущения несут глубокий физиологический смысл они выражают реакцию человеческого организма на тот или иной ингредиент. Пища приносит нам и удовольствие и пользу, еда не пригодная для употребления – неприятная на вкус воспринимается организмом, как некая опасность. Физиологический комфорт человеку обеспечивают положительные эмоции, получаемые во время еды, под воздействием запахов, вкуса, музыки, интерьера, чистоты в помещении, доброжелательной обстановки и т.д.

Разнообразие. Для того, чтобы мы могли быть трудоспособными, активными и здоровыми пища ежедневного рациона должна обеспечивать нас белками, углеводами, жирами, минеральными веществами и витаминами. Здоровое питание заключается в получении разнообразного энергетического и питательного материала.

Человек должен получать с пищей большое и разнообразное число веществ, для строительства клеток, органов, тканей. Это они должны обеспечить сохранение иммунитета, высокую умственную и физическую работоспособность, при переработке получаемой с пищей энергии. Следовательно, задумываясь, как правильно питаться, необходимо позаботиться о максимальной разнообразии потребляемых продуктов, чтобы нужные для этого составляющие в полном комплекте регулярно поступали в наш организм с пищей. Такая необходимость вызвана беспрестанной работой тканей и органов человеческого тела для обновления разрушающихся в процессе обмена веществ молекул и клеток.

Только при разнообразном питании можно обеспечить организм комплексом жизненно важных элементов. Ученые-диетологи насчитывают сотни таких веществ, которые содержатся в продуктах питания, но в разных количествах. Каждый необходимый ингредиент нашего питания имеет свои источники или как их ещё называют «поставщиков». Так, кальций – поставляют нам молочные продукты; железо-красное мясо; фолиевую кислоту – лимоны, зелень листьев; йода – морепродукты витамин С – овощи и фрукты и т.п. Сбалансированность рациона по основным пищевым веществам системы правильного питания основывается на разнообразии, благодаря которому и обеспечивается ценность рациона по комплексу необходимых элементов.

Регулярность. Соблюдение определенного режима питания, так же как и сна обусловлено основными законами человеческого организма живущего в социуме. В нашем организме все подчинено строгой регуляции в соответствии с законами вселенной, именно поэтому нормативы физиологической потребности человеческого организма в пище и энергии, должны пополняться. Нарушение одного из этих составляющих может привести к недомоганиям – особенно в случае хронического недополучения в суточном рационе человека витаминов белка, отдельных видов жиров, углеводов, и других пищевых элементов.

Регулярность является неотъемлемым условием для осуществления и эффективной деятельности сложной биологической системы. Процессам нашего организма, обеспечивающим его работу, свойственна ритмичность, следовательно, необходим режим питания, чтобы оказывать на систему пищеварения равномерную нагрузку. Для достижения этого каждому человеку необходима регулярность в приёме пищи.

Нормой считается трапеза не менее четырех раз в день с интервалом в 3–4 часа. Именно поэтому, когда вдруг возникают проблемы со здоровьем или фигурой, многие из нас задаются вопросом: есть много, получая весь комплекс пищевой ценности, но, постоянно рискуя приобрести лишний вес? Или есть мало во имя лёгкости, страдая при этом от недостатка полезных элементов? И как сохранить здоровье, активность в жизни, составляя «здоровое» меню?

Очень важно, в супермаркете выбирая продукты, учитывать вышесказанное, не стоит торопиться с выбором. Следует задать себе вопрос: почему именно этот продукт, почему в таком количестве? Это поможет подвергнуть анализу потребности своей семьи и выбрать продукты, руководствуясь научными знаниями, целями культуры питания, не рекламой или гастрономическими фантазиями, а своими истинными потребностями.

Необходимо отметить, что, соблюдая культуру питания, выполняя правила здорового образа жизни, готовя пищу из полезных, натуральных продуктов в большом разнообразии и расчетном количестве, мы делаем вклад в свое здоровье, в сочетании со здоровым образом жизни. Отказ от вредных привычек, прогулки, посильная работа – вот те компоненты, которые наравне с рациональным питанием, помогут сберечь здоровье населения и дольше радоваться жизни.

Выводы. Выявлены факторы неправильного питания населения в России. Одним из возможных путей решения этой проблемы является просвещение потребителей о качестве продуктов и их рациональном потреблении.

Рекомендовано чаще проводить покупательские конференции, контрольные закупки, «рейды качества».

Список литературы

1. Энциклопедия здорового питания. Т. I, II. / А.Г. Сушанский, В.Г. Лифляндский. – СПб.: Издательский Дом «Нева»; М.: «ОЛМА-ПРЕСС», 2013.
2. Рольф Унзорг Энциклопедия здоровья. Здоровое питание / Унзорг Рольф. – М.: «Кристина и Ко», 2008.
3. Сорока, Н.Ф. Питание и здоровье / Н.Ф. Сорока. – Минск, 2012.
4. Гарбузов, В.И. Человек, жизнь, здоровье / В.И. Гарбузов – СПб., 2013.

УДК: 338.482.224

Ковбасюк А.В. – студентка (lesenok_2494@mail.ru); Евсина А.А. – студентка (nesskit@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Программа «Тайный покупатель» как инструмент диагностики качества обслуживания в сфере гостиничного бизнеса

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы повышения эффективности работы предприятий индустрии гостеприимства. Рассмотрен один из методов контроля качества обслуживания, известный под названием «Тайный покупатель».

Ключевые слова: качество обслуживания, «Тайный покупатель», обучение персонала, совершенствование обслуживания.

Kovbasyuk A.V. – student (lesenok_2494@mail.ru); Evsina A.A. – student (nesskit@mail.ru), SSU, Sochi, Russia

The program «Mystery shopping» as the instrument of diagnostics of quality of service in the hotel business

Abstract. In the article issues of increase of overall performance of the hotel enterprises are considered. One of the methods of service quality control, known under the name «Mystery shopping» is examined.

Keywords: the quality of service, «Mystery shopping», personnel training, service improvement.

Актуальность. В наше время люди часто совершают поездки с различными целями, будь то деловой, культурно-познавательный, спортивный, религиозный, пляжный или лечебный туризм. Большинство людей предпочитают останавливаться в гостиницах. К сожалению, представление гостя о желаемом и реальном обслуживании в гостинице не всегда совпадают. Такие показатели как «стабильность обслуживания» и «удовлетворенность обслуживанием» могут быть на низком уровне, что объясняется отсутствием стандартов обслуживания, требований к работе с гостями, руководством и коллегами. Проблема качества обслуживания на сегодняшний день является актуальной.

Цель исследования – выявить проблемы качества обслуживания в гостиницах и пути их решения. Поставленная цель требует решения следующих задач: рассмотреть метод контроля качества обслуживания «Тайный покупатель»; определить преимущества данной программы перед другими методами контроля качества обслуживания; проанализировать технологию проведения программы «Тайный покупатель».

Результаты исследования. Качество гостиничных услуг можно охарактеризовать такими факторами как доверие, доступность, безопасность и надежность; компетентность, скорость реакции и понимание потребностей гостя; обходительность, коммуникация и осязаемость. Качество – это не только степень соответствия совокупности присущих характеристик требованиям, но и такая характеристика, которая требует постоянного повышения, даже при хорошем уровне, и, соответственно, требует анализа и контроля.

Главным критерием качественного обслуживания является хорошо подготовленный персонал. Для того, чтобы добиться успеха в условиях нынешнего рынка, гостиничным предприятиям необходимо определить саму проблему, разработать план по реализации ряда комплексных мероприятий, направленных на повышение качества обслуживания. Получение достоверной информации о качестве работы сотрудников является главной задачей.

С целью получения информации о качестве работы сотрудников, гостиница использует различные методы и способы контроля качества. Назовем основные из них:

- инспекции и рейды;
- анализ продаж;
- скрытое и открытое видеонаблюдение с анализом отснятых видеоматериалов, включенное наблюдение;
- опрос клиентов (опрос на выходе из магазина, фокус-группы и др.);
- метод, известный на Западе как MysteryShopping («мнимая покупка») или, как его называют у нас в России, – «тайнственный покупатель»;
- система доносительства: «стукачество», «телефоны доверия», анонимный почтовый ящик и т. п.

Каждый из методов имеет свои преимущества и недостатки, это очевидно из сравнительной характеристики, которая приведена в табл. 1.

На сегодняшний день программа «Тайный покупатель» является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей на рынке маркетинговых исследований. Многие компании, которые заняты в сфере обслуживания, отдают предпочтение именно этому методу контроля и улучшения качества обслуживания, считая его наиболее эффективным и надежным. За последние несколько лет использование программ «Тайнственный покупатель» происходит наиболее интенсивно.

Тайный покупатель (от англ. MysteryShopper) – способ маркетингового исследования направленного на измерение уровня соблюдения стандартов обслуживания, повышение качества оказываемых услуг и работоспособность персонала. Данный метод позволяет оценить качество процесса обслуживания и соблюдения стандартов продаж.

Для того, чтобы провести процедуру «Тайный покупатель», нанимаются специально подготовленные люди, которые под видом потенциальных покупателей, осуществляют

проверки, при этом они действуют согласно данной инструкции, легенды и сценария проверки.

Таблица 1

Преимущества и недостатки различных методов и способов контроля качества

Метод	Преимущества	Недостатки
<i>Анализ продаж</i>	Объективность метода	Относительная оценка качества обслуживания
<i>Скрытая камера</i>	Оперативное получение достоверной информации	Затраты на закупку и установку оборудования. Необходимость соблюдения конфиденциальности. Дополнительные трудозатраты на анализ и просмотр записей. Наблюдения могут рассекретить видеонаблюдение.
<i>Открытое видеонаблюдение</i>	Продолжительность наблюдения	Отсутствие объективности. Дополнительные трудозатраты на просмотр и анализ записей
<i>Инспекции и рейды</i>	Низкие затраты, неожиданность проверки	Нет возможности получить полную объективную картину. Редко удается использовать эффект неожиданности
<i>Опрос клиентов</i>	Позволяют получить ответы на наибольшее количество возникших вопросов независимых покупателей	Требуют больших временных и трудозатрат. Полученная информация не всегда полная, необходима подготовка опроса
<i>Система доносительства</i>	Широкий охват проблем и скрытость. Вероятность получить обратную связь на управленческие воздействия	Нерегулярность, неполнота, требуется проверка полученной информации. Разрушает коллектив
<i>Программа «Тайный покупатель»</i>	Внезапность и скрытость проверки, оценка поведения рабочего персонала во всевозможных ситуациях	Требует больших трудозатрат, независимости и подготовленности аудиторов

Тайный покупатель это не только прямое или скрытое наблюдения за сотрудниками, но и секретность и неожиданность проверки, оценка работы сотрудника в естественной для него обстановке, развитие мотивации сотрудников. Преимущества данного метода состоят в том, что проведенная проверка позволяет получить определенные данные, которые могут быть использованы для квалификации сотрудников и улучшения качества обслуживания клиентов, а также для стимулирования сбыта продукции.

При помощи такого мониторинга решаются многие задачи, например, оценивается профессионализм сотрудника при взаимодействии с клиентом, оценивается соответствие работы персонала существующим стандартам, оценивается система обучения персонала, анализируется качество работы в сфере обслуживания.

Как правило, программа «Тайный покупатель» состоит из нескольких основных этапов.

Первый этап является подготовительным, в процессе проведения данного этапа разрабатывается стратегия исследования, составляются анкета и «легенды» таинственных покупателей, производится инструктаж.

Второй этап характеризуется посещением гостиницы и соответственно сбором данных. Для проведения второго этапа необходимо поставить цель и задачи, выяснить, что будет объектом внимания «Тайного покупателя». В первую очередь необходимо подготовить специалистов, которые будут обращаться в гостиницу за «покупкой» услуги в качестве потребителя. Они должны выявить следующие факторы работы данного предприятия (в соответствии с поставленной целью и задачами):

- Насколько качественно работают сотрудники гостиничного предприятия, которые непосредственно взаимодействуют с гостями.

- Каковы умения сотрудников работать в стрессовых ситуациях. Какова способность работников находить выход из сложившихся напряженных обстоятельств, за какой промежуток времени.
- Способны ли сотрудники нейтрализовать сомнения и возражения гостей.
- Стремление работников к совершению сделки, а также действия, направленные на реализацию услуг гостиницы.
- Насколько известны сотрудникам данные о предприятии и услугах, которые предоставляет гостиница.

Не рекомендуется оценивать доскональные знания и умения, поскольку точно определить все факторы в процессе инсценировки невозможно. Необходимо определить параметры, по которым будет оцениваться работа персонала. Критерии напрямую зависят от специфики работы предприятия.

В процессе третьего этапа, «Тайный покупатель» по окончании своего визита оформляет отчетную форму и в письменном виде представляет свои комментарии в соответствии с поставленными задачами.

К четвертому этапу относятся непосредственно повешение квалификации персонала, разработка обучающих программ, система мотивации.

В результате проведения процедуры «Тайный покупатель» должны быть изучены и анализированы слабые стороны обслуживания на предприятии. Метод направлен на принятие конкретных управленческих решений в случае выявления недостатков, к примеру, корпоративное обучение или различные тренинги.

Как мы выяснили, система MysteryShopping служит для увеличения прибыли компаний и улучшения обслуживания клиентов. Следуя правилам MysteryShopping, сотрудников часто предупреждают о подобных рейдах. Маркетинговые психологи выяснили, что заранее предупрежденные работники о подобных проверках, работают гораздо лучше, улыбаясь каждому покупателю, тем самым рано или поздно это войдет в привычку каждого сотрудника.

Необходимо отметить, что разработка и реализация таких мероприятий оказывает влияние на качество обслуживания, увеличивает конкурентоспособность, делает возможным дальнейшее развитие гостиничного предприятия. Постоянное повышение качества является не затратой, а долгосрочным вкладом, который позволяет предприятию удерживать клиентов посредством качественного обслуживания.

Таким образом, в ходе исследования было установлено, что методика «Тайный покупатель», позволяет выявить и проанализировать как сильные, так и слабые места работы с клиентами, взглянуть на сервис глазами потенциального потребителя, объективно оценить ситуацию в гостинице, определить потребность в обучении персонала и совершенствовать качество стандартов обслуживания.

Список литературы

1. Зайцева, Н.А. Управление персоналом в гостиницах: Учебное пособие / Н.А. Зайцева. – М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 416 с.
2. Косякин, С.И. Оценка организационного совершенства в управлении инновационным саморазвитием компании / С.И. Косякин, Н.Б. Акатов // Фундаментальные исследования. – 2012. – № 9. – С. 475–480.
3. Управление персоналом: Учебник для студ. вузов / А.А. Литвинюк и др. – М.: Юрайт, 2012. – 434 с.
4. Как повысить эффективность бизнеса с помощью технологии mysteryshopping? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mshopper.ru/index.php?pid=206> (Дата обращения 9.04.16).
5. «Тайный покупатель»: все, что нужно об этом знать [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.shopolog.ru/metodichka/kompanii-i-rynki/taynnyu-pokupatel-vse-cto-nuzhno-ob-etom-znat/> (Дата обращения 9.04.16).

УДК: 64.043

Коновалова А.А. – магистрант (ey173@rambler.ru); Брюханова Г.Д. – профессор (bryukhanov2@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Современные подходы к развитию индустрии СПА-услуг в Российской Федерации

Аннотация. В данной статье проанализированы проблемы в области стандартизации СПА-индустрии, квалификации персонала в сфере СПА-услуг.

Ключевые слова. СПА – индустрия, СПА-услуги, стандартизация, профессиональный стандарт, персонал.

Konovалova A.A. – Magister (ey173@rambler.ru); Bryukhanova G.D. – professor (bryukhanov2@mail.ru), SSU, Sochi, Russia

Modern approaches to the development of the industry of spa facilities in the Russian Federation

Abstract. This paper analyzes the problems in the standardization of the spa industry, the lack of qualified personnel in the field of spa services.

Keywords. SPA – industry, SPA – services, standardization, professional standard, lack of qualified personnel.

Актуальность: Внедрение национальных стандартов на СПА-услуги, повысит качество и безопасность предоставляемых услуг для потребителей и создаст условия для развития добросовестной конкуренции среди всех участников рынка.

Цель работы – анализ современных подходов к развитию индустрии СПА-услуг в Российской Федерации.

Результаты исследования. В настоящее время одним из быстро развивающихся в РФ сегментов экономики бизнеса красоты является СПА-индустрия. Немалые средства, поступающие в региональные бюджеты, приходятся на СПА-услуги.

Происхождению слова СПА (SPA) имеются три основных версии. Во-первых – от латинского Sanitas pro Aqua – здоровье через воду; во-вторых: от английского Sauna Pool Area – сауна или баня с бассейном и в-третьих: СПА – от названия бельгийского города Spa в долине реки Воэ, где расположен известный в Европе курорт, на котором основой лечения являются термальные воды.

Сегодня под СПА мы понимаем всё, что влияет на оздоровление или омолаживание тела, помогает организму восстановить работоспособность. Понятие СПА в наши дни включает в себя использование морской, термальной, пресной или минеральной воды, морских водорослей, целебных растений, лечебных грязей, масел и вытяжек, а также охватывает все виды купания и прогревания, фитнес-программы, массажи, растирания, обертывания, диетические комплексы, даже рыбный пилинг и йогу с медитациями. Центр красоты может называть себя СПА-салонem, если более 30 % оказываемых услуг связаны со СПА-процедурами, салон должен иметь влажную и сухую зону, и это должны быть все виды услуг, кроме услуг медицинского характера.

СПА-услуга, как объект стандартизации, представляет немалую трудность в силу своей специфики. В связи с этим работа по стандартизации СПА-услуг часто сводится к созданию стандарта обслуживания, отвечающего на вопрос что и как нужно делать, чтобы предоставить качественную услугу. Необходимость комплексного подхода к упорядочению требований к СПА-услугам была высказана представителями профессиональных объединений предпринимателей индустрии красоты и поддержана научными центрами. По их инициативе Росстандартом были разработаны и вступили в силу с 1 сентября 2013 года два национальных стандарта: ГОСТ Р 55317-2012 «Услуги населению. СПА-услуги. Термины и определения» [1]

и ГОСТ Р 55321-2012 «Услуги населению. СПА-услуги. Общие требования» (код ОКС/ОКП 03.08.30) [2].

Теперь СПА-индустрии необходимо проработать внутренние стандарты услуг, чтобы была видна четкая разница между бытовыми и медицинскими услугами, т.к. СПА-услуги отнесены к бытовым и не относятся к медицинским, на которые распространяются свои стандарты. Специалисты, которые приходят в сферу СПА должны иметь квалификацию и образование не ниже среднего медицинского, а руководитель организации (предприятия) должен иметь базовое медицинское образование, поскольку услуга призвана устранять риски, связанные со здоровьем человека или корректировать его отклонения. Несмотря на введение стандартов, сегодня СПА-услуги не лицензируются и не имеют обязательной сертификации, применение стандартов добровольное, санитарные нормы проверяются Роспотребнадзором раз в три года [3].

С введением стандартов возникает необходимость следующего этапа: разработки профессиональных стандартов, функциональных карт профессиональной деятельности работников СПА – сферы. Необходимо на базе медицинских образовательных учреждений или, к примеру, СГУ проводить курсы подготовки и повышения квалификации специалистов СПА-индустрии с выдачей соответствующего документа государственного образца.

Резюме. Внедрение национальных стандартов на СПА-услуги обеспечит создание единого экономического пространства для исполнителей услуг, повысит качество и безопасность предоставляемых услуг для потребителей и создаст условия для развития добросовестной конкуренции среди всех участников рынка красивого бизнеса. Самый простой и надежный инструмент для внедрения стандартов безупречного сервиса в СПА – разработка схемы работы с клиентами на всех этапах работы, что стимулирует повышение качества предоставляемых услуг и в свою очередь ведет к обеспечению прозрачности конкуренции.

Список литературы

1. ГОСТ Р 55317-2012 «Услуги населению. СПА-услуги. Термины и определения»
2. ГОСТ Р 55321-2012 «Услуги населению. СПА-услуги. Общие требования»
3. SPA SPACE [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://soyuz.most-inform.com/files/spa_space_06.pdf (Дата обращения 28.03.2016).

УДК: 379.816

Кравчук Т.А. – профессор (kravchukt@mail.ru); Гудков О.В. – студент (gab_oleg@mail.ru), СибГУФК, г. Омск, Россия

Продвижение услуг спортивно-оздоровительного комплекса «Экстрим парк СибГУФК» средствами рекламы

Аннотация. Спортивно-оздоровительный комплекс «Экстрим Парк СибГУФК» – популярное место для активного отдыха многих омичей, поэтому очень важно знать наиболее эффективное средство рекламы, чтобы привлекать новых клиентов и информировать постоянных клиентов. Эффективная и действенная реклама услуг является, прежде всего, результатом тщательного анализа рынка, маркетинговых исследований и планирования рекламной деятельности [1].

Ключевые слова: реклама, виды рекламы, спортивно-оздоровительный комплекс, продвижение услуг.

Promoting services of sport complex «Extrim park SSUFE» by advertising agents

Abstract. Sport complex «Extrim park SSUFE» is a popular place for many outdoor activities for people of Omsk, so it is very important to know the most effective agents of advertising to attract new customers and keep loyal customers. An effective and efficient advertising services is primarily the result of careful market analysis, market research and advertising planning.

Key words: advertisement, advertising, sports complex, promotion of services.

Актуальность. Продвижение услуг заключается в постоянной борьбе за клиентов, основным инструментом которой является реклама, нацеленная на определенную целевую аудиторию. Поэтому в первую очередь для успешного привлечения клиентов необходимо правильно определить свой сегмент, который во многом предопределяет содержание рекламы.

Так же одним из условий успешного продвижения услуги является правильный выбор носителей рекламы. С одной стороны, носители рекламы должны быть приспособлены для размещения рекламной информации об услуге, а с другой – должен быть установлен эффективный контакт с большой группой потенциальных потребителей [2].

В настоящее время индустрия горнолыжного туризма является одной из самых динамично развивающихся отраслей в торговле услугами. В нашей стране действует более 150 горнолыжных центров и комплексов. В настоящее время горнолыжные комплексы функционируют в 38 субъектах РФ, а количество туристов, увлекающихся данным видом активного отдыха, уже превышает 2,5 млн. [3].

Не является исключением и город Омск, в котором на базе ФГБОУ ВПО СибГУФК в 2013 г. был создан спортивно-оздоровительный комплекс «Экстрим парк СибГУФК».

Спортивно-оздоровительный комплекс «Экстрим парк СибГУФК» является структурным подразделением Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Сибирский государственный университет физической культуры и спорта», для осуществления образовательной, научно-исследовательской и спортивной деятельности университета по подготовке конкурентоспособных специалистов по направлениям подготовки университета [4].

«Экстрим Парк» представляет собой территорию, оборудованную необходимой инфраструктурой: бесплатная/платная парковка; 4 тубинг трассы; сноуборд-парк; большой склон с подъёмником; трасса для беговых лыж; снежный городок; озеро с береговой зоной; мангальная зона с беседками; сауна; теплые туалеты, раздевалки; камеры хранения; прокат инвентаря. И осуществляет организацию всесезонной деятельности, которая заключается в оказании образовательных, спортивных, физкультурно-оздоровительных и иных услуг.

Цель исследования – выявить эффективность использования средств рекламы для продвижения услуг СОК «Экстрим парк СибГУФК».

Результаты исследования. Анализ обеспечения рекламной деятельности СОК «Экстрим парк СибГУФК» показал, что за все время существования организация использовала следующие виды рекламы. Это, прежде всего, наружная реклама. К ней можно отнести указатели, один из которых размещен на месте поворота с улицы 10 лет Октября, а второй, после железнодорожного переезда (рис. 1).

Кроме этого на территории используются фирменные баннера и баннера информационного характера, а так же флаги.

Реклама в сети Интернет – это более популярный и современный способ распространения информации и продвижения услуг компании. Так, например, Экстрим парк имеет свою группу в социальной сети «ВКонтакте» (<http://vk.com/exparkomsk>), а также страничку на официальном сайте СибГУФК и на сайте КСК «Дворец здоровья». На упомянутых интернет ресурсах расположена вся контактная информация (телефоны, адреса

электронной почты) и информация о предоставляемых услугах (прейскурант, правила пользования услугами, мероприятия).

В рекламной кампании СОК «Экстрим парк СибГУФК» так же используется реклама на волнах радио (16 секунд) «Европа Плюс» и «Рекорд», которая эффективно влияет на рост продаж.



Рис. 1. Указатель СОК «Экстрим парк СибГУФК»



Рис. 2. Календарь СОК «Экстрим парк СибГУФК»

Компания разрабатывает сувенирную продукцию, такую как календари, визитки, что является не менее эффективным способом сохранения благоприятного отношения к компании. Первый раз Экстрим парк выпустил сувенирную продукцию в ноябре 2014 года (на 2015 год) тиражом в 500 штук. Затем в ноябре 2015 года разработали календарь на 2016 год, и планируется тираж в 2000 штук (рис. 2).

Спортивно-оздоровительный комплекс использует и персональные каналы. К ним можно отнести общение с клиентом по телефону. Прямой контакт с потребителем, использование проводников общественного мнения (соседи, друзья, члены семьи, которые уже воспользовались услугами ЭП), является формированием приверженных потребителей.

Немало важным рычагом продвижения является участие во всевозможных выставках и спортивных мероприятиях. Участие в выставках – это отличный способ заявить о себе, и узнать о достижениях других фирм. Ежегодно (2013-2015 гг.) «Экстрим парк СибГУФК» принимает участие в выставке «Спорт. Молодость. Здоровье» (г. Омск).

Рекламная политика СОК «Экстрим парк СибГУФК» находится в постоянном развитии и приносит результаты. Это означает, что «Экстрим Парк» может позволить себе тратить умеренные финансовые средства на рекламу. Население г. Омска достаточно информировано о спортивно-оздоровительном комплексе и об услугах, которые он предлагает, что влечет за собой высокий поток клиентов, соответственно высокий объем продаж и прибыли. В зимний сезон 2014-2015 года комплекс посетили 12000 жителей г. Омска.

Стратегия рекламной кампании любой организации базируется на привлечении клиентов. Реклама является дорогостоящим элементом маркетинговой политики, поэтому от того, насколько правильно определены цели рекламы, выбранные средства ее распространения, разработаны рекламные обращения с учетом целевой аудитории, зависит конечный результат рекламной деятельности.

В ходе исследования нами было проведено анкетирование клиентов спортивно-оздоровительного комплекса «Экстрим парк СибГУФК», которое позволило выявить слабые и сильные стороны рекламной деятельности. Благодаря тому, что анкетирование проводилось только с реальными клиентами, мы смогли получить достоверную информацию, а значит, в дальнейшем разработать эффективный проект рекламного обеспечения услуг Экстрим парка, которые он в дальнейшем сможет использовать в своей работе.

Анкетирование помогло выявить источник, из которого клиенты «Экстрим Парка узнали о существовании спортивно-оздоровительного комплекса (рис. 3). 46 % пользуются услугами парка благодаря советам знакомых и родственников, 28 % – благодаря активной рекламе в сети Интернет, 6 % при помощи наружной рекламы, почти такое же количество опрошенных – 5 % услышали рекламу по радио, 3 % ответили, что им помогли рекламные листовки.



Рис. 3. Источник, из которого узнали о существовании «Экстрим парка», %

Помимо указанных вариантов 12 % было свободных ответов, из которых следует, что некоторые знают о парке, потому что ранее по тому же адресу функционировала «Спортландия» – другая лыжная база, некоторые являются студентами и работниками кафедры туризма, некоторые являются поставщиками «Экстрим Парк», поэтому знают о его успешной работе.

Благодаря полученным данным, можно сделать вывод о том, что основным источником рекламы является так называемое «сарафанное радио», которое действует эффективнее всех остальных источников информации и привлекает основную часть клиентов. Помимо этого, стоит уделить внимание и рекламе в Интернете, которая активно развивается и, как следствие, приносит результаты. Что касается остальных видов рекламы, то требуется внести изменения, так как такая реклама неэффективна и требует развития.

Из опроса следует, что большинство видели рекламу лыжной базы. Чаще всего клиенты встречали ее в сети Интернет – 69 %, по радио услышало – 20 %, видело в журналах или газетах – 12 %. В варианте свободного ответа 21 % указал, что увидел рекламу в программе 2ГИС (рис. 4).



Рис. 4. Часто встречаемые источники рекламы «Экстрим парка», %

Кроме этого, полученные результаты позволили нам узнать о том, что, по мнению потребителей, наиболее эффективной рекламой для продвижения услуг экстрим парка будет являться наружная реклама и Интернет реклама (рис. 5). Потребители предложили использовать рекламу по телевидению (14%), всего 3% указали на рекламу на радио, а 5% считают, что необходимо действовать комплексно и нельзя исключать не один вид рекламы.



Рис. 5. Мнение опрошенных о наиболее эффективной рекламе, %

Стоит отметить, что 38 % опрошенных клиентов считают рекламную деятельность «Экстрим Парка» удовлетворительной, что над ней нужно еще много работать (рис. 6).

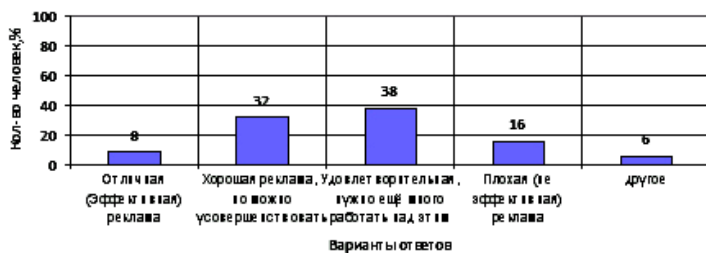


Рис. 6. Оценка эффективности используемой рекламы «Экстрим парка», %

Считают рекламу хорошей и отличной 40 % потребителей. Однако, 16 % отмечают, что реклама плохая, что ее сложно оценить, по причине ее отсутствия и 6 % оценить рекламу не смогли, потому что ее не видели.

Выводы. Таким образом, проведенное анкетирование позволило выявить, что большинство опрошенных клиентов спортивно-оздоровительного комплекса «Экстрим парк СибГУФК», считают существующую рекламу недостаточно эффективной. Кроме этого опрос потребителей показал, что наиболее эффективной рекламой для продвижения услуг экстрим парка будет являться наружная реклама и Интернет реклама.

Список литературы

1. Борисов, Б.Л. Технология рекламы и PR: Учебное пособие для вузов / Б.Л. Борисов. – М: Фаир-пресс, 2011. – 624 с.
2. Тетерина, Е.А. Специфика рекламы в сфере услуг / Е.А. Тетерина, А.Ю. Питерова // Наука. Общество. Государство. – 2014. – № 1 (5). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://esj.pnzgu.ru/files/esj.pnzgu.ru/teterina_ea_piterova_ayu_14_1_16.pdf (Дата обращения 23.04.2016).
3. О состоянии дел и развитии горнолыжного туризма в России / Библиотека международной спортивной информации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bmsi.ru/doc/a0e48c5c-a133-4215-ab6d-9d41ad5dca98> (Дата обращения 23.04.2016).
4. Спортивно-оздоровительный комплекс «Экстрим парк СибГУФК» / Сибирский государственный университет физической культуры и спорта. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sibsport.ru/ru/glavnaya1-9/ob-yavleniya/1734-ekstrim-park-na-baze-sibgufk> (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 379

Корягина Е.В. – к.э.н., доцент (jane_kory@yahoo.ru); Сивцева Ю.Б. – студентка (iuleonok2010@yandex.ru), СГУ, Сочи, Россия

Сравнительный анализ санаторно-курортного потенциала города-курорта Сочи с европейскими аналогами

Аннотация. В статье выявлены основные направления санаторно-курортной деятельности в Сочи на основе мониторинга официальных сайтов санаториев города. Анализ показал, с какими заболеваниями справляются в Сочи с помощью природно-ресурсного потенциала города, а также применяя новейшие технологии данной отрасли. Также проведена сравнительная параллель Сочи с мировыми лечебно-оздоровительными курортами. Несмотря на все санаторно-курортное богатство, которому уделялось особое место в статье, удалось показать всю уникальность города: он сочетает в себе множество функций, как профилактическое оздоровление населения, так и анимационно-досуговую деятельность.

Ключевые слова: санаторно-курортная деятельность, курортология, лечебно-оздоровительный туризм, природно-ресурсный потенциал, санаторий, лечебные факторы, заболеваемость, профили лечения.

Benchmark analysis sanatorium-resort potential of the city-resort Sochi with european analogue

Abstract. In the article the basic directions of activity of sanatorium in Sochi based on the monitoring of the official websites of the city health centers. The analysis showed, with some diseases in Sochi cope with the help of natural-resource potential of the city, as well as applying the latest technology in the industry. Also, a comparative parallel Sochi with international medical and wellness resorts. In spite of all the wealth of the spa, which was given a special place in the article, was able to show the whole of the city is unique: it combines a variety of functions, as a preventive health improvement of the population, as well as animation and leisure activities.

Keywords: health resort activities, balneology, medical and health tourism, natural resource potential, health resort, therapeutic factors, morbidity, treatment profiles.

Актуальность. В последнее время существует тенденция к укрупнению городов, а с этим связано появление и развитие различных факторов, негативно сказывающихся на здоровье местных жителей, таких как: плохая экологическая обстановка, неправильное и несбалансированное питание; из-за быстрого жизненного ритма, организм все чаще подвергается стрессам, депрессии, апатии и т.д. Большинство современных препаратов и витаминов не дают нужного эффекта, что приводит к развитию различных заболеваний и старению организма. Для предотвращения и лечения болезней, рекомендуют санаторно-курортные профилактики и оздоровительные комплексы.

Цель работы – анализ санаторно-курортного потенциала города Сочи в сравнение с другими европейскими курортами.

Результаты исследования. Туристы все чаще едут на курорт не просто отдохнуть от окружающей среды, стресса, насладиться пассивным отдыхом или, напротив, попробовать себя в экстремальных видах туризма, но и с целью рекреации и лечения, восстановления жизненных сил организма. Данная тенденция просматривается во всем мире.

Лечебно-оздоровительный туризм имеет давнюю историю, еще в античные времена люди научились использовать минеральные воды и грязи в лечебных целях. Для того чтобы перейти непосредственно к рассматриваемой теме, необходимо сначала дать общие и более узкие определения некоторым понятиям.

Курортология (нем. Kurort + др.-греч. λόγος – учение) – раздел медицины, изучающий лечебные свойства природных факторов, механизмы и пути их действия на организм человека, в целях восстановления (медицинской реабилитации) здоровья человека.

Более широкое понятие, которое признано во всем мире термином обозначающим направление в медицине, которое как раз таки и направлено на восстановление человеческого организма. В целом, отсюда вытекает такое понятие как лечебный туризм.

Лечебно-оздоровительный курортный туризм предполагает поездки на курорт с целью получения лечебно-реабилитационных услуг на базе санаторно-курортных организаций [4]. В России же более популярен термин «санаторно-курортное дело», который из-за своеобразия отечественной санаторно-курортной системы, сохранился в своих основных проявлениях еще с советского периода.

Санаторно-курортное дело (деятельность) – совокупность всех видов научно-практической деятельности по организации и осуществлению профилактики заболеваний, лечению и реабилитации больных на основе использования природных лечебных ресурсов [1].

Данный вид деятельности может развиваться не во всех регионах, а концентрируется лишь в определенных точках социально-экономического пространства, которые обладают соответствующими предпосылками в виде природного потенциала. В зависимости от

преобладания того или иного фактора выделяют три основных направления санаторно-курортного лечения: климатическое, бальнеологическое и грязелечебное.

Одним из таких курортов, который обладает необходимыми ресурсами и хорошей базой для развития санаторно-курортного дела является Сочи.

Сочи – крупнейший курорт России на Черноморском побережье Кавказа. Рекреационно-туристская деятельность в городе является отраслью специализации. Прочие виды деятельности обслуживают данную отрасль и потребности местного населения.

Сочи – бальнеоклиматический приморский предгорный курорт зоны влажных субтропиков в 270 км к юго-востоку от Краснодара. Большой Сочи занимает Черноморскую прибрежную полосу Краснодарского края протяженностью 145 км от реки Шепси до реки Псоу [3].

Природно-ресурсный потенциал Сочинского субрегиона послужил начальным фактором в развитии санаторно-курортной деятельности. Его основу составляет совокупность рекреационных и лечебных факторов климатических условий, запасов минеральных вод, морской акватории, рельефа и других.

Сочи признан одним из лучших приморских климатических курортов мира для круглогодичного отдыха и лечения благодаря своему климату и уникальным природным ландшафтам.

В целях развития бальнеологического профиля курорта реализованы мероприятия по строительству питьевых бюветов в Адлерском районе города Сочи на территории Курортного городка и в Центральном районе в парке «Ривьера». Функционирование питьевых бюветов, в свою очередь, способствуют не только продвижению бальнеологических лечебных ресурсов, но и созданию условий для развития круглогодичного отдыха в городе Сочи.

Что касается природных лечебных факторов, то Сочи представлен шестью, разведанными и эксплуатируемыми месторождениями минеральных вод и лечебных грязей.

Число предприятий, осуществляющих реконструкцию и модернизацию инфраструктуры растет с каждым годом. С 2010 по 2015 год более 40 предприятиями санаторно-курортного комплекса проведен капитальный ремонт и модернизацию инфраструктуры.

Всего в Сочи более 400 учреждений сферы туризма: 35 баз отдыха, 16 гостевых домов, 86 гостиниц, 4 дома отдыха, 17 здравниц, 49 отелей, 76 пансионатов, 84 санатория и 3 туристические базы [5].

Изучив основные толкования термина «санаторий», которые нам предлагают словари и выдержки из научных статей, можно сделать вывод, что санаторий – это медицинское учреждение, в котором с лечебно-профилактическими целями используются преимущественно местные природные лечебные факторы, которые в сочетании с физиотерапией, лечебной физкультурой, лечебным питанием и другими методами лечения, при соблюдении санаторно-курортного режима, обеспечивают полноценный отдых человека [2].

Данное определение более полно характеризует основные аспекты деятельности такого учреждения как санаторий, акцентируя внимание на его специфике, а так же на внешних и внутренних условиях его функционирования.

В целом, на европейской курортной арене термин «санаторий» менее активно используется, чем в России. Можно встретить в Испании (Санаторий «Las Caldas Villa Termal», Санаторий «Balneario de Cestona»), в Чехии (Санаторий «Императорский», Санаторий «Беллевию-Тлапак»). Что касается других европейских стран, в которых активно используются природные условия, целебный климат и минеральные воды, таких как Германия, Швейцария, Франция, Греция на замену термину «санаторий» приходят такие как «здравница», «клиника», «отель-SPA» или просто «отель» (табл. 1).

Изучив профили и методы лечения некоторых оздоровительных предприятий в Европе, можно провести аналогию с сочинскими санаториями.

Деятельность санаториев в Европе

№	Название и тип оздоровительного предприятия	Профили лечения:
1	Санаторий «Императорский» (Чехия)	реабилитация больных после ортопедических операций и травм опорно-двигательного аппарата; - лечение болезней периферических сосудов; - реабилитация больных после операций на сосудистой системе; - реабилитация больных после воспаления вен и лимфатических отеков; - лечение профессиональных вазоневрозов; - лечение гипертонической болезни I и II степени.
2	Санаторий «Balneario Serón» (Испания)	оздоровление людей с проблемами мочевыводящей системы опорно-двигательного аппарата заболеваниями сердечно-сосудистой системы. укрепление сердечной мышцы очищению сосудов и нормализации артериального давления.
3	Лечебный отель Bagni di Pisa Palace & Spa	- болезни органов дыхания; - болезни сердечно-сосудистой системы; - заболевания желудочно-кишечного тракта; - заболевания обмена веществ; - заболевания опорно-двигательного аппарата и костно-мышечной системы; - гинекологические заболевания; - укрепление иммунитета, общее оздоровление организма.
4	СПА-отель Гелиопарк Квелленхоф (Германия)	- болезней сердечно-сосудистой системы и системы кровообращения (- болезней органов дыхания (хронического бронхита, бронхиальной астмы, пневмонии и др.); - нарушений обмена веществ - болезней нервной системы - гинекологических заболеваний
5	Hotel Vichy Thermalia	- заболевания органов пищеварения (гастриты, язвенная болезнь, гепатиты, колиты, дискинезии желчных путей у детей и взрослых); - заболевания суставов (артриты, артрозы, артропатии, остеопороз, боли в суставах, спине, осложнения после травм); - болезни обмена веществ (повышение уровня холестерина в крови, подагра, ожирение); - хроническая усталость, стресс.

В рамках подготовки Сочи к Олимпиаде 2014 около 11 санаториев, а также отдельных корпусов знаменитых здравниц, прошли полную модернизацию (ФГУ «Объединенный санаторий «Сочи», «Зеленая Роща», «Профкурорт Светлана», «Изумруд», «Пансионат с лечением «Камелия», два корпуса санатория «Ставрополье» и корпус «Приморский», принадлежащий санаторию «Русь» и т.д.).

Что касается деятельности санаториев Сочи, то благодаря мониторингу официальных сайтов известных санаториев города, которые находятся в Центральном районе, можно составить данную таблицу (табл. 2):

Отсюда следует вывод, что природно-климатические факторы города Сочи сказываются благополучно на лечение опорно-двигательного аппарата, нервной системы, сердечно-сосудистой системы, органы дыхания.

В санаториях Сочи наряду с природными лечебными факторами, огромное внимание уделяется инновациям в медицинской отрасли. Используются новейшие технологии клиничко-биохимических лабораторий, УЗИ-диагностик, ЭКГ, РЭГ, кардиовизиографии, светолечения, электролечения, магнито-лазеро-терапия, УВЧ-терапия.

Деятельность санаториев г. Сочи

№	Название санатория	Профили лечения:
1	Санаторий Беларусь	Болезни нервной системы Болезни кожи и подкожной клетчатки Болезни опорно-двигательного аппарата Заболевания сердечно-сосудистые
2	Заполярье VIP-городок, SPA-отель ОСТРОВА	Нервная система Сердечно-сосудистая система Опорно-двигательный аппарат
3	Известия	Нервная система Сердечно-сосудистая система Дерматология Органы дыхания, ЛОР Опорно-двигательный аппарат Общепсихотерапевтические
4	Октябрьский	сердечно-сосудистые заболевания заболевания опорно-двигательного аппарата заболевания нервной системы заболевания верхних дыхательных путей кожные заболевания гинекологические заболевания
5	Черноморье РЖД	Сердечно-сосудистая система Дерматология Органы дыхания, ЛОР Опорно-двигательный аппарат Органы пищеварения
6	Санаторно-курортный комплекс Знание	Опорно-двигательный аппарат Сердечно-сосудистая система Органы кровообращения Нервная система Кожные заболевания Гинекология
7	Санаторий Русь	Опорно-двигательный аппарат Сердечно-сосудистая система Мочеполовая система Органы пищеварения Нервная система Гинекология Обмен веществ

Вывод: Как показали наши исследования, санаторно-курортный потенциал города Сочи достаточно богат. Современные санатории имеют разнообразную специализацию, хорошую материально-техническую базу. Но на сегодняшний день, согласно анализу, проведенному для написания статьи, можно отметить, что по направлениям лечения Сочи не уступает многим европейским курортам.

Однако Сочи имеет несколько преимуществ перед своими аналогами не только в России, но и за рубежом. К ним относятся: наличие сразу нескольких природных лечебных факторов (море, климат, минеральные воды и грязи), наличие горно-лыжного курорта, наличие санаторно-курортных предприятий, большой гостиничный номерной фонд в лучших мировых сетях.

Несмотря на то, что за последние несколько лет некоторые старинные санатории были перепрофилированы под отели (Санаторий «им. Орджоникидзе»), развитие санаторно-курортной деятельности в Сочи продолжается, и поток туристов с каждым годом только растет.

Список литературы

1. Ветитнев, А.М. Лечебный туризм / А.М. Ветитнев, А.С. Кусков. – Сочи, 2008.
2. Ветитнев, А.М. Лечебно-оздоровительный туризм: вопросы терминологии и типологии / А.М. Ветитнев, А.В. Дзюбина, А.А. Торгашева // Вестник СГУТиКД. – 2012. – № 2 (20).
3. Григорьян, В.М. Анализ развития санаторно-курортного комплекса города Сочи / В.М. Григорьян, О.И. Симкина // Успехи современного естествознания. – 2006. – № 9. – С. 34–36.
4. Сочи: страницы прошлого и настоящего: Иллюстрированный сборник. – Сочи: Деловой Сочи, 2003.
5. Справочник «Моя карта Сочи». Категория «Размещение и проживание».
6. Портал о зарубежной медицине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mednapravlenie.ru/> (Дата обращения 23.04.2016).
7. Официальный курортный сайт города Сочи. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sochiru.ru/sanatornoe-lechenie> (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 642.59

Легостаева Т.Н. – студентка; Кондакова Г.И. – студентка (galyaigorevna@gmail.com), ОГУ им. И.С. Тургенева, г. Орел, Россия

Роль питания в туризме

Аннотация. В статье анализируется питание туристов во время туристической поездки. Изложены рекомендации по питанию, главным образом, направленные на качество продуктов питания, частоту оптимальных режимов питания.

Ключевые слова: туризм, здоровый образ жизни, правильное питание.

Legostaeva T.N. – student, Kondakova G.I. – student (galyaigorevna@gmail.com), OSU, Orel, Russia

The role of nourishment in tourism

Abstract. The nourishment of tourists in the trip is presented in article. Recommendations in nourishment, mainly, directed to food quality, frequency of the optimal modes of nourishment are stated in the article.

Keywords: tourism, healthy lifestyle, correct nourishment.

Актуальность. В настоящее время в мире наблюдается тенденция к осознанию значимости здорового образа жизни. Неотъемлемой частью современной системы ценностей стала забота о здоровье, повышении жизненной активности. Растет число людей, стремящихся поддерживать хорошую физическую форму наряду с духовным обогащением [1].

Цель работы – анализ питания туристов во время туристической поездки.

Результаты исследования. Питание и здоровый образ жизни неразделимы. Здоровье человека напрямую зависит от его рациона питания. Принимаемая пища обеспечивает постоянное обновление, развитие клеток и тканей организма, является источником энергии. Продукты питания это источники веществ, из которых синтезируются гормоны, ферменты и другие регуляторы обменных процессов. Обмен веществ полностью зависит от характера питания. Состав пищи, ее количество и свойства определяют физическое развитие и рост, заболеваемость, трудоспособность, продолжительность жизни и нервно-психическое состояние. Таким образом, на сегодняшний день данная тема весьма актуальна.

В сфере туризма питание играет большую роль, поскольку все больше внимания акцентируется на восстановлении и оздоровлении физических, психологических, и

эмоциональных сил человека. Особенно актуально правильное питание в рамках лечебно-оздоровительных туров [2].

Туристу необходимо правильно питаться во время путешествия. Сбалансированное питание зависит от умелого распределения белков, жиров, углеводов, от режима питания и от качества и ассортимента продуктов, предлагаемых путешественникам во время отдыха. Современная наука считает, что питание должно быть сбалансированным, чем и обеспечиваются потребности организма в пищевых и биологически активных веществах. Принцип сбалансированности требует также, чтобы рацион был построен с учетом возраста, профессии, состояния здоровья, климатических условий и т.п.

Организм человека – это сложный механизм. Хорошее самочувствие туристов подчиняется множеству факторов, поэтому при организации здорового питания необходимо пересмотреть некоторые пищевые привычки. Список рецептов здорового питания весьма обширен, и на данный момент специалистами проанализировано и разработано множество практических рекомендаций в области питания. Несмотря на это, по-прежнему, ведется работа над совершенствованием рационов. Так, например, в последнее время особую актуальность приобретает использование нетрадиционного сырья при производстве продуктов питания [3].

Согласно многочисленным исследованиям, было предложено несколько способов для прививания туристам здорового образа жизни:

1. Включение в рацион большего количества продуктов, богатых витаминами.
2. Включение в рацион натуральных продуктов, которые не содержат канцерогенов, консервантов, трансгенных жиров и химических добавок.
3. Включение в рацион туристов продуктов с наименьшим содержанием жира, соли и синтетических загустителей и других сомнительных улучшителей.
4. Включение в рацион продуктов без ароматизаторов, красителей и усилителей вкуса.
5. Включение в меню блюд, приготовленных альтернативными способами.
6. Употребление пищи в умеренных дозах (не менее 250 грамм при 6-ти разовом питании), желательно дробно.

Здоровое питание основа здорового образа жизни. Для того, чтобы каждый турист был активен и полон сил, туристско-гостиничным комплексам следует вести пропаганду здорового образа жизни, путем включения более частого питания. На данный момент, предприятия предлагают питание туристам не чаще трёх раз.

Дробное питание это не хаотичное потребление всего в подряд, это целая наука о здоровье. В России дробное питание во время отдыха туристов абсолютно не развито. Типы питания, предлагаемые туристам в России, направлены на переедание, яркий тому пример, распространенный среди путешественников тип питания «шведский стол». Русский турист обладает огромным аппетитом, и ему кажется, что ему нужно все, что стоит на столе, а потому, он попросту не может остановиться.

Резюме. Таким образом, вопросы поддержания и развития здорового образа жизни туристов это комплексная социальная, медицинская, экономическая и организационная проблема, в которой нет малозначащих или второстепенных проблем, направлений и вопросов. Решение этой комплексной проблемы может быть достигнуто только при системном подходе приема туристов и проведении туристических мероприятий для них. Необходимо включение технологии дробного питания в меню предприятий, принимающих и обслуживающих туристов, поскольку это благоприятно влияет на организм человека и его работоспособность в будущем.

Список литературы

1. Козлова, В.А. Лечебно-оздоровительные курорты мира / В.А. Козлова, Е.Н. Артёмова // Курортные ведомости: научно-информационный журнал для специалистов санаторно-курортной отрасли, медицинских работников. – М.: Изд-во «Сальвус-Инфо», 2014 г. – № 1.(82). – С. 52–54.
2. Козлова, В.А. Анализ спроса населения на лечебно-оздоровительные туры / В.А. Козлова, Е.Н. Артёмова // Курортные ведомости: научно-информационный журнал для специалистов

санаторно-курортной отрасли, медицинских работников. – М.: Изд-во «Сальвус-Инфо», 2014. – № 1 (82). – С. 29.

3. Власова, К.В. Анализ потребительского спроса на песочный полуфабрикат с мукой семени тыквы / К.В. Власова, В.А. Козлова // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов: Научно-практический журнал. – Орёл: Госуниверситет-УНПК, 2011. – № 2. – С. 90–96.

Машина Г.В. – студентка (galina_mashina@mail.ru); Брюханова Г.Д. – д.м.н, профессор (bryukhanov2@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Ресурсное обеспечение региона Кавказских Минеральных Вод, проблемы и пути их решения

Аннотация. В работе проанализировано ресурсное обеспечение и экологическая ситуация региона Кавказских Минеральных Вод. Выявлены проблемы курортного региона и предложены пути их решения.

Ключевые слова: курортный регион, Кавказские Минеральные Воды, природопользование, загрязнение окружающей среды, ресурсы, минеральные воды, природная среда.

Mashina G.V. – student (galina_mashina@mail.ru); Bryukhanova G.D. – Doctor of Medical Sciences, professor (bryukhanov2@mail.ru), SSU, Sochi, Russia

Resourcing region of Caucasian Mineral Waters problems and their solutions

Abstract. This article analyzes the resource supply and environmental situation of the region of Caucasian Mineral Waters. The problems of the resort region and ways of their solution.

Keywords: resort region, Caucasian Mineral Waters, natural resources, pollution, resources, mineral waters, natural environment.

Цель: изучить ресурсное обеспечение на территории Кавказских Минеральных Вод (КМВ) и выявить проблемы, связанные с его использованием.

Методы исследования: наблюдение, сбор материалов, обработка результатов, анализ и прогнозирование изменения экологической ситуации на КМВ.

Результаты исследования. Среди курортов России уникальными по своему лечебному потенциалу и природным богатствам являются курорты региона Кавказских Минеральных Вод. Это крупнейший курортный регион России, который обладает уникальными природными богатствами и аналогов которому нет на всем Евро-Азиатском континенте.

Уникальная природная среда и рекреационные ресурсы Кавказских Минеральных Вод значится важнейшим фактором развития региона. Природная среда – это совокупность природных и природно-антропогенных факторов, не являющихся средствами труда, предметами потребления или источниками энергии и сырья, но оказывающих непосредственное воздействие на уровень жизни населения. Экологически чистая среда – это важнейшее условие оздоровления людей и их качественного отдыха.

Ресурсной основой курортных услуг бальнеологического профиля считаются такие факторы природы, как климат, минеральные воды и лечебные грязи, возникновение которых в значительной мере зависит от экологического состояния среды. Функциональная направленность региона Кавказских Минеральных Вод подчинена удовлетворению спроса населения в оздоровительно-рекреационных услугах. Исключительность курортов Кавказских Минеральных Вод заключается в концентрации там значительных, разнообразных по составу минеральных вод и лечебных грязей, в наличии экзотических ландшафтов, благоприятных

климатических условий, а также санаторно-курортных комплексов и развитой инфраструктуры городов-курортов.

На территории Кавказских Минеральных Вод обнаружено более 130 источников минеральных вод 30 типов.

Экологический фактор занимает особое место среди факторов, которые влияют на развитие курортов Кавказских Минеральных Вод, поскольку природно-климатические характеристики региона являются обязательным условием и естественной основой оздоровления населения.

На сегодняшний день существуют противоречия между экологической средой и хозяйственной деятельностью, которая развивается на территории КМВ. Хозяйственная деятельность региона ставит природно-климатические условия под угрозу, препятствуя, тем самым устойчивому экологическому развитию, а также его рекреационно-функциональной направленности. Мониторинг состояния использования недр в регионе показал загрязнение и истощение минеральных ресурсов, снижение рекреационно-оздоровительного потенциала. Эти процессы являются следствием нерационального использования ресурсов и недостаточной охраны недр.

На экологическое состояние региона и его функционирования отрицательно влияют следующие факторы:

1. Сбросы и выбросы от постоянных источников загрязнения. Выброс загрязнений на курорте федерального значения от более чем 300 предприятий составляет 18 тысяч т. в год.

2. Транспортные выбросы. Негативно влияет на естественное состояние среды региона КМВ транспортный комплекс. Растет объем выбросов в атмосферу вредных веществ атмосфере вредных веществ который превышает удельный вес региона в объемах промышленного производства и населения Ставропольского края.

3. С каждым годом возрастает некорректная утилизация промышленных и бытовых отходов.

4. Уменьшение удельных параметров расходования минеральной воды в оздоровительных целях. Так, более 400 наблюдательно-эксплуатационных и эксплуатационных скважин требуют капитального ремонта (возраст 20–30 лет).

5. Численность населения региона КМВ приближается к отметке в один миллион человек, тем самым обусловлен постоянный рост антропогенной нагрузки на окружающую среду. Неконтролируемый миграционный процесс напрямую связан с экологической проблемой в регионе.

6. Низкий показатель экологической культуры населения. Это проявляется в бесконтрольном использовании природных ресурсов, загрязнении окружающей среды незаконными свалками, стихийной застройкой в курортных зонах.

Одной из главных экологических проблем на КМВ является бесконтрольное расходование и загрязнение минеральных вод курорта.

Так, среди негативных последствий загрязнения окружающей среды курортного региона отмечены следующие:

1. Кисловодское месторождение бактериально загрязнено, а именно минеральные воды источника «Нарзан».

2. Не используется для питьевых целей вода типа «Ессентуки-20», которая расположена на Ессентукском месторождении по причине бактериального загрязнения

3. В связи с загрязнением Пятигорского месторождения потеряно 30 % запасов минеральных вод (каптажи Теплосерный, Радиоштольня № 2, Народный).

Также главной экологической проблемой Кавминвод в последнее десятилетие является застройка природных комплексов.

Сегодня на территории КМВ остро стоит вопрос о пересмотре границ охранных зон. Крайне важно для курортного региона сохранить границы этих зон. Недопустимо антропогенное вмешательство на территорию, где под землей идет образование минеральных вод, преимущественно в местах, где источники выходят на поверхность. Результат пересмотра границ охранных зон может вызвать ухудшение качества минеральных вод и негативно

отразиться на всех бальнеологических факторах. По оценкам экспертов, вопрос об изменении границ охранных зон может ставиться исключительно в контексте их расширения и усиления там режимных требований.

С целью решения этой проблемы президент России Владимир Путин официально поручил властям Ставрополя всерьез заняться КМВ, а именно до 1 июня 2016 года определить границы и статус курортного региона КМВ.

Вышеизложенное показывает, что в настоящий момент назрела острая потребность незамедлительно наметить и осуществить комплекс мероприятий по охране окружающей среды курортного региона.

На основании Постановления Правительства Российской Федерации 17.01.2006 г. №14 «О признании курортов Ессентуки, Железноводск, Кисловодск и Пятигорск курортами федерального значения в границах и с режимом округа санитарной охраны» рационально было бы:

1. создание и принятие государственного реестра курортов федерального значения для обеспечения эффективной системы природопользования курортных регионов;

2. незамедлительное разработку программы, касающийся сохранения экологической среды региона КМВ, которая включала бы:

а) экстренные меры по развитию курортного региона с целью предупреждения и предотвращения экологического загрязнения;

б) первостепенные проекты населенных пунктов с порядком землепользования и застройки, предусматривающие систему ограничений использования территории; т.е. приемлемое и безопасное эксплуатирование территориальных ресурсов, не допускающее уменьшения площади курортных зон в городах КМВ.

3. формирование оперативной системы сбора и получения информации о состоянии окружающей среды на территории КМВ.

4. задействование хозяйственных механизмов:

а) проектирование дорожного строительства для того, чтобы уменьшить транспортные нагрузки на города-курорты;

б) реализация мероприятий по снижению негативного влияния автотранспорта, а также разработка мер, нацеленных на перевод автотранспорта на газовое топливо, использование неэтилированного бензина и т.д.

8. Утверждение мер по увеличению экологического воспитания и образования населения.

Резюме. Внедрение в практическую деятельность предложений, направленных на повышение эффективности управления сферой природопользования, могут содействовать улучшению экологической обстановки на территории Кавказских Минеральных Вод.

Список литературы

1. Прижигалинский В.П. Пути повышения эффективности использования инвестиций в туристско-рекреационной и природоохраняемой среде особого региона Кавказских Минеральных Вод / В.П. Прижигалинский. – Ставрополь: ООО «Мир данных», 2007. – 50 с.
2. Официальный сайт администрации Кавказских Минеральных Вод. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.region.kmv.ru/> (Дата обращения 13.04.2016).
3. Юрина, В.П. Стратегическое управление развитием Кавказских Минеральных Вод / В.П. Юрина. – Пятигорск, 2008. – 45 с.

УДК: 379

Морозова Е.А. – студентка (morozovaea96@gmail.com); Ветитнев А.М. – д.э.н., д.м.н., профессор, СГУ, г. Сочи, Россия

Анализ ценовой стратегии гостиничных и санаторно-курортных предприятий города Сочи в 2016 году

Аннотация: В данной статье рассмотрена ценовая стратегия гостиничных и санаторно-курортных предприятий города Сочи в 2016 году. Выявлен основной метод ценообразования, применяемый на предприятиях, уровень варьирования цены в зависимости от таких факторов как сезонность, месторасположение предприятия.

Ключевые слова: Гостиницы, санатории, ценообразование, Сочи, сезонность, демпинг, ценовая стратегия.

Morozova E. A. – student (morozovaea96@gmail.com); Vetitnev A.M. – Professor, SSU, Sochi, Russia

Analysis of pricing strategies of Sochi hotel and spa business in 2016

Abstract. This article shows the pricing strategy of Sochi's hotel and sanatorium enterprises in 2016. Varying prices depending on factors such as seasonality, the location of the enterprise is revealed.

Keywords: Hotels, sanatoriums, pricing, Sochi, seasonality, dumping, the pricing strategy.

Актуальность. Одним из инструментов воздействия на потенциального клиента в процессе выбора средств размещения с рекреационными или оздоровительными целями является цена. Потребители гостиничных и санаторно-курортных услуг формально разделяются на 2 группы. Представители первой группы ориентированы на экономию финансовых средств в процессе потребления услуг, представляемых гостиницами и санаториями. Основная цель второй потребительской группы – получение комфортабельных условий проживания, высокого уровня обслуживания и/или лечения с целью улучшения самочувствия и состояния здоровья.

Главными факторами, оказывающими влияние на формирование потребительского выбора являются месторасположение, уровень сервиса, категоричность (звездность) отеля, санатория или пансионата, наличие интересующего набора услуг или программ оздоровления и лечения.

В связи с непосредственным влиянием ценовых факторов на формирование уровня доходности, изучение ценовой стратегии гостиничных и санаторно-курортных предприятий в настоящее время является одной из актуальных тем.

Целью данной работы является проведение анализа ценовых стратегий гостиничных и санаторно-курортных предприятий г. Сочи в 2016 году.

Основные задачи:

1) Собрать и систематизировать по месяцам информацию о ценах проживания в двухместном стандартном номере чел./ночь в гостиничных и санаторно-курортных предприятиях;

2) Определить периоды высокой и низкой сезонности и систематизировать данные согласно им;

3) Рассмотреть влияние месторасположения гостиничных и санаторно-курортных предприятий на ценовой уровень предлагаемых ими услуг.

4) Сделать выводы.

Методы и организация исследований. Методологическую основу данного исследования составляют статьи периодических изданий в сфере гостеприимства, формы свободной и открытой отчетности предприятий. В процессе подробного рассмотрения стратегий ценообразования, применяемых гостиничными и санаторно-курортными

предприятиями г. Сочи, были выявлены ряд факторов, непосредственно влияющих на стоимость гостиничного и санаторно-курортных продуктов.

Первым фактором, значительно влияющим на ценовой уровень гостиничных и санаторных предприятий является месторасположение. Так, в табл. 1 отражены показатели средней стоимости проживания в отелях разных категорий за человека в ночь.

Таблица 1

Средняя годовая стоимость проживания в двухместном стандартном номере отелей чел./ночь (руб)

Район	Категория	0*	1*	2*	3*	4*	5*
Центральный		2522	3023	-	2268	5056	28109
Лазаревский		1990	-	2327	1547	3992	-
Хостинский		2381	-	-	-	8733	-
Адлерский		1926	-	2153	2377	2429	11903

Из данных таблицы 1 видно, что стоимость проживания значительно варьируется исходя из района, в котором располагается отель. Так, если средняя цена за ночь в номере пятизвездочного отеля в центре города находится на уровне 28 тыс. руб, проживание в отеле той же категории в Адлерском районе будет меньше в 2,3 раза.

Данное явление можно проиллюстрировать и на примере санаторно-курортных предприятий.

Таблица 2

Средняя годовая стоимость койко-места в двухместном стандартном номере санаториев и пансионатов чел./ночь

Район	Категория	0*	1*	2*	3*	4*	5*
Центральный		-	-	2741	3285	6414	9844
Лазаревский		1802	458	1794	3185	4218	-
Хостинский		3655	1895	2761	3368	5778	-
Адлерский		2161	1685	1985	3149	3158	-

Из данных таблицы 2 можно увидеть, что максимальное колебание цен в зависимости от месторасположения наблюдается у санаторно-курортных предприятий, относящихся к четырехзвездочной категории: так, разница в средних годовых ценах на услуги санаториев и пансионатов, находящихся в адлерском и районах центральном составляет 96 %.

Еще одним фактором, определяющим ценовую политику гостиничных и санаторно-курортных предприятий, является сезонность. Влияние сезонности определяет уровень ценовых колебаний на протяжении года.

Таблица 3

Анализ цен на услуги гостиничных и санаторно-курортных предприятий Сочи в 2016 г.

Название	Тип предприятия	Категория	Район	Высокий сезон	Низкий сезон	% колебания цены
"Sea Galaxy"	Отель	4*	Центральный	7254	5040	43%
"Аллес"	Отель	0*	Лазаревский	1293,75	1100	17%
"Адельфия"	Отель	0*	Адлерский	3555	2816	26%
"Атланта"	Отель	0*	Лазаревский	1880	1400	34%
"Бархатные сезоны"	Отель	3*	Адлерский	2360	1985	18%
"Валентин"	Отель	3*	Центральный	1940	1721	12%
"ВатерЛoo"	Гостиница	3*	Лазаревский	2115	1725	22%

"Вилла Бавария"	Гостиница	0*	Центральный	1254	778	61%
«Дагомыс»	Оздоровительный комплекс	3*	Лазаревский	6730	5057	33%
«Кипарис»	Отель	2*	Адлерский	1520	979	55%
"Лазурь Beach Hotel"	Отель	2*	Адлерский	6366	3629	75%
"Меридиан"	Гостиница	3*	Адлерский	1662	1310	27%
"Морская звезда"	Пансионат	3*	Центральный	2280	1657	37%
"Наири"	Отель	3*	Центральный	1510	1064	42%
"Орджоникидзе"	Отель	1*	Центральный	3170	2290	38%
«Орешник»	Гостиничный Комплекс	3*	Лазаревский	1265	925	37%
«Прометей клуб»	Отель	4*	Лазаревский	4110	3400	14%
«Роза ветров»	Мини-отель	3*	Центральный	2230	1325	20%
«У заполярья»	Отель	3*	Центральный	3440	1979	68%
"Сочи Бриз "	Спа-Отель	3*	Центральный	3920	3171	73%
«Радуга-Престиж»	Мини-отель	3*	Центральный	3130	1679	23%
"Marins Park Hotel"	Отель	0*	Центральный	3209	2039	86%
"Автомобилист"	Пансионат	0*	Хостинский	2720	1600	70%
Аквамарин	Пансионат	2*	Хостинский	2893	1870	54%
"Бургас"	Пансионат	3*	Адлерский	5652	3729	51%
"Буревестник"	Пансионат	0*	Лазаревский	2485	2036	22%
"Виктория – отдых"	Пансионат	4*	Лазаревский	4850	3800	27%
"Гренада"	Пансионат	3*	Лазаревский	2795	1865	49%
"Изумруд"	Пансионат	3*	Адлерский	2904	2157	34%
"Коралл"	Пансионат	0*	Адлерский	4474	3036	47%
«Космос»	Пансионат	1*	Лазаревский	540	400	35%
"Кристалл"	Пансионат	1*	Хостинский	2140	1343	59%
«Мосэнерго»	Пансионат	3*	Лазаревский	4280	2514	70%
"Нева Интернейшнл"	Пансионат	2*	Центральный	3060	2514	21%
"Орбита-1"	Пансионат	2*	Адлерский	2490	1626	53%
"Утро"	Пансионат	0*	Адлерский	810	579	40%
"Фрегат"	Пансионат	4*	Адлерский	1802	1129	59%
«Дельфин»	Пансионат	3*	Адлерский	2500	2090	19%
"Нептун"	Пансионат	0*	Адлерский	2175	1850	17%
"Смена"	Пансионат	0*	Адлерский	1412,5	1110	27%
"Весна»	Пансионат	4*	Адлерский	5460	4514	20%
"Охотник"	Пансионат	0*	Адлерский	2840	2171	30%
"Ювента"	Пансионат	0*	Адлерский	2754	2670	3%
"Факел"	Пансионат	4*	Центральный	3630	2893	25%
"Морская звезда"	Пансионат	0*	Лазаревский	885	495	78%
"Ивушка"	Пансионат	0*	Лазаревский	3760	2800	34%
"Южная ночь"	Пансионат	3*	Лазаревский	1810	1575	14%
"Шексна"	Пансионат	3*	Лазаревский	3575	2393	49%
"Ромашка"	Пансионат	0*	Лазаревский	1695	1430	18%
"Прометей Клуб"	Пансионат	4*	Лазаревский	4360	3400	28%
"Лучезарный"	Пансионат	0*	Лазаревский	1890	1490	26%
"Гренада"	Пансионат	0*	Лазаревский	1988	1096	81%
"Горный воздух"	Пансионат	3*	Лазаревский	2341	1567	49%
"АкваЛоо"	Пансионат	3*	Лазаревский	4220	2786	51%
"Юность"	Пансионат	3*	Адлерский	3640	2786	30%

"Олимпийский-Дагомыс"	Пансионат	3*	Лазаревский	4740	3157	50%
"Зеленая горка"	Пансионат	1*	Адлерский	1720	1600	7%
«Бирюза»	Санаторий	2*	Лазаревский	2250	1469	53%
"Авангард"	Санаторий	0*	Центральный	4560	3386	34%
"Актёр"	Санаторий	3*	12.01-31.03	3640	2921	24%
"Беларусь"	Санаторий	3*	Центральный	3600	2583	39%
"Белые ночи"	Санаторий	3*	Лазаревский	3340	2071	61%
"Дружба"	Санаторий	0*	Лазаревский	1460	1107	31%
"Заполярье"	Санаторий	3*	Центральный	6335	4157	52%
"Зеленая роща"	Санаторий	0*	Хостинский	6710	4779	40%
"Золотой колос"	Санаторий	4*	Хостинский	4380	2266	93%
"Фрунзе"	Санаторий	3*	Хостинский	3960	2643	49%
"Кудепста"	Санаторий	0*	Хостинский	1560	1166	33%
"Металлург"	Санаторий	3*	Хостинский	4320	2993	44%
"Мыс Видный"	Санаторий	4*	Хостинский	9973	7295	36%
"Октябрьский"	Санаторий	4*	Центральный	12300	7388	66%
"Радуга"	Санаторий	3*	Центральный	3060	2257	35%
"Русь"	Санаторий	4*	Центральный	7700	5129	50%
"Сочи"	Санаторий	5*	Центральный	6666	5391	23%
"Светлана"	Санаторий	3*	Центральный	2955	2143	37%
"Черноморье"	Санаторий	5*	Центральный	16050	12136	32%
"Электроника"	Санаторий	0*	Хостинский	6616	4440	49%
"Магадан"	Санаторий	3*	Лазаревский	2820	2071	36%
"Тихий дон"	Санаторий	0*	Лазаревский	3070	2204	39%
"Монерон"	Санаторий	3*	Лазаревский	4276	2403	77%
"Знание"	Санаторий	3*	Адлерский	4610	2786	65%
"Известия"	Санаторий	0*	Адлерский	2820	1697	66%
"Коралл"	Санаторий	3*	Адлерский	3102	2383	30%
"СССР"	Санаторий	3*	Адлерский	2510	1707	47%
"Южное взморье"	Санаторий	3*	Адлерский	5562	3493	59%
"Санаторий Юг"	Санаторий	3*	Лазаревский	4901	3718	31%
"Аврора"	Санаторий	1*	Хостинский	2600	1771	46%
"Лазурный берег"	Санаторий	0*	Лазаревский	3050	2900	5%
София	Мини - отель	0*	Центральный	2220	1521	45%
Теремок	Гостиница	0*	Хостинский	2550	2000	27%
Villa Anna	Гостиница	4 *	Центральный	4440	4214	5%
Престиж	Гостиница	4*	Адлерский	3400	2000	70%
Алая Роза	Гостиница	0*	Лазаревский	2400	2000	20%
Орджоникидзе	Отель	0*	Центральный	4400	2860	53%
Баунти	Отель	4*	Центральный	6500	4500	44%
Вилла Бельведер	Гостиница	0*	Лазаревский	2220	1629	36%
Green Hosta	Отель	0*	Хостинский	2940	2243	31%
Звездный	Отель	4*	Центральный	7040	5007	40%
Маринс Парк Отель	Отель	4*	Центральный	6170	3200	92%
Мирит	Гостиница	0*	Центральный	3760	3036	23%
Рэддисон САС Лазурная	Отель	4*	Хостинский	9600	8114	18%
Сочи - Магнолия	Гостиница	0*	Центральный	3650	3714	1%
У Бочарова Ручья	Отель	3*	Центральный	2840	2700	5%
Чеботарев	Отель	4*	Центральный	5265	4600	14%
Экодом	Отель	0*	Центральный	3240	2550	27%
Элит Хаус	Гостиница	0*	Центральный	1500	1500	0%
Родина	Отель	5*	Центральный	39000	28000	39%

AZIMUT Hotel Sochi	Отель	3*	Адлерский	2341,4	1400	67%
Bridge resort	Отель	4*	Адлерский	3289,6	1954	68%
Богатырь	Отель	4*	Адлерский	8020	5871	36%
Raddison Blu Paradise Resort & Spa	Отель	5*	Адлерский	14553,2	10009	45%
Sport Inn Sochi	Отель	3*	Адлерский	2740	2200	24%
Huatt	Отель	5*	Центральный	24550	22982	6%

Поскольку основными составляющими цены на санаторно-курортные услуги являются наценка, расходы на лечение, питание, проживание, ценовой уровень услуг гостиниц должен быть изначально ниже относительно санаториев и пансионатов. Это обусловлено первоначальным отсутствием затрат на оказание оздоровительных и лечебных услуг. Но, исходя из данных табл. 3, можно сделать вывод, что в реальности на данном рынке наблюдается совершенно другая картина.

Совершая последующий анализ таблицы 3, можно сделать вывод о применении в процессе ценообразования преимущественно затратного метода. Согласно этому методу предполагается включение инвестиционных затрат (проживание) в стоимость номера. Данные затраты распределяются равномерно, пропорционально числу комнат, после чего следует разделение номеров по категориям и типам проживания. Основная цель затратного метода заключается в выявлении нижнего ценового порога, исключающего появление затруднений с кредитными выплатами у предприятия и продолжения его нормального функционирования. В случае санаторно-курортного предприятия в дополнение к основным статьям расходов в стоимость койко-места включаются затраты на питание, лечение и оздоровительные процедуры.

Анализ ценовой стратегии сочинских санаториев, пансионатов и отелей позволил автору сформулировать следующие выводы.

1. При установлении в гостиницах, санаториях и прочих организациях наиболее приемлемой цены используется такой метод ценообразования, при котором наблюдается калькулирование издержек, не включающее в себя распределения расходов по критерию вида оказываемых услуг. Это не дает менеджерам управлять ценами составляющих компонентов.

2. Зачастую цены в санатории ниже, чем в гостиницах, что является основным признаком демпинга цен на санаторно-курортные услуги.

3. Значительное влияние на выбор ценовой стратегии оказывает месторасположение предприятия: стоимость проживания в рекреационных и оздоровительных организациях Хостинского и Лазаревского районов значительно ниже, нежели Центрального и Адлерского.

Список литературы

1. Официальный курортный сайт администрации города Сочи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sochiru.ru/virtualnie-panoramy/obekty-razmeshcheniya-sochi> (Дата обращения 07.04.16).
2. Ветитнев, А.М. Курортное дело: Учебное пособие / А.М. Ветитнев, Л.Б. Журавлева. – М.: КНОРУС, 2006. – 528 с.
3. «Межрегионкурорт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kurorttorg.ru/> (Дата обращения: 09.04.16).

УДК: 338.48

Овчинникова О.В., Старковская Е.А. – студентки (ox.ov4innikova2010@yandex.ru), ВятГУ, г. Киров, Россия

Сельские гостевые дома как фактор развития индустрии гостеприимства в Кировской области

Аннотация. В данной статье выявлены основные проблемы и перспективы развития индустрии гостеприимства в Кировской области. В качестве фактора развития этой сферы рассмотрена деятельность сельских гостевых домов.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, коллективные средства размещения, сельские гостевые дома, сельский туризм.

Ovchinnikova O.V, Starkovskaya E.A. – students (ox.ov4innikova2010@yandex.ru), Vyatka SU, Kirov, Russia

The rural guest houses as a factor in the development of the hospitality industry in the Kirov region

Abstract. This article includes the main problems and prospects of development of the hospitality industry in the Kirov region. As a factor in the development of this sphere was reviewed the activities of the rural guest houses.

Keywords: hospitality industry, collective accommodation facilities, rural guesthouses, rural tourism.

Актуальность. На сегодняшний день индустрия гостеприимства – это крупнейшая система хозяйства страны и важная составляющая экономики туризма. Создание новых средств размещения значительно повышает привлекательность туристской территории и увеличивает поток туристов. Российская гостиничная отрасль растет быстрыми темпами, однако, по мировым меркам является слабо развитой [1]. Это связано с тем, что основное внимание развитию индустрии гостеприимства уделяется лишь в крупных туристских центрах. Тогда как другие не менее привлекательные туристские регионы страны имеют ряд проблем в этой сфере. Одним из таких регионов является Кировская область.

Целью данной научной работы является выявление проблем развития индустрии гостеприимства в Кировской области и пути их решения.

Результаты исследования. Кировская область обладает туристско-рекреационным потенциалом для тех или иных видов туризма. На ее территории сосредоточены уникальные природные и рекреационные ресурсы, объекты культурного и исторического наследия, проходят важные экономические, культурные, общественные и спортивные события.

За последние годы в Кировской области происходит рост гостиничного бизнеса, но, несмотря на это отмечено несколько недостатков, касающихся сферы гостеприимства. Одним из недостатков является неравномерное распределение коллективных средств размещения по области. Наибольшим количеством коллективных средств размещения из всех 40 районов обладают областной центр и 3 крупных района с численностью более 30 тыс. человек.

Также, помимо количественных недостатков выявлены и качественные при помощи анкетирования, проведенного среди жителей Кировской области. Результаты анкетирования показали, что жители оценивают уровень материально-технической базы коллективных средств размещения по 5-бальной шкале на оценку 2,5, а уровень обслуживания на оценку 4,5. К тому же недостатком являются необоснованно завышенные цены на предоставляемые гостиничные услуги. Поэтому Кировская область, как потенциальный туристский регион, должна устранять свои недостатки, связанные с гостиничной инфраструктурой.

Решением данной проблемы может послужить создание сельских гостевых домов в районах области для туристов, используемых в качестве средств размещения. Понятие «гостевой дом» достаточно новое, оно вошло в обиход в конце XX века. Но, несмотря на свою

новизну, это явление прочно входит в предпринимательскую среду, становясь одной из популярных форм размещения путешествующих [2].

Сельские гостевые дома могут эффективно развиваться и функционировать на территории Кировской области, так как она располагает малыми городами, сёлами и деревнями с характерной традиционной архитектурой, бытом, культурой, сельскохозяйственными фермами, лесными фондами и природными парками. Но пока процесс создания гостевых сельских домов в области происходит медленно по сравнению с другими регионами Приволжского федерального округа (табл. 1).

Таблица 1

Количество сельских гостевых домов в регионах ПФО [3]

Регион	Количество сельских гостевых домов
Оренбургская область	4
Пензенская область	6
Ульяновская область	7
Нижегородская область	8
Республика Мордовия	9
Кировская область	10
Самарская область	11
республика Башкортостан	13
Чувашская республика	15
Удмуртская республика	15
республика Марий-Эл	16
Пермский край	18
республика Татарстан	20
Саратовская область	27

Исходя из данных таблицы, видно, что Кировская область по данному показателю находится на 9 месте. Это говорит о том, что существуют некоторые факторы, препятствующие активному развитию данного вида средств размещения туристов.

Для того, чтобы выявить каким образом происходит развитие сельских гостевых домов в Кировской области, был проведен опрос среди экспертов в области туризма. В качестве экспертов выступали менеджеры внутреннего туризма, сотрудники туристско-информационного центра и руководитель ассоциации сельского аграрного туризма.

По их мнению, развитие сельских гостевых домов может в значительной мере способствовать развитию туризма в Кировской области. Но эксперты отмечают наличие факторов, препятствующих этому развитию. Среди них были названы следующие: слабая предпринимательская активность местных жителей, неготовность их к ведению собственного бизнеса; низкий спрос на гостевые дома из-за узкого спектра, предлагаемых услуг; недостаточно развитая инфраструктура и недостаток квалифицированных кадров.

Руководитель Ассоциации сельского аграрного туризма в Кировской области Шабалина Ольга Николаевна считает, что гостевые сельские дома являются важным фактором развития сельских территорий в целом. Данный вид деятельности является перспективным, поскольку не требует больших инвестиций, гостевые дома могут создаваться на базе личного подсобного хозяйства, крестьянско-фермерского хозяйства.

На данный момент в области уже на протяжении нескольких лет функционируют сельские гостевые дома в таких районах как Кильмезский, Сунской, Советский, Яранский, Юрьянский и др. Правительство области способствует развитию сельского туризма посредством предоставления субсидий на приобретение основных средств и льготных кредитов. Особенно ценным для Кировской области является опыт других регионов, где сельский туризм уже успешно развивается, так, например, в Ивановской области успешно функционируют уже 46 гостевых домов.

В целях представления интересов сельских жителей, ведущих деятельность по приему туристов, продвижению сферы сельского аграрного туризма, а также для координации работы сельских гостевых домов была создана Ассоциация сельского аграрного туризма [4]. Так же Ассоциация сельского аграрного туризма ведет работу по созданию единого «Каталог субъектов в сфере сельского туризма». Руководитель Ассоциации сельского аграрного туризма выделяет несколько причин, ограничивающих процесс дальнейшего создания и развития гостевых сельских домов. Первой причиной является отношение сельского населения к данному виду деятельности. Второй причиной является отсутствие популяризации отдыха в сельских гостевых домах. Это связано с не информированностью населения о данном виде отдыха, так как не задействована социальная реклама.

Результаты исследования показали, что в Кировской области на данный момент недостаточно хорошо развита индустрия гостеприимства. Причинами этого является низкий уровень материально-технической базы, неравномерное распределение коллективных средств размещения по области и несоответствие цены и качества. Но, не смотря на это, существует положительный аспект, способствующий развитию сферы гостеприимства в области – сельские гостевые дома. Это относительно новое направление для Кировской области и пока находится на стадии становления.

Вывод. Сельские гостевые дома могут сыграть большую роль в развитии туризма Кировской области, а также способствовать росту экономического, социального, культурного и духовного развития сёл и малых городов. Поэтому правительство Кировской области уже активно содействует развитию деятельности сельских гостевых домов и для её координации создана ассоциация сельского аграрного туризма. Таким образом, для успешного функционирования данного направления сферы гостеприимства в Кировской области необходимо доработать недостатки, а также грамотно сформировать и предложить данный вид услуги туристам.

Список литературы

1. Барчуков И.С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов / И.С. Барчуков, Л.В. Баумгартен и др. – М.: КНОРУС, 2013. – 176 с.
2. Волков С.К. Сельский туризм в РФ: тенденции и перспективы развития ЕМИСС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/volkov.htm (Дата обращения 23.04.2016).
3. Государственная статистика ЕМИСС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/> (Дата обращения 23.04.2016).
4. Официальный сайт Кировского института агробизнеса и кадрового обеспечения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ipk43.ru/> (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 379

Огнева Н.В. – студентка (ogneva891994@gmail.com); Эмексузян А.К. – студентка (emeksuzyan@list.ru); Штомпель Л.В. – к.э.н., доцент СГУ, г. Сочи, Россия

Событийный туризм как метод корректировки сезонных колебаний в индустрии гостеприимства

Аннотация: Статья посвящена изучению событийного туризма как метода корректировки сезонных колебаний в гостиничной индустрии. В статье затрагиваются проблемы сезонного колебания как явление и их влияние на индустрию гостеприимства, организации выездного событийного туризма и возможность сглаживания влияния сезонных факторов на туристский поток на территории курортов Черноморского побережья.

Ключевые слова: Событийный туризм, индустрия гостеприимства, сезонность, экономика, регион.

Event tourism as a method of correction of seasonal fluctuations in hospitality industry

Abstract. The article is devoted to the study of event tourism as a method of correction of seasonal fluctuations in hospitality industry. The article touches upon the problem of seasonal fluctuations as a phenomenon and its impact on the hospitality industry, organization of outbound event tourism and the ability to smooth out the impact of seasonal factors on tourist traffic in the territory of the Black Sea coast resorts.

Keywords: Event tourism, hospitality industry, seasonality, economy, region.

Актуальность. Особое место среди факторов, оказывающих влияние на развитие индустрии гостеприимства и туризма в целом, занимает сезонность, выступающая как важнейшая специфическая проблема.

Сезонность – это свойство туристских потоков концентрироваться в определенных местах на протяжении небольшого периода времени. С экономической точки зрения она представляет собой повторяющиеся колебания спроса с чередующимися пиками и спадами. Подобные колебания зачастую оказывают отрицательное влияние на развитие туризма и гостиничной индустрии в целом [4].

Негативное воздействие, связанное с сезонной неравномерностью испытывают на себе и курорты Черноморского побережья, оказывает влияние не только на загрузку гостиниц региона, но и на занятость населения в целом. И если брать во внимание то, что пляжный сезон в данном регионе начинается в середине мая, а заканчивается в начале октября, то практически все объекты гостиничной индустрии соответственно остаются нерентабельными в низкий сезон. Низкая рентабельность данных объектов вызывает вынужденное высвобождение рабочей силы в несезонный период, что ведет к безработице и упадку экономике в регионе. И не смотря на то, что предприятия гостиничной индустрии довольно часто практикуют сезонную дифференциацию цен (повышение цен в высокий сезон, создание умеренных цен в межсезонье и понижение цен в низкий сезон), вопрос о сглаживании сезонных колебаний в индустрии гостеприимства все еще стоит довольно остро.

Цель работы – анализ событийного туризма как метода корректировки сезонных колебаний в индустрии гостеприимства.

Результаты исследования. На сегодняшний день существует большое количество нетривиальных подходов для корректировки сезонных колебаний, однако, одним из самых действенных считается организация событийного туризма в регионе.

Событийный туризм – это вид туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, связанный с каким-либо событием. Под событием следует понимать совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов. Оно может иметь вид разового неповторимого явления или периодического, наблюдаемого ежегодно или в определенные периоды времени [1].

Термин «событийный туризм» был впервые использован департаментом туризма и общественности Новой Зеландии в 1987 году и закрепил связь между событиями и туризмом. В зарубежной литературе этот термин трактуют как важную альтернативу для дестинаций, предпринимателей, а также основную деятельность органов управления, которые желают увеличить поток туристов [3].

Весь событийный туризм можно разбить на несколько категорий:

- по масштабу проводимых событий: международный, национальный или региональный уровень;
- тематика события: фестивали, театральные шоу, развлекательные мероприятия в киноиндустрии и прочие;

- научные и религиозные события.

Зарубежный опыт развития таких стран как США, Франция, Италия, Великобритания, Германия, Южная Корея, Австралия, а также других стран, наглядно показывает, что развитие событийного туризма в низкий сезон выгоден как для экономики, так и для имиджа региона.

Среди ярких наиболее ярких примеров можно привести карнавал в Рио-де-Жанейро. О значимости и узнаваемости бразильского карнавала можно судить, исходя из количества людей, ежегодно посещающих данное мероприятие – более 700 тыс. гостей со всего мира. Эффективность данного карнавала наглядно проявляется в соотношении затрат на его проведение с прибылью, получаемой по окончании 5,5 млн \$ / 150 млн \$.

Существуют и другие яркие примеры эффективно разработанного и внедренного событийного туризма. Так, например, Каннский фестиваль создал 3200 рабочих мест, а его прибыль может превышать 200 млн долларов. Или же пивной фестиваль Октоберфест в Мюнхене, он ежегодно собирает миллионы любителей Баварского пива со всего мира, а доходность составляет 0,5 млрд. евро. При этом, во время проведения данного мероприятия создается более 12 тыс. рабочих мест.

На сегодняшний день количество городов, чья экономика напрямую зависит от событийного туризма, ежегодно увеличивается. В связи с этим, специалисты сферы туризма разных стран заинтересованы в организации уникальных мероприятий, с целью привлечения больших туристских потоков [2]. Так, например, небольшой поселок в Германии под названием Вакен с населением около 1800 человек, ежегодно принимает более 75 тысяч человек, приехавших на самый популярный рок-фестиваль «Wacken Open Air». Таким образом, ранее неизвестное поселение Вакен стало одним из главных мест встречи любителей рок культуры со всего мира.

Огромный толчок в развитии событийного туризма можно наблюдать в таких городах России как, Москва, Санкт-Петербург, Краснодар, Екатеринбург и в других крупных городах России. В городах курортах Черноморского побережья также существует событийный туризм, однако низкий уровень эффективности данных мероприятий обуславливается узким кругом участников, малоизвестностью и высокой затратностью на авиа и Ж/Д перевозки. Поэтому событийный туризм данного региона не получает должного развития и, следовательно, оказывает незначительное влияние на корректировку сезонных колебаний.

Решением проблемы является создание наиболее масштабных и уникальных событийных мероприятий. Например, они могут быть связаны с культурой региона (организация фестивалей, связанных с историко-культурологическими особенностями для данного региона). Помимо этого на территории курортов Черноморского побережья существует возможность создания фестивалей музыки, танцев, науки, искусства и многих других мероприятий для туристов разного пола, возраста, а также культурных и религиозных принадлежностей. Создание подобных событий обеспечит регион не только рабочими местами и увеличит спрос на услуги, предоставляемые индустрией гостеприимства, но и позволит раскрыть потенциал региона как одного из наиболее эффективных и привлекательных мест с экономической точки зрения для страны в целом.

Резюме. Опираясь на зарубежный и отечественный опыт в организации событийного туризма можно в значительной мере сгладить сезонные колебания продаж услуг гостиничной и туристской индустрии, а также улучшить экономическую ситуацию в регионе. Ведь то, что данное направление туризма является перспективным было подтверждено на бизнес-форуме «Событийный туризм и маркетинг территорий», прошедший в июне 2013 года в Москве, главная мысль которого заключалась в том, что ни одна территория не будет интересна без событий, которые сделают ее узнаваемой [5].

Список литературы

1. Алексеева, О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент / О.В. Алексеева // Российское предпринимательство. – 2011. – №6. – Вып. 2(186). – С. 167–172.
2. Власова, Т.И. Событийный туризм – эффективный антикризисный инструмент привлечения туристских потоков в регион / Т.И. Власова, А.В. Алейников // Вестник НАТ. – 2015. – №1. – С. 38–40.

3. Глобова, С.А. Зарубежный опыт применения событийного маркетинга как инструмента повышения туристской привлекательности территории / С.А. Глобова // Проблемы и перспективы экономики и управления: Материалы II Международной научной конференции, г. Санкт-Петербург, июнь 2013 г. – С-Пб.: Реноме, 2013.
4. Дурович, А.П. Организация туризма. Учебное пособие / А.П. Дурович. – С-Пб.: Питер, 2012. – 320 с.
5. Второй Российский Бизнес-форум «Событийный туризм и маркетинг территорий» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://partyinfo.ru/ru/news>
6. Корягина Е.В. Развитие Сочи как пляжного курорта для маломобильных категорий туристов / Региональные аспекты функционирования гостиничной индустрии: Материалы 2-го Всероссийского научно-практического семинара / Под ред. О.Ю.Колосовой, Т.В. Вергун, Ю.С. Авраменко. – Ставрополь: АГРУС СГАУ, 2015.
7. Епанешникова, О.В. К вопросу о позиции жизненных циклов основных туристических продуктов / О.В. Епанешникова // Инновационные технологии социокультурного и туристского образования: запросы работодателя и модернизация, компетенции и качество: Сборник материалов Международной научно-практической конференции, г. Краснодар, 9–11 июня 2011 г. – Краснодар: КГУКИ, 2011.

УДК: 658.62(075.8)

*Позняковский В.М. – д.б.н., профессор, заслуженный деятель науки РФ (kaf.grb59@mail.ru);
Челнокова С.К. – студентка, СГУ, г. Сочи, Россия (slana.685@yandex.ru)*

Основы рационального питания

Аннотация. В данной статье рассматривается обеспечение основ рационального питания и концепция сбалансированного питания А.А. Покровского и ее роль в нутрициологии.

Ключевые слова. Нутрициология, рацион, питание, пища.

Poznyakovsky V.M. – Professor, Honored Scientist of Russia, (kaf.grb59@mail.ru); Chelnokova S.K. – Student (slana.685@yansex.ru), SSU, Sochi, Russia

Fundamentals of nutrition

Abstract. The article discusses the provision of a balanced diet and the concept of a balanced diet A.A. Pokrovsky and its role in Nutrition.

Keywords: Nutrition, diet, nutrition, food.

Актуальность. В настоящее время наша община начала понимать, осознавать и осмысливать основные проблемы питания всего населения. Человек принимает в день почти 800 г пищи, а также около 2-х тысяч г воды. Ежедневный прием всего населения нашей планеты составляет не менее 4 млн. тонн пищевых продуктов.

Сегодня все также наибольшее населения продолжает ощущать необходимость некоторых продуктов питания. Особенно остро стоит с белками и витаминами, которые имеют проблему, как их недостаток при потреблении еды.

Человеческая пища должна состоять не менее чем из шестисот веществ, которые нужны для нормальной жизни всего организма. От количества и соотношения содержатся ли эти вещества в рационе, зависит общее состояние и самочувствие всего человечества.

Цель исследования: определение принципов основ рационального питания, а также концепции сбалансированного питания по А.А. Покровский и ее роль в питании.

Результаты исследования. С системой сбалансированного питания включено определение норм питания. Это средние значения, отражающие оптимальные потребности отдельных групп населения в основных пищевых веществах и энергии.

Это питание включает в себя, придерживаясь 3-х принципов:

1. Энергетический баланс, который поступает с пищей, потребляемой человеком в процессе жизни. Человеческий организм потребляет пищу, полученные с энергией тремя способами:

- Обмен. Минимальное количество энергии, необходимое для поддержания жизнедеятельности в состоянии полного покоя. У Людей, постоянно испытывающих физические нагрузки, основной обмен веществ 30 %.

- Потребление энергии для процесса переработки пищи.

- Расход энергии на мышечную деятельность. Люди, не имеющие физической активности потребляют меньше, а когда тяжелый физический труд еще выше.

2. Удовлетворить потребность организма в определенных питательных веществах. Для удовлетворения потребностей организма в определенном соотношении должны быть б., ж. и у.

3. Соблюдение диеты. Она основана на четырех принципах:

- Частота приема пищи. Блюда будут приняты в одно и то же время.

- Принцип рационального подбора пищи. При каждом приеме пищи по обеспечению благоприятного соотношения в рационе основных питательных веществ.

- Дробное питание в течение дня. Одноразовое и даже двухразовое питание неблагоприятно влияет на здоровье. Рекомендуется 3-х, 4-хразовое питание с возможным дополнительным приемом пищи.

- Справедливое распределение пищи в течение дня. Завтрак и обед должны обеспечивать более 2/3 рациона, 1/3 – ужин.

В основе концепции сбалансированного питания, разработанной академиком А.А. Покровским, лежит определение пропорций отдельных пищевых веществ в рационе.

По пропорциям отдельных пищевых веществ в рационе отражаются в форме сбалансированного питания Покровского потребности в пищевых веществах в сутки, таких как:

✓ вода – 1750–2200 г, белков – 80–100 г, незаменимых кислот 21–31 г, заменимых кислот – 49–52 г, углеводов 475–575 г, органические кислоты 2 г, жиры – 80–100 г, незаменимые полиненасыщенные жирные кислоты – 3–6 г, холестерин 0,3–0,6 г, фосфолипиды 5 г, минеральные вещества – около 14000 мг, Витаминные соединения и витамины около 2,5 тысяч мг.

«Нарушение соответствия ферментных констелляций химическим структурам пищи неизбежно приводит к нарушениям метаболизма нутриентов. Утратой в процессе эволюции определенных ферментов систем объясняется обращение к так называемым незаменимым пищевым веществам. Эволюция каждого вида имела свои особенности. Так, например, аскорбиновая кислота незаменима только у человека и некоторых животных и совершенно необязательна для остальных животных, ткани которых интенсивно синтезируют витамин С» [1].

Исходя из мнения ученого, то форма питания не является основным постоянным образцом, она всегда должна постоянно дополняться с учетом новых данных про питание.

Выводы. Сегодня человечество очень активно развивается. С этим меняется психология человека, его условия жизни и занятости всего населения. Поэтому возможно изменение принципов рационального питания. Сегодня акцент делается на качество еды, а это значит, что уровень здоровья будет увеличен вместе с работоспособностью.

Что касается сбалансированного питания по А.А. Покровскому, это, прежде всего рассмотрение всего спектра питания, их взаимоотношения в процессах, а также индивидуальных ферментных систем и химическое воздействие в организме.

Подобрать здоровый рацион питания нужно так, чтобы отвечало всем индивидуальным особенностям организма каждого члена общества с учетом характера его деятельности, климатогеографического проживания, половых и возрастных различий, и покрыть ежедневную нужду организма в б., ж., у. и калорийности в целом.

Список литературы

1. Позняковский, В.М. Безопасность продовольственных товаров (с основами нутрициологии): Учебник / В.М. Позняковский. – М.: ИНФРА-М, 2014. – С. 13–18.
2. Покровский, А.А. Метаболические аспекты фармакологии и токсикологии пищи / А.А. Покровский. – М.: Медицина, 1979.

УДК: 338.482.224

Прудникова С.Ю. – студентка (svetlana.prudnikova95@mail.ru); Чурякова Л.В. – студентка (mi.la.shka@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Тенденции развития международных и национальных гостиничных сетей в России

Аннотация. В статье рассмотрены основные проблемы гостиничных сетей в России, при этом внимание уделено как международным, так и российским компаниям. Автор выявил основные тенденции развития данной индустрии в нашей стране.

Ключевые слова: туризм, национальные гостиничные сети, международные гостиничные сети.

Prudnikova S.Y. – student (svetlana.prudnikova95@mail.ru); Churiakova L.V. – student (mi.la.shka@mail.ru), SSU, Sochi, Russia

Trends of the development of international and national hotel chains in Russia

Abstract. The article describes the main problems of hotel networks in Russia, with attention paid to both international and Russian companies. The author identified the main trends of the industry development in our country.

Keywords: tourism, national hotel chains, international hotel chain.

Актуальность. Для российской индустрии гостеприимства в последние годы отмечался низкий спрос на услуги компаний, связанных с внутренним туризмом. Такая ситуация объясняется несколькими факторами. В первую очередь стоит указать высокую стоимость данных услуг, которая проявляется в отсутствии гостиниц с низкими ценами. Кроме этого, нельзя не отметить качество услуг, которое порой значительно уступает международным стандартам и явно не соответствует заявленной стоимости. В настоящее время основной процент компаний, занятых в сфере внутреннего туризма – национальные гостиничные сети. Поэтому вышеперечисленные проблемы относятся в первую очередь к ним.

Руководство международных сетей смогли проанализировать сложившуюся ситуацию и приняли решение усилить свое присутствие на российском рынке. За последние десятилетия они смогли это сделать и в данный момент в нашей стране есть отели почти всех крупных международных сетей. В первую очередь международные гостиницы появились в столичных городах – Москве и Санкт-Петербурге. К настоящему времени их можно найти и в других крупных населенных пунктах, но перевес остается значительным, так как на них приходится около трети всех отелей в стране.

Цель исследования: выявить тенденции развития в российской индустрии гостеприимства для национальных и международных гостиничных сетей.

Результаты исследования. Одной из главных проблем в развитии туризма в России является недостаток инвестиций, который стал еще больше за последний год. В первую очередь это связано с международным положением нашей страны и западными санкциями, которые максимально перекрывают любое сотрудничество с РФ. Кроме этого, иностранных инвесторов порой пугает законодательная база, касающаяся сферы туризма. Отсутствие возможности покупки земли, на которой будет располагаться отель, отталкивает владельцев

капитала из других стран. Те компании, которые пришли на российский рынок до кризиса уверенно занял нишу элитных гостиниц с 4–5 звездами.

Следующую нишу в гостиничном туризме пытаются занять национальные сети. В настоящее время в нашей стране существует несколько компаний, которые смогли добиться значительных результатов в этой сфере. Наиболее крупными из них являются: «Азимут Менеджмент групп», Intourist Hotels Group, Amaks Grand Hotels и Heliopark Group [2, с. 71].

Несмотря на это, в стране все еще есть проблемы с отелями среднего класса, с помощью которых удалось бы не только направить свое население на отдых в России, но и сделать страну более привлекательной для иностранных туристов, которые привыкли к доступным ценам в западных странах. Особенно актуально это в настоящее время, когда из-за девальвации рубля все большее количество путешественников из других стран обращает свое внимание на Россию. Более активное развитие в нашей стране национальных гостиничных сетей позволит устранить эту проблему.

Во-первых, оно сможет установить единые стандарты обслуживания, которые будут соответствовать международным требованиям. Кроме этого развитие национальных компаний окажет серьезное влияние на несетевые отели, которые из-за конкуренции будут вынуждены соответствовать новым стандартам. Все вышеперечисленное сможет улучшить положение туристической отрасли в России.

Резюме. Таким образом, развитие гостиничных сетей в России приведет к росту индустрии туризма в нашей стране. В условиях экономического кризиса это окажет положительное влияние не только на жизнь обычных людей, которые смогут пользоваться качественными услугами по доступным ценам, но и приведет к росту экономики и увеличению отчислений в государственный бюджет. Приход на рынок международных сетей сделал его более разнообразным, и в то же время задал новую планку обслуживания.

Список литературы

1. Амосова, Г.М. Основные этапы развития международных гостиничных сетей / Г.М. Амосова // Проблемы современной экономики. – 2013. – №3 (47). – С. 383–385.
2. Лаврова, Т.А. Тенденции развития международных и национальных гостиничных сетей в России / Т.А. Лаврова, А.Е. Гаврилова // Вестник Российской академии естественных наук. – 2015. – №19 (1). – С. 68–72.
3. Гостиничные цепи. Туризм в России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.turizm2.ru/hotels.html> (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 379

Слаква О.А. – студентка, (olia.slakva200696@gmail.com); Корягина Е.В. – к.э.н., доцент (jane_kory@yahoo.com), СГУ, г. Сочи, Россия

Влияние геополитической ситуации в мире на развитие индустрии гостеприимства

Аннотация. В данной статье показана зависимость развития индустрии гостеприимства от количества туристов в стране. Для определения этой зависимости был проведен мониторинг безопасных курортов, исходя из сложившейся геополитической ситуации в мире.

Ключевые слова: туризм, курорты мира, уровень безопасности, инвестиции, развитие гостеприимства.

Influence to global political situation in world on development of industry hospitality

Abstract. This article shows the development of the hospitality industry of the number of tourists in the country. To determine this dependence safety monitoring resorts was conducted on the basis of the current geopolitical situation in the world.

Keywords: tourism, resorts of the world, the level of security, investments, the development of hospitality.

Актуальность. Развитие гостиничного хозяйства напрямую связано с количеством туристов в стране. В связи с тяжелым внешнеполитическим положением в мире, на данный момент остается актуальным вопрос: «Куда поедут отдыхать туристы в этом году?». И как следствие, в каких странах в течение 3–5 лет, будет наблюдаться положительная динамика роста индустрии гостеприимства.

Целью статьи является определение курортов, где будет наблюдаться бурное развитие гостиничного бизнеса, а где и по каким причинам спад.

Результаты исследования: Для того чтобы определить какие страны выберут путешественники, так как развитие гостиничного бизнеса напрямую зависит от потока туристов, необходимо провести мониторинг распространенных курортов.

Для того чтобы говорить о влиянии геополитики на развитие индустрии гостеприимства, необходимо дать ее определение. Геополитика (географическая политика; греч. γη – земля, πολιτική – государственные или общественные дела) – направление политической мысли, концепция, о контроле над территорией, о закономерностях распределения и перераспределения сфер влияния (центров силы) различных государств и межгосударственных объединений. Относится к роду общественно-географических наук, не является частью политической географии, в двух словах – это когда в одной стране затрагиваются интересы другой [2].

Обострение внешнеполитических связей между странами всегда негативно сказывается на всех отраслях экономики. Особенно это касается туризма. Индустрия гостеприимства всегда резко реагирует на негативное воздействие с внешней стороны. Преимущественно это относится к странам, для которых туризм является основным источником дохода, например, Турция, Египет, Израиль и т.д.

В современной сложившейся тяжелой политической ситуацией, в условиях обострения экстремистской деятельности различных группировок, по мнению автора, при выборе места отдыха, целесообразно ориентироваться на такой показатель, как безопасность.

Ориентируясь на данный критерий можно составить следующую таблицу для мониторинга, исходя из показателей безопасности (табл. 1) [3].

Поднять уровень развитие индустрии гостеприимства, а именно строительство новых средств размещения, возможно с помощью инвестиций.

Инвестиция – долгосрочные вложения капитала в отдельные отрасли экономики внутри страны и за рубежом [1]. Исходя из данных таблицы 1, можно определить в какие курорты будут инвестиционные вложения на ближайшие несколько лет.

Ввиду того, что в Турции, Франции, Израиле, Египте и Германии низкие показатели безопасности, и, как следствие, маленький поток туристов, не целесообразно инвестировать в эти страны средства на строительство новых гостиниц.

В такие страны как Кипр, ОАЭ, Испания и Греция также не рационально вкладывать значительный капитал, так как тенденция посещения туристами перечисленных стран будет неизменна или незначительно меняться. Данные курорты будут развиваться с уже имеющимся, достаточным номерным фондом.

Мониторинг наиболее актуальных курортов

Курорт	Уровень безопасности (низкий – 20/30%, средний – 50/60%, высокий – 70/80%)
Турция	Низкий (сократилось на 40% число туристов по сравнению с показателями прошлого года, по данным туроператоров)
Израиль	Низкий (за последние полгода Израиль накрыла волна арабского террора. Если раньше преступники нападали в основном на израильтян, то теперь жертвами зачастую становятся и туристы) (По данным «Первого канала – Новости»)
Франция	Низкий (22.03.2016 прогремели два взрыва в аэропорту Брюсселя, ещё одно взрывное устройство было приведено в действие в вагоне метро на станции «Мальбек». Премьер-министр Франции Мануэль Вальс заявил, что в стране может быть продлён режим ЧП) (По данным «РИА новости»)
Египет	Низкий (террористом 29.03.2016г. был захвачен самолет Airbus 320 авиакомпании Егурт Air. В январе случился взрыв в Каире. В конце октября 2015 г. произошел теракт на борту самолета из Шарм-эль-Шейха в Санкт-Петербург, в ходе которого погибло более 200 человек) (По данным «Газета.ru»)
Германия	Низкий (обострилась ситуация с беженцами в ФРГ. В последнее время стремительно усиливаются антииммигрантские настроения в стране. Необходима более жесткая миграционная политика) (По данным «Русское агентство новостей»)
Болгария	Средний (на фоне кризиса с мигрантами по всей Европе, София принимает дополнительные меры по защите турецко-болгарской границы. Премьер-министр Болгарии принял решение направить более 400 военных и сотрудников безопасности на охрану границы с Грецией) (По данным «RT News»)
Греция	Средний (за сутки с 22.03.2016 на 21.03.2016 прибыло 875 беженцев в Грецию. 10.04.2016 произошло столкновения полиции и беженцев на греко-македонской границы) (По данным «Первого канала» – Новости; «РИА новости»)
Россия	Высокий
Испания	Средний (и. о. министра внутренних дел Испании Хорхе Фернандес Диас, в связи с терактами в Брюсселе 22.03.2016г., объявил, что оценивает уровень опасности в стране на 4 по 5-бальной шкале. Исходя из этого в Испании были усилены меры безопасности) (По данным «Noticia.ru» - последние новости Испании на русском языке)
ОАЭ	Высокий
Кипр	Высокий (по данным туроператора «Тез Тур» и экспертов сайта Skyscanner, Кипр является наиболее безопасной страной для путешествия)

В России ожидается большой наплыв туристов в Москву, Санкт-Петербург, Казань, Сочи и Крым. В 2016 году Ростуризм прогнозирует рост внутреннего туризма на 30 %. За рубежом, несмотря на экономический кризис и некоторые политические неурядицы, рассматривают Россию как очень интересный и перспективный туристический рынок. Виден большой интерес и со стороны туристов, и со стороны бизнеса.

Рост туристского потока, обусловленного успешным проведением Олимпийских и Паралимпийских игр в Сочи и политической стабильностью в государстве, обеспечивает загрузку средств размещения и строительство новых объектов.

По мнению автора, инвестиции на развитие гостиничного хозяйства будут вкладываться, прежде всего, в Крымский полуостров. По заявлению главы республики Сергея Аксенова, в 2016 г. Крым собирается принять 6 млн. туристов, а за три месяца текущего года в Крыму уже отдохнуло 177 тысяч человек.

Примерно 100 гостиничных объектов в Крыму работают в настоящее время по системе «все включено», но необходимо строительство новых 3-х и 4-х звездочных гостиниц, как сообщает министр курортов и туризма республики Сергей Стрельбицкий. По его словам, на сегодня Крым испытывает дефицит экономически доступных мест размещения.

Всего в республике Крым 825 коллективных средств размещения, а именно санаторно-курортных учреждений и гостиниц. Данного количества недостаточно для реализации потенциала курортно-туристской сферы и работы туристско-рекреационных кластеров.

Для восполнения дефицита номерного фонда в Крымском полуострове, была утверждена федеральная целевая программа «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года», постановлением Правительства Российской Федерации от 11 августа 2014 года № 790.

Госпрограмма предусматривает реализацию такого мероприятия, как создание новых и поддержка существующих объектов туристской индустрии. ФЦП по развитию Крыма и Севастополя позволит региону получить на развитие туризма и гостиничной индустрии 28 млрд. рублей.

Источники финансирования Госпрограммы – это средства бюджета Республики Крым, федерального бюджета в объемах, определенных Федеральной целевой программой «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года». Так же ожидаются инвестиции в основной капитал коллективных средств размещения 2,3 млн. на 2016 г. и 2,5 млн. на 2017 г. [4].

Данные инвестиционные проекты и ФЦП должны положительно сказаться на формировании требуемого номерного фонда для отдыхающих. В другие Российские города-курорты крупные капиталовложения наблюдаться не будут.

Вывод: Исходя из данных таблицы 1, можно сказать, что на сегодняшний день наиболее безопасными курортами станут Россия, ОАЭ и Кипр. Инвестиционные вклады и Госпрограмма активно будут инвестироваться в России, а именно Республика Крым. Вследствие чего, в вышеуказанных странах будет увеличиваться туристский поток, что благотворно повлияет на дальнейшее развитие индустрии гостеприимства.

Список литературы

1. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М., 2010.
2. Геополитика. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B5%D0%BE%> (Дата обращения 23.04.2016).
3. Лучшие курорты. Рейтинг топ 10 лучших курортов мира. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://luchshie.com/luchshie-mesta/luchshie-kurorty?gclid=СКубоcnkgsgCFYhAGwodar4JFg&limitstart=0> (Дата обращения 23.04.2016).
4. Федеральная целевая программа «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://rk.gov.ru/rus/file/pub/pub_236078.pdf (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 338.48 (470.62)

Смышляева Д.А. – студентка (e.a.diana_275@mail.ru); Самсоненко Т.А. – д.и.н., профессор (samsonenko1962@mail.ru), КГУФКСuT, г. Краснодар, Россия

Музейный потенциал как ресурс развития культурно-познавательного туризма в Краснодарском крае

Аннотация. В данной статье проанализирован музейный потенциал Краснодарского края, как фактор развития культурно-познавательного туризма.

Ключевые слова: музеи, культурно-познавательный туризм, музейный потенциал, Краснодарский край.

Smyshlyeva D.A. – student (e.a.diana_275@mail.ru); Samsonenko T.A. – Doctoral of Historical Sciences, professor (Samsonenko1962@mail.ru), KSUPEST, Krasnodar, Russia

Museum's potential as a resource for the cultural and educational tourism development in Krasnodar region

Abstract. This paper analyzes the potential of Krasnodar region museum's potential as a factor for the cultural and educational tourism development.

Keywords: museums, cultural and educational tourism, museum's potential, Krasnodar region.

Актуальность. В современном мире культурно-познавательный туризм обеспечивает нравственное, образовательное единство человечества, способствует утверждению толерантности, т.е. уважению, принятию и правильному пониманию богатого многообразия культур нашего мира. Культурно-познавательный туризм определяется как путешествие с познавательными целями, которое знакомит туриста с культурными ценностями и расширяет его кругозор [2]. Люди путешествуют с целью увидеть все своими глазами, почувствовать себя частью истории и прикоснуться к великим творениям человечества. И именно культурно-познавательный туризм дает возможность туристу расширить свой кругозор, знакомя его с культурными ценностями мира.

Цель научной работы: анализ музейного потенциала Краснодарского края, способы популяризации музеев и перспективы развития культурно-познавательного туризма.

Результаты исследования: Краснодарский край славится не только своими курортами, но и богатой историей, которая нашла свое отражение в достопримечательностях края - музеях. Музей – (лат. museum от греч. museion – храм муз), культурная форма, исторически выработанная человечеством для сохранения, актуализации и трансляции, последующим поколениям наиболее ценной части культурного и природного наследия [5].

Музейный потенциал Краснодарского края весьма разнообразен. В крае представлены музеи самых разных направлений [3]: исторические (Новороссийский исторический музей-заповедник, музей истории города-курорта Сочи, Курганинский исторический музей), историко-археологические (Краснодарский государственный историко-археологический музей-заповедник им. Е.Д. Фелицина, Темрюкский историко-археологический музей, Отрадненский историко-археологический музей), археологические (Анапский археологический музей), художественные (Краснодарский краевой художественный музей им. Ф.А. Коваленко, Сочинский художественный музей), литературные (Литературный музей Кубани, Таманский музейный комплекс), мемориальные (Литературно-мемориальный музей им. Н. Островского, Тимашевский музей семьи Степановых, мемориальный музей-квартира народного артиста СССР Г.Ф. Пономаренко), военные (музей военной техники «Оружие Победы», музей военной техники в Новороссийске), а также музей физической культуры и спорта Кубани КГУФКСТ.

В европейской практике уже давно пользуются популярностью интерактивные музеи, выставки, посетители которых могут проводить опыты с копиями, муляжами некоторых вещественных объектов, а также воссоздавать предметы народного промысла. В таких музеях экскурсанты получают практические навыки, испытывают радость от создания своими собственными руками каких-либо изделий [1]. К ним с полным основанием можно отнести этнографический комплекс «Атамань», расположенный на 68 га Таманского полуострова на месте высадки первых переселенцев-казаков.

Этнографический комплекс «Атамань» – это музей под открытым небом, казачья станица со смотровыми вышками, рыночной площадью, со старинными хатами и подворьями, с настоящими огородами, скотом, бричками и телегами, где можно попытаться овладеть навыками джигитовки, просто покататься на лошадях, принять участие в различных казачьих забавах, которые проводятся на ярмарочной площади; попробовать себя в роли стрелка из арнаутки, а также приобщиться к искусству чеканки и самому себе сделать на память счастливую монету [1].

С каждым годом музеи Краснодарского края развиваются, модернизируются и все больше привлекают не только зрелую целевую аудиторию, но и молодежь. Благодаря различным мероприятиям таким как: ночь в музее, библиночь, выставки современного искусства и другим инновациям, музеи приобретают большую привлекательность и популярность у всех слоев населения.

Именно в ходе посещения музеев происходит знакомство с историей Родины, с искусством и тем самым зарождается гордость за своё Отечество, любовь к нему и, следовательно, патриотизм.

По данным портала исполнительных органов государственной власти Краснодарского края, на Кубани в 2015 году «Ночь музеев» побила все рекорды посещаемости. Так, в Краснодаре акцию посетили 97,4 тыс. человек, в Сочи – 19,4 тыс., в Новороссийске – 11,7 тыс., в Анапе – 7,3 тыс., в Армавире – около 7 тыс., в Геленджике – 6,3 тыс., в Ейске – около 6 тыс., а в Тимашевске и Тихорецке – свыше 5 тыс. человек [4]. Краевые музейные учреждения в ходе акции посетили свыше 124 тыс. человек, в том числе Краснодарский государственный историко-археологический музей-заповедник имени Е.Д. Фелицына – 55,7 тыс., Краснодарский краевой художественный музей имени Ф.А. Коваленко – 34,8 тыс., а Краснодарский краевой выставочный зал изобразительных искусств – 22 тыс. человек.

Музеи края позиционируют себя не только на региональном уровне, но и на международном, так в сентябре 2015 года в Пекине проходил Учредительный конгресс, на котором Новороссийский исторический музей-заповедник вошел в Международную Ассоциацию Музеев Второй Мировой войны. Это способствует популяризации музея, сохранению памяти о трагических событиях войны и укреплению международных отношений между народами.

Выводы. Благодаря вышеперечисленным мероприятиям возрастает не только значимость музеев, но и культурно-познавательного туризма, который является одним из ведущих направлений туристской деятельности. Из-за сложившейся обстановки на рынке внутреннего туризма РФ, а также быстрой заполняемости курортов на период 2015–2016 года прогнозируется спрос на развлекательные, культурно-познавательные и экскурсионные услуги в Краснодарском крае.

Таким образом, перспективы развития культурно-познавательного туризма с использованием музейного потенциала достаточно высоки для Краснодарского края, обладающего огромным запасом исторического наследия нашей Родины.

Список литературы

1. Золотарева, И.Д. Экскурсионные маршруты в Краснодарском крае: история, состояние и перспективы / И.Д. Золотарева // Культурно-познавательный туризм Юга России как стратегический ресурс укрепления российской государственности: Сборник научных статей. – Краснодар: Парабеллум, 2015. – С. 238–246.
2. Лойко, О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебное пособие / О.Т. Лойко. – Томск: Издательство ТПУ, 2005. – 152 с.
3. Министерство культуры Краснодарского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kultura.kubangov.ru/> (Дата обращения 23.04.2016).
4. Портал исполнительных органов государственной власти Краснодарского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.krasnodar.ru/content/2/show/280867/> (Дата обращения 23.04.2016).
5. Российская музейная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp?40> (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 338.48 (282.256.341)

Сычева А.А. – студентка (sycheva10@mail.ru); Юрченко А.А. – к.п.н, доцент (AUrchenko55@rambler.ru), КГУФКСиТ, г. Краснодар, Россия

Озеро Байкал как туристская дестинация

Аннотация. В данной статье описана уникальность озера Байкал, многообразие видов туризма, инфраструктура и экологическая важность поддержания чистоты воды в озере.

Ключевые слова: Озеро Байкал, привлекательность района, развитые виды туризма, многообразие видов отдыха на Байкале, экология озера.

Lake Baikal as a tourist destination

Abstract. This article describes the uniqueness of lake Baikal, the diversity of types of tourism, infrastructure and environmental importance of maintaining the purity of water in the lake.

Keywords: Lake Baikal, the attractiveness of the area developed forms of tourism, the variety of kinds of rest on Baikal, ecology of the lake.

Актуальность. На сегодняшний день развитость различных регионов в России находится не на высоком уровне, хотя многие районы имеют существенную привлекательность. Актуальность данной темы состоит в том, что озеро Байкал является важной достопримечательностью мира, которую не только нужно увидеть своими глазами каждому, но и заботиться о его сохранности.

Цель научной работы: оценить привлекательность Прибайкалья, проанализировать состояние туризма в этом регионе.

Результаты исследования. Величайшее в своем роде озеро Байкал раскинулось почти посередине материка Евразия, оно широко известно любителям путешествий по всему миру [2]. Его невероятные размеры, изрезанные горные берега и чистейшая вода, которую приравнивают к дистиллированной, манят сюда тысячи туристов, а экологи всей планеты бьют тревогу о его судьбе.

Чем же уникально озеро? Какие виды туризма здесь наиболее популярны? На каком уровне находится туристская инфраструктура этого района? И не вредит ли это озеру? На эти вопросы мы попытаемся ответить в данной статье.

Озеро Байкал имеет множество свойств, которые привлекают не только ученых, но и туристов: 1. Самое глубокое озеро на планете (1642 м). 2. Крупнейший природный резервуар пресной воды (23 600 куб. км. воды – 19 % мировых запасов). 3. Озеро протянулось с юга на север на 636 км в виде гигантского полумесяца. 4. Ширина колеблется от 25 до 80 км. 5. Площадь поверхности – 31,5 тыс. км², что примерно равно площади территорий таких стран, как Бельгия или Нидерланды. 6. Длина береговой линии – 2100 км. 7. В Байкальской воде очень мало растворенных и взвешенных минеральных веществ, ничтожно мало органических примесей, много кислорода. 8. Возраст озера учёные определяют в 25–30 миллионов лет. 9. Вода в озере настолько прозрачна, что зимой и весной отдельные камни и различные предметы бывают видны на глубине до 40 м.

Мотивами туристов, желающих посетить озеро, являются: отдых, досуг, развлечения; стремление к познанию; спорт; лечение. В связи с вышеуказанными мотивами необходимо сформировать наиболее приоритетные виды туризма в данном регионе: экологический; спортивный (водный, пеший, горный туризм); лечебно-оздоровительный; круизный.

Основная цель туристов, прибывающих в данный рекреационный район – посещение озера. В связи с этим они готовы остановиться здесь на 7–10 дней, посмотреть, как можно больше достопримечательностей прибайкальской территории и ознакомиться с особенностями природы и народами, живущими в Иркутской области и республики Бурятия [3, 5]. Добраться до озера Байкал можно через аэропорт Иркутска или города Улан-Уде, Северобайкальск и другие, после чего детально разрабатывать маршрут своего путешествия.

На озере и вокруг него находится множество памятников природы, культуры, исторических и археологических достопримечательностей [3]. Ниже перечислены лишь некоторые из них: Северный Байкал; Скала Шаман-камень; Чивыркуйский залив; Баргузинский залив; Ушканьи острова; Бухта Песчаная; Мыс Скала Шаманка на острове Ольхон; Мыс Лударь; Мыс Рытый; Пик Черского – 2090 м над уровнем моря; Кругобайкальская железная дорога; Фролиха (урочище) [2].

В 65 км от Иркутска располагается поселок Листвянка. Он является отправной и финишной точкой для многих маршрутов и путешествий. Здесь самые лучшие гостиницы Байкала, базируются почти все катера и теплоходы, предлагается множество экскурсий и

походов. Но, к сожалению, подобных мест очень мало, многие районы Прибайкалья остаются труднодоступными и находятся на большом отдалении путей сообщения и транспортных узлов. В настоящее время на берегах Байкала есть только несколько мест с приемлемыми условиями для отдыха и досуга.

Для развития туризма на Байкале нужны вложения денежных средств, которых выделяются государством недостаточно, риск для инвесторов весьма высок.

Под инфраструктурой туризма понимается комплекс сооружений, инженерных и коммуникационных сетей, дорог, средств связи, а также предприятий, обеспечивающих нормальный доступ туристов к туристским ресурсам. Это дороги и транспорт, это водопровод, канализация, очистные сооружения, другие системы жизнеобеспечения. А также кафе, рестораны, магазины, прачечные, химчистки. Это телекоммуникации. Всё то, без чего не мыслят своего существования в современном цивилизованном мире. Даже те туристы, которые приезжают на Байкал пообщаться с природой, хотят вкусно и сытно питаться, спать на мягкой кровати в светлой просторной комнате, принимать утром и вечером тёплый душ.

Развитие туризма на Байкале означает оборудование современными технологиями берегов Байкала, обустройство таким образом, чтобы приезжий мог отдохнуть с пользой для души и тела, а также, чтобы этот бизнес приносил доход в карманы инвесторов. Развитие туризма на Байкале – это развитие Байкальского региона, развитие Иркутской области и Республики Бурятия [1].

Уровень развития туризма на Байкале пока достаточно низок. Для того, чтобы его развить, нужно в первую очередь, конечно, строить объекты инфраструктуры. Только строить осторожно, бережно. Строить малые гостиницы, туристские тропы, искусственные водоёмы для купания там, где вода в озере Байкал прогревается недостаточно. Возле Байкала много прекрасных озёр, которые тоже могут привлекать туристов и превратить Байкал в действительно круглогодичный курорт. Привлекать любителей зимнего спорта: строить для них горнолыжные базы, продвигать места для внетрассового катания, центры других зимних видов спорта.

Но даже при отсутствии хорошей инфраструктуры с каждым годом поток туристов растёт, республика Бурятия приняла уже 990 тысяч гостей в 2015 году, это на 50 тысяч больше, чем в предыдущем. Большая часть путешественников останавливается на берегу Байкала, в том числе на турбазах (всего на побережье, по данным управления Роспотребнадзора, 149 баз) [6].

Экологи бьют тревогу о загрязнении Байкала, но пока озеро справляется и самоочищается [4]. Мы должны совершенно четко понимать, что, развивая туризм, мы разрушаем природу. И чаще выбирая между экологией и экономикой, мы отдаем предпочтение второму. Следует помнить, что природа нуждается в нашей защите и помощи. Но если относиться к туристскому развитию бережно и осторожно, природа будет страдать меньше.

Резюме. Исследование состояния и развития туризма на Байкале позволили сделать некоторые выводы. Байкальский рекреационный район имеет большую эстетическую привлекательность для туристов, но пока путешествие сюда будет больше похоже на экстремальный отдых. Развивая туризм, улучшая инфраструктуру, нужно помнить, что природные объекты показа требуют должного бережного отношения и защиту. Полученные от туризма средства целесообразно расходовать на поддержание экологии данного региона.

Список литературы

- 1 Байкал: туризм на озере. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://krugobaikal.ru/travel/tourism-at-Lake-Baikal.htm> (Дата обращения 1.04.2016).
- 2 Википедия: Свободная энциклопедия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (Дата обращения 2.04.2016).
- 3 Рагер, Ю.Б. Этнографический туризм в России: проблемы и перспективы // Ю.Б. Рагер, А.А. Юрченко // Современные тенденции в науке и образовании: Материалы Международной научно-практической конференции. – Люберцы: ООО «Ар-Консалт», 2014. – С. 155–162.

4 Рагер, Ю.Б. Экология современного туризма / Ю.Б. Рагер, А.А. Юрченко // Перспективы развития науки и образования: Материалы Международной научно-практической конференции, г. Тамбов, 28 сентября 2012 г. – Тамбов: ООО «Консалтинговая компания Юком», 2012. – С. 154–160.

5 Царева, Н.В. Формирование байкальского туристического региона как основа его комплексного развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/> (Дата обращения 2.04.2016).

6 Эксперты предлагают ограничить число туристов на Байкале из-за угрозы экологии: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tass.ru/sibir-news/2786653> (Дата обращения 2.04.2016).

УДК: 658.62

Фоменко М.В. – студент (mihailfomenko97@gmail.com); Брюханова Г.Д. – д.м.н., профессор (bryukhanov2@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Профилактика онкологических заболеваний – роль фактора питания

Аннотация. В статье исследована зависимость развития онкологических заболеваний от такого фактора, как питание. Представлены сведения о полезных и вредных продуктах питания в аспекте профилактики онкологических заболеваний. Проведено анкетирование среди группы лиц в возрасте от 19 до 26 лет, позволившее изучить характер питания, а также выяснить их осведомленность по проблеме онкологии.

Ключевые слова: онкология, рак, заболевание, профилактика, факторы, продукты питания.

Fomenko. M.V. – student (mihailfomenko97@gmail.com); Bryukhanova G.D. – Professor (bryukhanov2@mail.ru), SSU, Sochi, Russia

Preventive maintenance of the malignancies – a role of the factor of the feeding

Abstract. In article dependence of development of oncological diseases on such factor as food is investigated. Data on useful and harmful food in aspect of prevention of oncological diseases are submitted. Questioning among a group of persons aged from 19 till 26 years, allowed to study nature of food, and also to find out her awareness on an oncology problem is carried out.

Keywords: oncology, cancer, disease, prevention, factors, food.

Актуальность. Проблема онкологических заболеваний в мире представляет серьёзную проблему, в развитых и развивающихся странах отмечена тенденция к устойчивому росту этой патологии, даже в Японии, ранее считавшейся благополучной. Это обусловлено ухудшением качества среды обитания вследствие напряжённой экологической обстановки; распространения вирусов, являющихся причиной опухолевых процессов; образа жизни современного человека, в том числе и нарушений в структуре питания и др. Вместе с тем, исследователи всё чаще отмечают, что население в разных странах мира большей частью воспринимает эти риски довольно легкомысленно, предпочитая решать текущие проблемы и не задумываться о будущем. В связи с этим исследования в области коррекции образа жизни и питания в целях профилактики онкологической патологии являются актуальными.

Целью работы является изучение культуры питания лиц молодого возраста, выявление факторов алиментарного риска онкопатологии и разработка рекомендаций по здоровому питанию в системе профилактики раковых заболеваний.

Результаты исследования: Согласно исследованиям медицинской науки, рак – вид злокачественной опухоли, развивающейся из клеток эпителиальной ткани различных органов (кожи, слизистых оболочек и многих внутренних органов) [2].

Принято считать, что онкология возникает по ряду причин, таких как: курение, поступление в организм человека ксенобиотиков, включая тяжелые металлы; радиоактивных

изотопов и т.д. Однако, согласно современным статистическим данным, ведущим фактором, повышающим риск развития опухоли, являются нарушения в структуре и качестве питания. Фактор питания в 35–40 % случаев является причиной развития рака. Онкологи полагают, что причинами, запускающими формирование опухолевого процесса, являются употребление пережаренной пищи; продуктов, имеющих в своём составе канцерогены (сухарики, чипсы, кола), приверженность фаст фуду и др. [4, 5]. Специалистами по онкологии выделены ряд продуктов, способствующих возникновению раковых опухолей, которые встречаются в нашем рационе питания в повседневной жизни: соль; сахар, алкоголь; газированные напитки, в частности кола; чипсы; глубоко переработанное мясо (в виде колбас и сосисок).

Вместе с тем, «природная аптека» располагает продуктами, которые помогают бороться с образованием опухолей, являются полезными в профилактике онкологии. Это такие продукты как лук и чеснок; зелень (петрушка, укроп и т.д.); зелёный чай; грецкие орехи, полынь, капуста-брокколи и др. [2, 3, 6]. Изменение характера питания – замена жареной пищи на отварную; соблюдение режима питания, исключение чрезмерного употребления продуктов, содержащих сахар, могут существенно снизить риск заболеваемости раком.

В целях изучения рисков, обусловленных нерациональным и некачественным питанием, нами было проведено анкетирование группы лиц в возрасте от 18 до 26 лет [1]. Анкета содержала вопросы, позволившие определить отношение молодёжи к характеру питания, а следовательно, к собственному здоровью. По итогам анализа сведений, полученных при анкетировании, установлено, что 40 % опрошенных в той или иной степени не придерживаются режима питания, рекомендаций по здоровому питанию, употребляют «вредные» продукты, полагая при этом, что питаются правильно.

Таким образом, употребление в пищу жареных продуктов, чипсов, а также напитков «кола», питание в системе предприятий «фаст фуда» привлекательны для 45 % лиц молодого возраста, что отражает высокий риск формирования у них онкологических процессов. Кроме того, 50 % опрошенных ничего не знали о продуктах, обладающих антионкогенными свойствами, и 38,9 % опрошенных, думают, что питание не может повлиять на возникновение онкологических заболеваний.

Очевидно, что игнорирование молодёжью рисков развития опухолей, обусловленных нерациональным питанием и вредными привычками алиментарного характера, является негативной тенденцией и требует усиления разъяснительной работы среди молодых лиц, воспитания культуры здорового питания как базовой основы здорового образа жизни и долголетия.

Резюме. Для того чтобы снизить распространение онкологических заболеваний, по нашему мнению, необходимо:

- пропагандировать здоровый образ жизни среди молодёжи, делая больший акцент на здоровом питании;
- распространять в социальных сетях, в вузовских изданиях информацию о продуктах питания, обладающих протективными (защитными) свойствами при онкологии, а также информации о тех продуктах питания, процессах приготовления пищи, привычках в питании, которые вызывают раковые опухоли.
- формировать в молодёжной среде культ здорового образа жизни, основанный на физической активности, здоровом питании, искоренении вредных привычек;
- рекомендовать (в интересной и привлекательной для молодёжи форме) употребление продуктов с доказанной профилактической противоопухолевой эффективностью: моркови, свёклы, сельдерея, разных видов капусты и салата, зелени, имбиря, яблок, орехов, ягод, др. (овощей и фруктов); перечень продуктов корректировать в соответствии с рекомендациями специалистов по питанию и онкологов;
- воспитывать у молодых людей осознанную необходимость в регулярном обследовании с целью ранней диагностики онкологических болезней.

Список литературы

1. Анкетирование. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.google.com/forms/d/1SOiUTCd0J8GTWeWnv8DNXVoOtnaVFsY1DnZ74fv5jWs/edit#responses> (Дата обращения 23.04.2016).
2. Профилактика рака. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.who.int/cancer/prevention/ru/> (Дата обращения 23.04.2016).
3. Продукты, полезные для профилактики рака. Правильное питание. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://meduniver.com/Medical/profilaktika/profilaktika_raka.html (Дата обращения 23.04.2016).
4. Какие продукты вызывают рак? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bible-facts.ru/1022-vsya-pravda-o-bolezni-rak.html> (Дата обращения 23.04.2016).
5. 15 продуктов, которые могут вызывать рак. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://expert.ru/2015/04/1/15-produktov-kotoryie-mogut-vyizyivat-rak/> (Дата обращения 23.04.2016).
6. 40 продуктов для профилактики рака. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wday.ru/krasota-zdorovie/encyclopedia-zdorovia/pyat-produktov-dlya-profilaktiki-raka/> (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 379

Черевач Е.О. – студентка (KaterinaOlegovna1606@gmail.com); Глушенков А.В. – доцент (Andreyglushenkov@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Эволюция развития индустрии гостеприимства в городе Сочи

Аннотация. В данной статье рассмотрена хронология развития города Сочи как курорта и влияние Олимпийских Игр на развитие индустрии гостеприимства. Будут описаны прогнозы гостиничного бизнеса до 2020 года.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, индустрия гостеприимства, Олимпийские Игры, гостиницы, развитие, туризм, курорт.

Cherevach E.O. – student (KaterinaOlegovna1606@gmail.com); Glushenkov A.V. – Associate Professor (Andreyglushenkov@mail.ru), SSU, Sochi, Russia

Evolution of the development to industry hospitality in city Sochi

Abstract. This article describes the chronology of the development of Sochi as a resort and the impact of the Olympic Games on the development of the hospitality industry. Forecasts of hotel business will be described until 2020.

Keywords: hotel business, hospitality industry, Olympic Games, hotels, development, tourism, resort.

Актуальность. Развитие гостиничного бизнеса всегда было напрямую связано с притоком туристов. Сочи начал свое развитие еще в период Советского Союза, но в период 90-х г.г. XX века в сфере гостеприимства наступают сложные времена, что приводит к сокращению туристов. Каким образом Сочи смог выйти на уровень мирового масштаба. Именно об этом будет говориться в данной статье.

Целью статьи является выявление периодов спада, и роста индустрии гостеприимства в Сочи, и ее развитие после Олимпийских Игр 2014 года.

Результаты исследования. В настоящее время гостиничный бизнес является довольно молодым направлением деятельности, но он уже занимает лидирующие позиции. Индустрия, которая начала свое развитие с караван-сараев и постоянных дворов сегодня представляет собой огромные гостиничные цепи в различных уголках мира.

Индустрия гостеприимства очень сильно зависит от количества туристов. А значит, основной бум развития пришелся на то время, когда люди получили возможность

путешествовать чаще и с комфортом (с появлением первых кораблей, пассажирских поездов, самолетов).

В России индустрия гостеприимства, как самостоятельная сфера сформировалась не так давно. Одним из периодов ее развития считается XIX–XX вв. В этот период в стране были построены известные гостиничные предприятия, а некоторые из них даже продолжают функционировать и сегодня. Но в России на тот момент еще не был сформирован свой собственный стиль здания гостиницы, поэтому многие из них были построены по европейским стандартам архитектуры, интерьера и гостеприимства. После революции большая часть гостиниц в России была национализирована.

С установлением Советской власти бурное начинается развитие города, как курорта. В 1934 году было положено начало реконструкции Сочи-Мацестинского курорта под руководством А.Д. Метелёва. Так же были созданы новые санатории, театры, гостиницы и иная инфраструктура. Но, к сожалению, они не отвечали общепринятым европейским стандартам. Уровень благоустроенности был очень низким: мебель использовалась обычно старая, освещение в номере было плохое. Так, большая часть номеров не соответствовала санитарным нормам. В годы войны был нанесен серьезный урон по индустрии гостеприимства, многие гостиницы были изменены под госпитали.

После войны начинается новый этап развития индустрии гостеприимства. Реконструкции были подвержены не только заводы, но также гостиницы. А также началось масштабное строительство санаториев, пансионатов, туристических баз и детских оздоровительных лагерей на территории всей страны, в том числе Сочи. Открытие различных санаториев, гостиниц, детских оздоровительных лагерей, а также выход к морю сделали Сочи одним из самых популярных курортов Советского Союза. Недаром его очень часто также называли «Всероссийской здравницей».

Но с падением СССР и экономико-политической нестабильностью в стране приток туристов в город-курорт Сочи резко сокращается. В индустрии гостеприимства наступают тяжелые времена.

19 апреля 1993 года город-курорт Сочи приобретает статус курорта федерального значения.

В июле 2007 года в Гватемале на 119 сессии Международного олимпийского комитета (МОК) Сочи был выбран как город-хозяин Зимних Олимпийских и Паралимпийских Игр в 2014 году. В городе началась широкомасштабная подготовка к Олимпиаде. Объемы инвестирования в город Сочи составляли около 1,5 трлн. рублей. В городе было построено 14 олимпийских объектов, которые также можно использовать в туристских целях для проведения экскурсий и конференций. Были построены и реконструированы 46 гостиниц, среди них были и отели мировых цепей, таких как Redisson, Haytt, Marriot, Rixos и многие другие.

Зимний курорт Красная Поляна получил ласковое название «Маленькая Швейцария». Его архитектура и инфраструктура новых сооружений стала соответствовать европейским стандартам. Великолепные пейзажи гор и ультрасовременные отели поражают красотой. Масштабная реконструкция города Сочи преобразила курорт до неузнаваемости.

В 2010 году был подписан договор о проведении Гран-при Формулы 1 России в Сочи в 2014 году. Срок действия договора до 2020 года. Таким образом, два крупномасштабных мероприятия, следующих друг за другом (сначала Олимпиада, затем Формула 1), изменили внешний облик Сочи. Некоторые эксперты говорили, что Олимпиада 2014 года вдохнула в город-курорт новую жизнь, дала второй шанс выйти на мировой уровень.

Многие люди давали пессимистическую оценку развития гостиничной индустрии после Олимпиады в связи с политической нестабильностью в мире, неоднократно повторялось, что отели будут пустовать из-за низкого притока туристов. Но их прогнозы себя не оправдали. В Сочи с удовольствием приезжают отдыхать как российские, так и иностранные туристы, город выступает организатором различных мероприятий и конференций мирового значения. Огромный приток туристов во время и после Олимпиады дал мощный толчок развитию

индустрии гостеприимства и, в частности, гостиничного бизнеса в виде увеличения номерного фонда и улучшения качества гостиничных услуг.

В декабре 2010 года в Цюрихе было оглашено имя страны-хозяйки FIFA 2018: ею стала Россия. В сентябре был составлен список городов, в которых пройдет чемпионат мира, среди них есть и Сочи.

Так, благодаря Олимпиаде 2014 года и последующим событиям, Сочи вышел из туристского кризиса. Город преобразился на глазах. Теперь Сочи может по праву читаться круглогодичным курортом.

По данным экспертов-аналитиков, в 2015 году город принял 6,1 млн. человек. Это на целых шесть процентов больше, чем во время Олимпиады в 2014 году. Увеличилось количество туристов, следовательно, и заполняемость гостиничных номеров стала выше. Летом 2015 года этот показатель достиг 77 процентов, а среднегодовая загрузка здравниц составила 94 процента. В 2016 года году, по словам мэра города Сочи рассчитывает принять более 6,2 млн. гостей, что обеспечит почти 100 % загрузку гостиниц и санаториев. Многие туроператоры разделяют эту точку зрения, т.к. считают, что большое количество культурно-массовых мероприятий, которые будут проводится на курорте, способствуют привлечению большего числа туристов.

Но не стоит забывать, что в 2014 году в состав Российской Федерации вошла Республика Крым и город федерального значения Севастополь. В связи с этим Российское правительство сократило инвестирование в город Сочи и перенаправило средства на восстановление и развитие индустрии гостеприимства в республике. В этом году республика Крым планирует принять до 6 млн. гостей, что не намного меньше, чем в Сочи. Значит, Крым может стать достойным конкурентом курорта федерального значения Сочи.

Выводы. Проанализировав хронологию развития индустрии гостеприимства и как следствие, гостиничного бизнеса, можно заметить, что в Сочи до 1990-х г.г. наблюдается рост и развитие рекреационной сферы, затем спад, и вновь начинается активное развитие курорта с 2010 года. По прогнозам экспертов до 2020 года приток туристов в город будет только увеличиваться, а соответственно индустрия гостеприимства будет развиваться.

Список литературы

1. Сочи – курорт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (Дата обращения 23.04.2016).
2. Развитие индустрии гостеприимства в преддверии мероприятий. Юг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e.vkusov.net/obzory/item/1193> (Дата обращения 23.04.2016).
3. Направления развития постолимпийского Сочи. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.basel.ru/highlights/pyat-klyuchevykh-napravleniy-postolimpiyskogo-razvitiya-sochi/> (Дата обращения 23.04.2016).
4. Основы индустрии гостеприимства / Д.И. Елканова, Д.А. Осипов, В.В. Романов, Е.В. Сорокина. – Сочи, 2010. – 248 с.

УДК: 379

Штомпель Л.В. – доцент (lorelein2003@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Инвестиционный маркетинг территорий как инструмент воздействия на создание туристского кластера

Аннотация. В данной статье проанализирован механизм конкурентоспособности российской экономики. Определена актуальность создания кластеров в регионах страны. Выделена роль кластерной политики в социально-экономическом развитии регионов.

Ключевые слова: кластер, кластерная политика, конкурентоспособность, социально-экономическое развитие, маркетинг территорий.

Investment marketing territory as instrument of the influence on creation tourist region

Abstract. This article analyzes the competitiveness of the Russian economy. Term «cluster development» is all more frequent used for development of strategies of socio-economic development of the Russian regions. A cluster policy, as key mechanism of increase of competitiveness of the Russian economy, is in-process examined. Paid attention to that a positive effect from realization of cluster policy can be attained only at her concerted application with the complex of other economic measures.

Keywords: competitiveness, cluster, cluster policy, marketing of territories.

Актуальность. Важнейшими составляющими современной национальной экономики любой страны являются регионы и их развитие. Возможность применения кластерного подхода, как основы повышения конкурентоспособности, возможно, в ситуации изменений, происходящих в экономике страны. При обсуждении перспектив развития российской экономики одним из наиболее популярных в настоящее время является термин «кластер». Основой формирования микроэкономической политики регионов является изучение и создание кластеров в регионах, что является весьма актуальным в настоящее время.

Результаты исследования. Теоретически понятие «кластер» описал маркетинголог и экономист М. Портер. По определению этого исследователя, кластер (промышленная группа) – это группа компаний, которые взаимосвязаны между собой, с этими компаниями взаимодействуют организации, действующие в определенной сфере. Это организации характеризуются общностью деятельности, они дополняют друг друга.

Кластеры – это сообщество фирм, связанных отраслей, взаимно дополняющих друг друга и способствующих росту своей конкурентоспособности. Кластер – это так называемая точка отсчета внутреннего рынка.

Построение кластеров связано с необходимостью объединить в рамках одной особой зоны производственные бизнес – проекты в конкретной технологической области, системы проектирования новых продуктов или туристских услуг. Кластер функционирует только в определенной среде, в благоприятных условиях. Эти условия определяются экономическими, политическими, природными, социокультурными факторами, обеспечивающими конкурентоспособность туруслуг. Согласно мировому опыту кластер – это наиболее эффективная и гибкая структура в условиях рынка. В основе кластерной политики лежат два важных принципа – конкуренция и кооперация.

В развитии туристской инфраструктуры играют большую роль туристские кластеры и региональная политика, основанная на кластерах. Туристский кластер – это совокупность организаций и фирм, взаимодействующих в развитии туристского продукта в определенных географических границах. Туристский кластер можно определить как сосредоточение взаимосвязанных организаций и предприятий, в рамках одной ограниченной рекреационной территории, которые разрабатывают, производят, продвигают и продают туристский продукт. Так же эти предприятия осуществляют смежную с рекреационными услугами и туризмом.

Кластерная политика – это система государственных мер и механизмов поддержки кластера, которая обеспечивает повышение конкурентоспособности региона и внедрение инноваций. Кластерный подход к организации российского туризма находится на начальных стадиях своего развития. Элементы кластерной политики в РФ определены в Концепции долгосрочного социально-экономического развития страны до 2020 г. Концепция кластерной политики, принятая Правительством РФ в 2008, отражает организационные принципы формирования кластеров.

Основным инструментом воздействия на создание туристского кластера может являться инвестиционный маркетинг территорий, который создаст благоприятные условия для развития. Туристские кластеры формируются на базе ключевых туристско-рекреационных

ресурсов региона. Говоря о примерах туристских кластеров в РФ, территориями, где могут сформироваться туристские кластеры, являются следующие рекреационные районы (зоны): побережье Черного моря, включающее курорты Краснодарского Края, оз. Байкал, культурно-исторические центры Центральной части России, регионы Западной Сибири.

Формирование кластера способствует росту внутреннего туризма. Функционирование кластера позволит сохранить не только природные ресурсы, но и культурно-историческое наследие страны. С помощью кластеров будет развиваться сфера услуг, совершенствоваться инфраструктура территории. Государство с помощью кластеров сможет использовать новые рыночные тенденции социально-экономического развития региона, планирования ресурсов и развития территорий. Кластер выступает в качестве продукта действия рыночной экономики, где особо определена роль человеческого фактора, идет процесс ориентации на конечного потребителя. Компетентное проведение кластерной политики будет способствовать сбалансированному развитию хозяйства страны и повышению жизненного уровня населения.

Резюме. Кластерный подход развития территорий будет эффективен для решения проблем развития туристской сферы региона, что позволит организовать эффективное сотрудничество регионов страны, таким образом, создавая возможность инновационного роста туристской инфраструктуры.

Список литературы

1. Александрова, А.Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования / А.Ю. Александрова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2011. – № 1.
2. Проблемы современной экономики / Евразийский международный научно-аналитический журнал. – 2014. – №4.
3. Концепция кластерной политики // Деловая пресса. – 2012. – №2.
4. «Первый кластер» // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2013. – №2.

III. Исследования в области технического и транспортного сервиса

УДК: 796.332:796.093.1:338.049

Гречишкина О.А.; Мальчикова С.В.; Сидорова О.Ю. – студентки (svetlankamalchikova@mail.ru), Кулезнев В.Н. – профессор, к.п.н., ЮЗГУ, г. Курск, Россия

Перспективы в строительстве и организации инфраструктуры для проведения Чемпионата Мира по футболу 2018 года

Аннотация. В данной статье рассмотрены перспективы улучшения инфраструктуры для объектов, строящихся к XXI Чемпионату Мира по футболу 2018 г., а также проблемы, сопутствующие этому мега проекту.

Ключевые слова: Чемпионат Мира по футболу, инфраструктура, транспортное сообщение, строительство.

Grechishkina O.A.; Malchikova S.V.; Sidorova O.Y. – students (svetlankamalchikova@mail.ru); Kuleznev V.N. – professor, SWSU, Kursk, Russia

The perspective of construction and infrastructure for the XXI FIFA World Cup of 2018

Abstract. This article views perspectives of infrastructure development for the objects, which are being prepared for the XXI FIFA World Cup 2018, also this article views problems which go with this huge project.

Keywords: FIFA World Cup, infrastructure, transport connection, construction.

Актуальность. Решение о проведении в России XXI Чемпионата Мира по футболу в 2018 году было принято 2 декабря 2010 года в Цюрихе членами Международной федерации футбола. Помимо России претендентами на проведение Чемпионата Мира 2018 года выступила Англия, а также поступили двойные заявки от Испании – Португалии и Бельгии – Нидерландов. Экс-президент ФИФА Йозеф Блаттер объяснил причину, по которой двойные заявки были отклонены. Это связано с тем, что Чемпионат Мира должен проводиться на территории одной страны. Победу в голосовании одержала Россия. Она готовится принять Чемпионат Мира по футболу, который запланирован на период с 14 июня по 15 июля 2018 года.

Цель работы оценить перспективы в строительстве и организации инфраструктуры для проведения Чемпионата Мира по футболу 2018 года.

Результаты исследования. К Чемпионату Мира запланировано построить 12 стадионов, а также 113 тренировочных площадок. Они будут располагаться в 11 городах России: Казань, Калининград, Волгоград, Саранск, Москва, Сочи, Екатеринбург, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Ростов-на-Дону, Самара.

Неоднократно предпринимались попытки о бойкоте Чемпионате Мира в России 2018 г. Многие из организаций, попавших под санкции, финансируют некоторые виды спорта и спортивные команды. Так санкции включили в себя ведущие нефтяные компании: «Роснефть», которой принадлежат хоккейный ЦСКА и футбольная «Томь», также она поддерживает биатлон и лыжные гонки; «Газпромнефть», курирующая омский «Авангард», петербургский СКА, «Зенит» и футбольный клуб «Царевна звезда» из Сербии. «Сбербанк России» был одним из спонсоров Олимпийских игр в России. В связи с этим пересмотрен бюджет страны [1, с. 250–251].

Оргкомитет России, в лице Алексея Сорокина, заявил, что падение курса рубля не отразится на бюджете, выделенном для проведения ЧМ по футболу. Приблизительная сумма

затрат на ЧМ составляет 664 млрд. рублей, из которых Федеральный бюджет выделит 336 млрд. рублей.

На самом деле бюджет строящихся к Чемпионату Мира объектов на текущий момент ввиду экономического кризиса и введенных санкций имеет тенденцию к изменению затраченных средств, а именно: к повышению от текущего курса рубля, к снижению от дефицита бюджета и сокращения государственной доли бюджета.

Таблица 1

Стадионы, задействованные в розыгрыше Чемпионата Мира по футболу 2018 г.

Город, название стадиона	Строительство (реконструкция)	Вместимость стадиона (чел.)	Год введения в эксплуатацию	Бюджет (млрд. руб.)
Москва, «Стадион Лужники»	Реконструкция	81000	2016	19,0
Москва, «Открытие-Арена»	Строительство	45000	2014	14,5
Санкт-Петербург, «Зенит-Арена»	Строительство	70000	2016	43,8
Ростов-на-Дону, «Левбердон Арена»	Строительство	45000	2017	20,2
Сочи, «Стадион Фишт»	Реконструкция	48000	2016	27,0
Саранск, «Мордовия Арена»	Строительство	45000	2017	17,1
Самара, «Космос Арена»	Строительство	45000	2017	16,0
Волгоград, «Арена Победа»	Строительство	45000	2017	17,0
Казань, «Казань Арена»	Реконструкция	45000	2013	12,0
Екатеринбург, «Екатеринбург Арена»	Реконструкция	44130	2017	12,0
Нижний Новгород, «Стадион Нижний Новгород»	Строительство	45000	2017	17,0
Калининград, «Стадион Калининград»	Строительство	45000	2015	11,0

В большинстве случаев запланированная сумма не является окончательной. Ярким примером этого служит проведенная в Сочи Зимняя Олимпиада 2014 г., где сумма затрат составила около 1,5 трлн. рублей, что в 5 раз превысило запланированную стоимость.

Такая же ситуация происходит и со стадионом в Санкт-Петербурге «Зенит-Арена», где первоначальная стоимость стадиона была 6,7 млрд. рублей. На сегодняшний день она уже превысила 43,0 млрд. рублей. Такие затраты оправдывают ожидания, потому что «Зенит-Арена» единственный стадион на северном географическом уровне с выкатным полем и закрывающейся крышей.

Крыша, «парящая» над чашей стадиона, является одной из главных концептуальных особенностей проекта. Она реализована через ряд уникальных технических решений, в первую очередь через сложную систему вант и стоек [2].

Технология выкатного поля позволяет быстро менять покрытие поля, что обеспечит круглогодичное использование стадиона после Чемпионата Мира не только в качестве спортивной арены, но как концертную и выставочную площадку.

5 апреля 2016 г. состоялся визит делегации ФИФА. Директор Департамента Международной федерации футбола по проведению соревнований Колин Смит высказал свое мнение о результатах строительства стадиона «Зенит-Арена»: «Это будет фантастический стадион, один из лучших среди подобных. Но существуют логистические проблемы транспортной доступности, остаются вопросы по урегулированию потоков зрителей. Но все преодолимо, мы удовлетворены гарантиями, которые дает Россия» [3].

Проведение Чемпионата Мира позволит привлечь туристов, в том числе иностранцев. Для этого необходимо повысить качество автомобильных дорог и путей железнодорожного транспорта. Так, в Санкт-Петербурге из бюджета города дополнительно выделяют на

улучшение качества дорог 4 млрд. рублей. В Москве в связи с Чемпионатом Мира была открыта новая станция метрополитена «Спартак».

Помимо этого, в целях улучшения инфраструктуры в Москве построят для гостей футбольного турнира две гостиницы в Тушино, а также отели.

Также в районе спортивного комплекса «Открытие Арена» будет построена речная пристань, рассчитанная как на футбольных болельщиков, которые будут посещать матчи на стадионе «Спартак» во время Чемпионата мира по футболу и после проведения турнира, так и на туристов. Кроме пристани, здесь будет построен крупный жилой комплекс, включающий все объекты социальной инфраструктуры [4].

В случае если понадобится оперативная доставка зрителей, нужно сделать доступными вертолетные площадки, при необходимости обеспечить доступ воздушного и водного транспорта. Все эти виды транспортной доступности в полном объеме будут реализованы в следующих городах: Москва, Санкт-Петербург, Волгоград, Калининград и Сочи.

Так, например, еще перед проведением Олимпийских игр в Сочи было решено построить порт в устье реки Мзымта в Имеретинской низменности. Данный проект не был реализован, что связано с природными катаклизмами города Сочи. В декабре 2009 г. на город обрушился сильнейший шторм, который унес человеческие жизни и повлек за собой финансовые потери.

Выводы. Таким образом, на основании вышеизложенного материала, можно сделать следующий вывод: такие масштабные проекты возлагают на страну-организатора следующие обязанности: правовые и финансовые, которые, как правило, регламентированы уставом и уже сложившейся практикой проведения подобных мероприятий. В этой связи, самым главным является наличие соответствующей инфраструктуры. Следовательно, в независимости от текущего состояния экономики страны-организатора, политики внутреннего и международного уровня, ФИФА обязывает в установленные сроки подготовить всю инфраструктуру городов для исследований и полной готовности всех заявленных объектов для успешного проведения данного мероприятия. Международная структура проводит периодический контроль над состоянием и сроками введения в эксплуатацию объектов.

Список литературы

1. Студенческие научные исследования в сфере туризма и спортивного менеджмента: Материалы VII Международной студенческой научно-практической конференции, г. Сочи, 20–21 мая 2015 г. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВПО «СГУ», 2015. – 338 с.
2. «Трансстрой» завершил установку раздвижной крыши «Зенит-Арены» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://neva.today/news/115902/> (Дата обращения: 04.04.2016).
3. Специалисты ФИФА проверяют, как готовят российские стадионы к Чемпионату мира по футболу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.1tv.ru/news/sport/305300> (Дата обращения: 06.04.2016).
4. Открытие Арена к ЧМ 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://futbol1.ru/moskva/otkrytie-arena.html> (Дата обращения: 08.04.2016).

УДК: 62

Керимов К.В. – студент (q_urban@mail.ru); Брюханова Г.Д. – профессор (bryukhanov2@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Обострение конкуренции в автомобильной промышленности: проблемы экологического характера и пути их решения

Аннотация. В работе исследованы проблемы соответствия дизельных двигателей экологическим стандартам, перехода на электродвигатели, отражены вопросы конкуренции на международном рынке автомобильной промышленности, перспективы развития автомобилестроения.

Ключевые слова. Дизельные, бензиновые двигатели, экологические требования, электродвигатели, конкуренция.

Kerimov K.V. – student (ey173@rambler.ru); Bryukhanova G.D. – professor (bryukhanov2@mail.ru), SSU, Sochi, Russia

Increased competition in the automotive industry: environmental concerns and their solutions

Abstract. In this article the problem of compliance of diesel engines with the environmental standards, switching to electric motors, addresses the issues of competition in the international market of the automotive industry, development prospects of the automotive industry.

Keywords. Diesel, petrol engines, environmental requirements, electrical motors, competition.

Актуальность. Проблема экологии транспорта (транспортных средств и необходимой для их эксплуатации инфраструктуры) относится к наиболее острым для современных городов. Загрязнение придорожных территорий и автомоечных комплексов тяжёлыми металлами, весомый вклад выхлопных газов от действующих двигателей в формирование кислотной нагрузки на воздушную среду и регулярное появление кислотных дождей, рост затрат на модернизацию бензиновых и дизельных двигателей вынуждают разрабатывать альтернативные конструкции транспортных средств.

Цель работы – исследование современных подходов к повышению экологических стандартов и разработке новой экологической концепции при производстве двигателей транспортных средств.

Результаты исследования. Концерн «Volkswagen» стал фигурантом экологического расследования в США (двигатели фирмы, как выяснилось, не соответствовали экологическим требованиям США, что скрывалось представителями производителя), итоги которого привели к отставке главы концерна Мартина Винтеркорна, под сомнение была поставлена экономичность всех дизельных двигателей. В целях исследования причины такого пристального внимания к «Volkswagen» и вероятных последствий для всей отрасли в целом проведён анализ сведений, характеризующих глубину проблемы.

Началось все в 2014 г. с масштабного исследования двух организаций: Международного совета по экологичному транспорту ICCT (International Council on Clean Transportation) и американского Университета Западной Вирджинии. В Европе оно было приурочено к вступлению в действие «Евро-6», а в Америке для пропаганды дизелизации. Задача выполнить полноценное исследование по промышленной методике – на стенде с беговыми барабанами, соблюдая не только ездовой цикл, температуру, влажность и еще массу параметров перед исследователями не стояла. Вместо этого представители американского отделения ICCT пошли другим путем: они взяли около полусотни дизельных легковых автомобилей 15 марок из тех, что продают в США, накатали на них более 6000 км, попутно замеряя концентрацию вредных веществ в выхлопе с помощью портативных газоанализаторов в багажниках.

Эксперименты хотели доказать экологичность дизельных двигателей, но оказалось, что по выбросам окислов азота NO_x (а именно к ним современные требования к дизелям регламентируют строже всего) автомобили Hyundai, например, превысили в среднем в 7 раз, Volvo – в 15 раз. Антирекорд поставили 3 седана марки Volkswagen – все с двухлитровым двигателем марки EA189. И если Passat 2012 модельного года при движении в черте Лос-Анджелеса в черте города превысил американские нормы Tier 2 Bin 5 по выбросам NO_x в 20 раз, то Jetta 2011 года на улицах Сан-Диего и за городом – в 38 раз!

Однако, сенсацией это не стало. Во-первых результаты схожих замеров с примерно аналогичными результатами уже публиковались (например, в тесте авторитетного немецкого автоклуба ADAC MAZDA 6 с дизелем 2.2 и BMW 320d в семь – восемь раз превысили норматив по выбросам NO_x). Кроме того, результаты дорожных испытаний всегда отличались

от стендовых, поэтому у автопроизводителей оставалась возможность ответить, что на беговых барабанах результаты испытаний соответствуют нормативам.

Ситуация с тестами ICCT тоже могла бы остаться незамеченной, но на неё среагировали ведомства США: управление по охране окружающей среды EPA и Калифорнийский совет по ресурсам атмосферы CARB. Начатое ими в сентябре 2013 г. расследование закончилось официальным предупреждением американскому отделению концерна «Volkswagen». Испытатели EPA и CARB, вооруженные всей необходимой аппаратурой, подтвердили значительное превышение токсичности выхлопа во время езды по дорогам. Однако испытания на беговых барабанах показывали, что все в норме, при этом отмечена интересная особенность: как только любой Volkswagen с двухлитровым турбодизелем AE189 на стенде начинали проверять по сертифицированной процедуре, блок управления двигателем тут же автоматически распознавал ездовой цикл и переключался на работу по другой, более «экологичной» программе.

Эта ситуация не стала неожиданной для испытателей, поскольку ранее неоднократно её выявляли при замерах моделей других фирм. Так, например, в использовании такого софта, который работал только на беговых барабанах, были уличены General Motors в 1996г. и Форд два года спустя, но для этих компаний все закончилось относительно благополучно: на компенсации и перепрограммирование электроники GM и Ford потратили всего 11 и 7,8 миллиона долларов соответственно.

«Volkswagen» также пошёл по этому пути и, отозвав около полумиллиона своих автомобилей с проблемными дизелями, проданных в США с 2009 г. по 2014 г., для перепрошивки блока управления двигателем, предоставил CARB доработанный двигатель.

Повторная проверка состоялась в мае, однако, оказалось, что «Volkswagen» после модернизации всё же не смог уложиться в нормативы по выбросам NO_x не только на дорогах, но и слегка превысил дозволённый лимит на некоторых стендовых заездах. Именно это стало истинной причиной разразившегося 18 сентября конфликта между экологическими и техническими службами США и производителем. Более того, представители страны-эксперта поняли, что им ранее представляли недостоверные данные относительно эксплуатационных характеристик двигателей страны-производителя.

Так, по информации немецких изданий «Spiegel» и «Bild am Sonntag», на дизелях серии AE 189 ещё с 2007 г. использовали специальные тест-программы фирмы «Bosch», предназначенные исключительно «для внутреннего пользования», чтобы с гарантией пройти жесткие сертификационные тесты для рынка США, где особое внимание обращают именно на оксиды азота NO_x (специалисты полагают, что именно они, разлагаясь под воздействием солнечного света, активно участвуют в формировании кислотных осадков и образовании знаменитого калифорнийского смога). Оказалось, что в выхлопных газах дизелей доля оксидов азота при прочих равных больше, чем у бензиновых моторов. Это прямое следствие большей эффективности двигателей с воспламенением от сжатия: сгорание топливоздушная смеси с большим избытком воздуха в дизелях приводит к росту концентрации NO_x – своеобразная расплата за экономичность.

Вместе с тем, известно, что дизели выбрасывают меньше угарного газа CO: стандарт «Евро-6» допускает до 0,5 г/км для дизельных машин, и 1 г/км – для бензиновых. Для оксидов азота различие в допусках сейчас меньше: лишь 0,08 и 0,06 г/км соответственно. Остаётся не вполне ясным, почему NO_x , который на 90–95 % состоит из почти безвредного для человека монооксида азота NO, в США считают в десять раз более токсичным, чем угарный газ.

Очевидно, что действующие экологические нормы направлены именно против дизельных двигателей. Так, американские нормы Tier 2 Bin 5 вообще устанавливают для NO_x одинаково низкую планку: всего 0,05 г/км вне зависимости от типа двигателя. Выполнить эти нормативы можно только со специальным нейтрализатором и впрыском мочевины (AdBlue), которых на подвергшемся экспертизе дизеле AE189 не было. Между тем, «Mercedes», например, изначально ставил систему впрыска AdBlue на все дизельные легковые моторы в США, предпочитая не подвергать свою деятельность риску астрономических штрафов.

В отношении «Volkswagen» концерну грозит штраф в 18 млрд. долларов и отзыв всех

проданных в Америке автомобилей концерна VW с дизелями EA189 для перепрошивки, однако, в случае технологической невозможности обеспечения американских нормативов на уже проданных немецких моделях может понадобиться либо оснащение всех проданных 500 тыс. машин более эффективными системами очистки выхлопных газов (если технически это возможно, то затраты составят несколько тыс. долларов на каждый автомобиль), либо обменять, в судебном порядке, не выдержавшие экологического тестирования Фольксвагены на новые.

К этому следует добавить, что по всему миру продано 11 миллионов машин марок «Volkswagen», «Audi», «Seat» и «Skoda» с дизелями EA189. Не исключено, что «обманные» программы были задействованы лишь на машинах для американского рынка. Но и в Европе задумались о необходимости проверки всех автоконцернов без исключения, тем более, что производители находят способы обойти строгие экологические требования.

Так, у большинства Мерседесов, экологический режим еще с 2011 г. является основным. Однако, если потребителя не устраивает такой «экономный» режим двигателя, с помощью одной лишь кнопки он может переключить его на более активный. При этом сертификацию автомобиль пройдет успешно – в экологически требуемом режиме «по умолчанию», а в процессе эксплуатации выбросы будут больше, но формально производителем выполнены экологические требования страны-импортёра.

В целях обеспечения прозрачности процедур тестирования и повышения ответственности производителя за выполнение экологических требований необходимо предписывать автопроизводителям укладываться в них при любых режимах работы двигателя, от «эко» до «спорта». Очевидно, что при существующих технических возможностях производства выполнение жесточайших нормативов по NO_x при замерах по более реалистичной процедуре представляется трудно разрешимой задачей, болеет того, специалисты нередко называют дизель «хромой уткой», обреченной на гибель из-за его современных конструктивных особенностей.

Еще одной альтернативой бензиновому автодвигателю является электродвигатель. В 2014 г. доля электромобилей в Норвегии достигла впечатляющего показателя в 20,3 %, т.е. каждое пятое транспортное средство, зарегистрированное в этой скандинавской стране, имеет электрический двигатель. Произошло это во многом благодаря усилиям государства. Покупка электрокара не облагается налогом, владельцам таких автомобилей предоставляется бесплатный проезд по платным участкам трасс, а также льготная парковка в центрах крупных городов. Этот тренд сейчас поддержан по всему миру, но одной из самых удобных стран для тех, кто планирует отказ от бензина, является США. Например, на западном побережье – в г. Сан-Диего, г. Сан-Франциско и г. Портленде расположены по 100 «заправочных» станций для таких машин.

Более того, компания Элона Маска уже создала сеть станций зарядки электродвигателей «Тесла Supercharger», оснащенных станциями супер-быстрой зарядки, но их могут использовать только автомобили марки Tesla. Такие станции уже появились в США, Нидерландах, Германии, Австрии и Швейцарии, кроме того, США объявили что через три года сеть электроавтозаправочных станций будет покрывать всю страну (рис. 1).

Для того, чтобы оценить реальные возможности электромобилестроения, оценим преимущества и недостатки электродвигателей.

Преимущества:

- 1) эффективные (преобразует в механическую около 60 % электрической энергии, в то время как машина на бензиновом топливе использует его с эффективностью в 17–20 %);
- 2) с точки зрения экологии двигателя такие автомобили просто идеальны;
- 3) использование такого автомобиля значительно дешевле бензинового аналога;
- 4) наличие возможности экстренного торможения электродвигателем, находящимся в режиме электромагнитного тормоза;
- 5) низкий уровень шума.



Рис. 1. Планы США по распределению станций для зарядки двигателей электромобилей

Недостатки:

- 1) в текущий момент в большинстве стран еще нет развитой сети электрических заправочных станций;
- 2) короткий пробег и ограниченная скорость;
- 3) частая замена батареи (срок эксплуатации 3–10 лет);
- 4) отсутствие шума движения и обусловленный этим риск для пешеходов;
- 5) длительное время подзарядки;
- 6) высокая стоимость;
- 7) низкая грузоподъемность;
- 8) необходимость резкого роста производства электроэнергии при всё ещё нерешённых проблемах его экологизации;
- 9) слабые эксплуатационные характеристики на труднодоступных трассах.

Еще одной очень серьезной причиной, затрудняющей отказ от бензиновых двигателей в пользу электрических является то, что изначально, согласно прогнозам, цена на нефть должна была стабильно расти. Это сделало бы электромобили господствующим средством передвижения в будущем. Однако стоимость нефти резко снизилась со 100 долларов за баррель и уменьшилась более чем в 2 раза, что усложнило задачу популяризации электродвигателей и резко ограничило их конкурентоспособность. Так, по прогнозным оценкам специалистов США в области возобновляемой энергетики, дешёвая нефть начнёт отрицательно сказываться на продажах работающих на электричестве машин уже в 2016 году.

Вероятно, в будущем электромобили займут достойное место среди средств передвижения, но сможет ли индустрия стабильно развиваться до тех пор, пока это будущее не наступит, остаётся неясным. На то, чтобы привычные сегодня машины на бензине появились в каждом городе и деревне, ушли десятилетия, между тем, конструкторы уже разрабатывают модели индивидуальных летательных транспортных средств, не требующих прокладки дорожного полотна, и прогнозируют бурное развитие именно этого вида транспорта. В развитии общественного транспорта рассматривают варианты трубопроводных разработок и др.

Выводы. Таким образом, современное производство транспортных средств нуждается как новых конструктивных решениях в целях повышения экологической безопасности двигателей, так и в определении стратегического пути развития отрасли с учётом не только действующих нормативов, но и требований (экологической концепции) к будущим моделям. Страна, которая выберет наиболее оптимальное решение и сможет совершить

революционный переворот в транспортной системе, обеспечит себе технологическое преимущество на десятилетия.

Список литературы

1. Глава Volkswagen в США уйдет в отставку после экологического скандала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://slon.ru/posts/64988> (Дата обращения 23.04.2016).
2. Экологичный транспорт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bpcenergy.ru/solutions/environmentally-friendly-transport/> (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 613.7+379.854

Сидорова В.В. – клинический ординатор; Испанов А.Н – ассистент; Госман Д.А. – студент, ДонНМУ им. М. Горького г. Донецк (Mystery1737@mail.ru)

Методы превентивной медицины в отношении здоровья людей, выбравших автобусный вид туризма

Аннотация. В данной статье проанализированы факторы, влияющие на человека, выбравшего автобусный вид туризма. Определены физические и психологические методы превентивной медицины, способствующие предупреждению возникновения нарушений функций организма, связанных с длительным пребыванием в автобусе.

Ключевые слова: автобусный туризм, негативные факторы, методы превентивной медицины, самомассаж, ароматерапия, музыкотерапия, питание.

Sidorova V.V – attending physician; Ispanov A.N – assistant; Gosman D.A – student, DNMU named after Gorkyi M., Donetsk (Mystery1737@mail.ru)

The methods of preventive medicine concerning health of people who have chosen a bus type of tourism

Abstract. In this article the factors influencing the person who has chosen a bus type of tourism are analyzed. The physical and psychological methods of preventive medicine promoting the prevention of emergence of violations of the functions of an organism connected with long stay in the bus are defined.

Keywords: bus tourism, negative factors, methods of preventive medicine, self-massage, aromatherapy, music therapy, nutrition.

Актуальность. Доля транспортного туризма составляет 20–60 % от всех его видов, из них 40–41 % это автомобильный вид туризма, состоящий из автобусного туризма, автомобилей на прокат и частных автотранспортных передвижения. По длительности, транспортные путешествия делятся на: краткосрочные (1–3 дня), среднесрочные (3–30 дней), долгосрочные (1–6 месяцев). Автобусные путешествия, как вид туризма в Европе, начал развиваться с начала 1970-х годов, когда была организована первая международная автобусная линия. С 90-х годов среднегодовой рост автобусного туризма составляет в среднем около 1,5 %.

Широкое и быстрое распространение такого вид туризма обусловлено рядом преимуществ: низкая стоимость, небольшие затраты времени (краткосрочные и среднесрочные путешествия), экономия времени и финансов на ночлег, возможность посещение наибольшего количества мест, наличие комфортабельных салонов. Однако при этом, автобусный вид туризма обладает рядом факторов, которые могут оказать негативное влияние на здоровье путешественника: нахождение длительное время в вынужденном сидячем положении, нерегулярность в питании, длительное нахождение под кондиционером или местным вентилятором, появления симптомов укачивания, ночные переезды [1].

В связи с наличием данных факторов актуальной стала проблема разработки и

применения методов превентивной медицины, способствующих предупреждению возникновения нарушений функций организма, связанных с длительным пребыванием в автобусе.

Целью и задачами данной работы является разработать схемы методов превентивной медицины для снижения влияния неблагоприятных факторов, влияющих на человека при длительных автобусных турах.

Методы, организация исследований: анализ публикаций, посвященных автобусному туризму, факторам, влияющим на пассажира данного вида транспорта, наличию и эффективности профилактических мероприятий, связанных с этими факторами.

Результаты исследования: длительное влияние на путешествующего в автобусных турах негативных факторов может привести к возникновению следующих клинических проявлений:

- Мышечно-тоническая односторонняя слабая боль в области шеи и поясницы, корригируемая разминательными движениями болезненного участка. Она связана со статической нагрузкой на мышцы корпуса и суставно-связочный аппарат позвоночника и появляется в 70–80 % случаев.

- Нахождение в сидячем положении, наличие обтягивающей и сковывающей одежды, длительная фиксация мышц нижних конечностей в состоянии спазма в 15–20 % случаев приводит к застою в венах нижних конечностей, что клинически проявляется тяжестью и отеком ног.

- Нерегулярность в питании в 40–61 % отрицательно сказывается на работе кишечника, что приводит к возникновению запоров.

- Постоянное нахождение под кондиционером или местным вентилятором в 20–33 % случаев может стать фактором возникновения простудных заболеваний и миозитов.

- Нарушения полноценного комфортного сна в 70–80 % случаев приводит к появлению бессонницы, вялости, сонливости, раздражительности, агрессивности и нервозности.

- Конституциональные особенности путешественников (связанные с физиологией вестибулярного аппарата), воздействие внешних факторов (жара, отсутствие достаточного притока свежего воздуха, прием алкоголя, переедание, усталость) в сочетании с монотонными колебаниями, создаваемыми движением транспорта, в 5–7 % случаях провоцируют слабость, головокружение, головную боль, тошноту, рвоту.

Нами были изучены и оценены результаты исследований, связанные с эффективностью профилактических мероприятий, направленных на предупреждения развития клинических проявлений, при действии неблагоприятных факторов на туриста в автобусе. На основании чего были разработаны следующие рекомендации:

1. С целью повышения иммунной защиты на 28–30 % и профилактики простудных заболеваний могут использоваться предварительные приемы препаратов «Эхинацея-ратиофарм» и «Энгистол» фирмы Heel, по 1 таблетке 2 раза в сутки в течение 2-х недель.

2. Для снятия нервного напряжения в поездке с эффективностью в 81 % может применяться препарат «Нервохель» фирмы Heel по 1 таблетке 2 раза в сутки.

3. При появлении симптомов укачивания могут применяться препараты: «Вертигохель» по 1 таблетке каждые 15 мин за 1 час до поездки и по мере необходимости в течение 1-го часа во время поездки, «Авеа-море» фирмы «НПФ Материя Медика Холдинг» внутрь по 1 таблетке на один прием.

4. Для снижения нагрузки на мышцы корпуса, суставно-связочного аппарата позвоночника, а также с целью предупредить застой крови в венах нижних конечностях, рекомендовано, находясь в автобусе, менять позу в кресле каждые 10–15 минут. При этом желательно выбрать просторную одежду, в салон взять маленькую подушку под шейный и поясничный отдел позвоночника.

Учитывая, что эффективность акупунктурного самомассажа составляет 50–64 %, случаев, рекомендовано применять следующие массажные техники. Для снятия головных болей и утомления воздействовать на точки V2, V10, VG24.5, VB20, VG16, E3.

При бессоннице использовать точку VG24.5. (рис. 1)

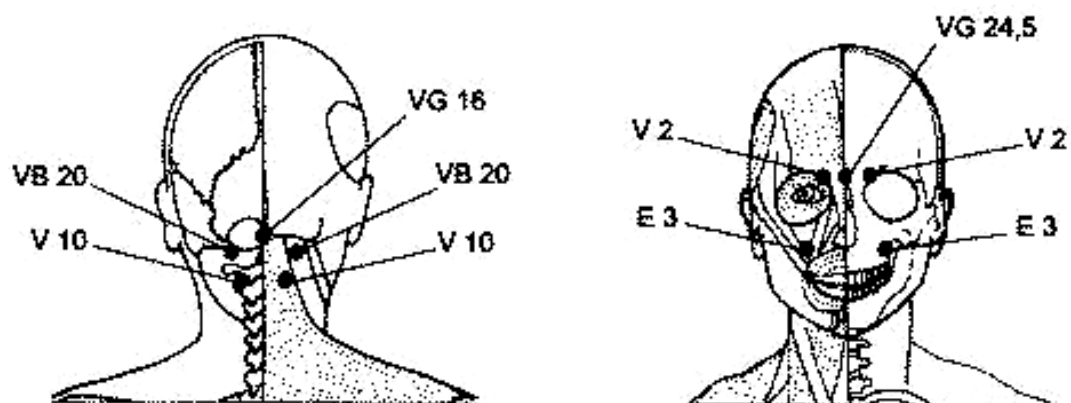


Рис. 1. Массажные точки, использующиеся при головной боли, бессоннице и утомлении

Общеукрепляющие и тонизирующие являются точки – VG20, GI4, GI10, GI11, TR5, MC5, E36, RP6. При укачивании воздействуют на точку GI17.(рис. 2). Каждую точку мягко разминают по часовой стрелке, с постепенным увеличением силы нажатия. Длительность воздействия в среднем составляет 1,5–2 минуты [4].

Особое внимание необходимо уделить массажу кистей и стоп в связи с расположением на них множество биологически активных точек. Массажные движения не проводятся в локтевых, подмышечных и подколенных ямках. При самомассаже шеи применяют симметричные поглаживающие и разминательные движения обеими руками вдоль шейного отдела позвоночника. Разминательные движения в области передней части шеи запрещены. Область висков и затылка рекомендовано растирать подушечками пальцев обеих рук. Мышцы предплечья разминать, затем поглаживать.

5. Во время стоянок рекомендуется выйти из автобуса и совершить небольшую прогулку, поднимая высоко ноги, затем провести массаж поясничной области, используя кругообразные поглаживающие и растирающие движения вдоль поясничного отдела позвоночника и в стороны от него. Разминательными движениями проработать ягодичные мышцы [2]. После чего перейти к комплексу упражнений для мышц корпуса с повтором каждого упражнения 4–5 раз (рис. 3).

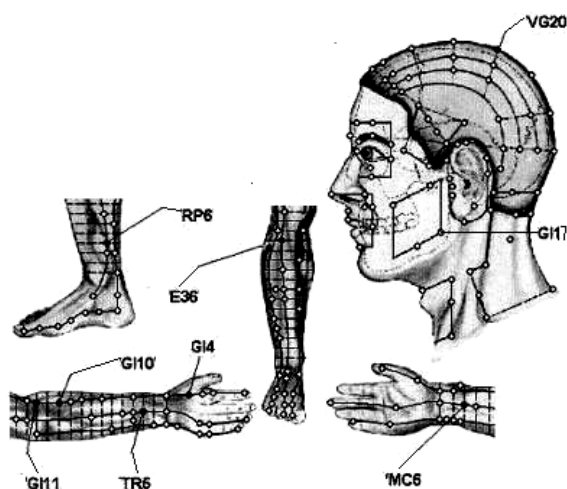


Рис. 2. Общеукрепляющие и тонизирующие массажные точки



Рис. 3. Комплекс упражнений для мышц корпуса

6. Согласно обработанным данным, применение музыкотерапии нивелирует клинические симптомы стресса в 31 % случаев полностью, 41 % частично. В связи с этим, в процессе подготовки, туристу рекомендуется записать на носитель ниже приведенные классические произведения. Прослушивать при проявлении признаков усталости Чайковского «Зимние грезы», Брамса «Трагическая увертюра», при бессоннице Равель «Лунный свет», «концерт Соль-мажор», при нервозности и агрессии Бетховена «Симфония б», Шуберт «Аве Мария» [5].

7. Для профилактики действия негативных факторов в путешествии применима ароматерапия в виде использования индивидуальных аромамедальонов. Использование этого метода возможно только после определения индивидуальной чувствительности к аромамаслам и отсутствии противопоказаний. Для снижения риска простудных заболеваний на 10–15 % и нормализации функции иммунной системы применяются такие аромамасла как: жасмин, пихта, лаванда, ель, эвкалипт, розмарин, масло чайного дерева, базилик.

8. При головной боли эффективность применения масел ромашки римской, лаванды узколистной, мяты перечная, аниса, розмарина составляет 30–40 % случаев. При бессоннице, повышенной раздражительности, агрессии в 50–55 % случаев эффективны аромамасла чебреца, иланг-иланга, нероли, бергамота, лимона, можжевельника, лаванды узколистной, мелисы вдыхать 3–5 мин перед сном [3].

9. Во время автобусных туров из рациона питания необходимо исключить чипсы, сдобу, печенье, синтетическую лапшу или пюре, в связи с тем, что данная пища замедляет перистатику кишечника, ухудшая пищеварение. Заменять эти продукты можно фруктами (яблоками, бананами, апельсинами, киви, сухофруктами), овощами (морковью, капустой, огурцом, болгарским перцем, картофелем отварным либо запеченным), грецким орехом либо миндалем. Бутерброды необходимо делать из отрубного хлеба и сыра, сочетая с петрушкой, укропом, зеленым луком, кресс-салатом. Упомянутые продукты обеспечивают чувство сытости, улучшают пищеварение и способствуют повышению иммунной защиты.

При наличии симптомов укачивания не рекомендуется употреблять кислую пищу (кроме лимонов) и продукты, вызывающие брожение (капусту, ржаной хлеб, молочную продукцию, колбасы, свежие овощи и фрукты). Во время остановок в местах питания рекомендуется брать первые блюда, каши, мясо или рыбу. Для профилактики задержки жидкости и возникновения отеков следует ограничить употребление соленой пищи, и напитков, содержащих кофеин (чай, кофе, кока-кола, пепси-кола), отказаться от алкоголя. Предпочтение нужно отдавать минеральной воде без газа и несладким сокам.

Выводы. На основании распространенности и популярности автомобильного вида туризма, а также высокого процента возникновения различных нарушений функций организма, связанных с длительным пребыванием в автобусе, в целях превентивных мероприятий необходимо уделить внимание подготовки к путешествию (подбору одежды, профилактическим мероприятиям по предотвращению простудных заболеваний и возникновению стресса) и действиям в самой поездке (выполнения элементов самомассажа, музыкотерапии и ароматерапии).

Методы превентивной медицины, учитывая их терапевтическую эффективность, простоту в использовании, возможность применения вместе и по отдельности, способны повысить комфортабельность путешествия, увеличить положительные эмоции и оказать благоприятный эффект на весь организм. В связи с этим рекомендуется разработка туристическими фирмами памятки для путешествующих с включением в нее вышеуказанных позиций.

Список литературы

14. Биржаков, М.Б. Индустрия туризма: перевозки. – 3 изд., доп., перераб. / М.Б. Бойко, В.И. Никифоров. – СПб.: Издательский дом Герда, 2007. – С. 211–218.
15. Бирюков, А.А. Самомассаж для всех и каждого.– 3 изд., доп., перераб. / А.А. Бирюков. – М.: Физкультура и спорт, 1987.– С. 48.
16. Бойко, Н.Н. Эфирные масла. Целебные свойства растительных ароматов / Н.Н. Бойко. – М.: Родная страна, 2015. – С. 249–260; 292–295.

17. Майкл Рид Гейч. Точечный массаж. Профилактика и лечение распространенных заболеваний. / Пер с англ. В. Иванова.– М.: Крон-Пресс, 1995. –320 с.
18. Рюгер Кристофер Домашняя музыкальная аптечка / Кристофер Рюгер. – Ростов н/Д: Феникс, 1998 . – 374 с.

УДК: 628.33

Щербакова Ю.А. – магистрант; Приходько Л.Н. – к.т.н, доцент (miladon1@rambler.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Проблемы водоотведения Большого Сочи

Аннотация. Улучшение экологической обстановки на пляжах г. Сочи за счёт прекращения сброса хозяйственно-фекальных сточных вод и осадков, а также доведения качества дождевых вод до уровня ПДК.

Утилизация активного ила аэротенков КОС в качестве корма для выращивания рыбы, птицы в пищу населения и гостям г. Сочи.

Ключевые слова: Экологические проблемы, канализационная очистная станция, нагорные каналы, искусственные круговороты воды, воздуха и пищи.

Shcherbakova Y.A. – student; Prikhodko L.N. – Associate Professor (miladon1@rambler.ru), SSU, Sochi, Russia

The problem of sanitation of Greater Sochi

Abstract. Improvement of the environmental situation on the beaches of Sochi due to the domestic waste and sludge discharge cessation as well as bringing the quality of rainwater to the TLV.

Disposal of the activated sludge from the WWTP aerotanks as feed for fish and poultry which is grown as food for the citizens and guests of the city.

Keywords: Environmental issues, waste water treatment plant, catchwater drain, artificial circulation of water, air and food.

Актуальность. Экологические проблемы Большого Сочи, базируются на нерациональном решении задач очистки городских сточных вод, подготовки к утилизации выделяемых на КОС осадков сточных вод, плохой реализации задачи подготовки к утилизации компонентов ТБО, отсутствии очистных станций дождевой канализации и стабилизации и стабильного финансирования МУП «Водосток».

Цель работы – изучение проблем водоотведения Большого Сочи.

Результаты исследования. Первые две задачи очистки сточных вод и переработки выделенных осадков не решаются по причине передачи в аренду холдингу «Евразийский» Водоканала г. Сочи. Это привело к тому, что были уволены инженерные кадры высокой квалификации. Не финансируется ремонт ёмкостных сооружений КОС, канализационные сети, меняется (не обновляется) оборудование КОС, а вновь построенные КОС в Адлере, на Красной Поляне и в Центральном районе г. Сочи на р. Бзугу не принимаются в эксплуатацию, поскольку при их приёме придётся резко повысить тарифы на платежи населению, т.к. применены очень дорогие технологии и конструкции оборудования (в основном, импортные, а не отечественные).

Проектировщики с гордостью говорили, что применили лучшие европейские технологии. Только в 2015 году миф о лучших технологиях в Европе начал развеиваться. А ведь можно было потратить на строительство КОС в г. Сочи, по меньшей мере, в 5 раз меньше капиталовложений, если бы задействовали лучшие доступные отечественные технологии. Но сейчас городу нужно решать выросшие экологические проблемы, чтобы избежать создания чрезвычайной обстановки экологической опасности морской воды и

осадков сточных вод, заражающими пляжи города курорта вирусами, паразитами, например, лямблиями, от которых страдают малыши и даже взрослые и которые создают мнение о плохом качестве морской воды, снижается прибыль города от отдыхающих. Ну а проблема ТБО и отсутствие её экологичной реализации создаёт загрязнение воздушного бассейна в регионе и ухудшение качества дождевой воды, что препятствует рациональному её использованию на нужды населения и отдыхающих.

Планируемые пути для решения экологических проблем г. Сочи:

1. Утилизация сырых осадков КОС г. Сочи совместно с органическими компонентами ТБО или отходами в качестве удобрения для зелёного хозяйства города, подкормки садов и огородов частного сектора, возрождение собственного тепличного хозяйства, разрушенного ориентацией на европейский рынок и МВФ.

2. Утилизация активного ила аэротенков КОС в качестве корма для выращивания рыбы, птицы в пищу населения и гостям г. Сочи.

3. Улучшение экологической обстановки на пляжах г. Сочи за счёт прекращения сброса хозяйственно-фекальных сточных вод и осадков, а также доведения качества дождевых вод до уровня ПДК за счёт обустройства выпусков дождевых вод дешевыми локальными очистными установками. Особенно это важно в Имеретинской низменности, на реках Мзымта, Шахе, Сочи, используемых на питьевые нужды без очистки, а только обеззараживания перед подачей населению.

Для реализации этих путей решения экологических проблем г. Сочи должна быть составлена программа поэтапной реализации, т.к. быстро решить сложившиеся проблемы у города нет своих денег. Какие-то задачи могут быть решены самими жителями города, если они пожелают сэкономить на затратах на водоснабжении и водоотведении, особенно на неканализованной территории поселков и отдельных улиц и индивидуальных домов, если эти дома удалены от сетей централизованной сети водоснабжения и водоотведения, в случаях, когда придётся прокладывать сети через оползневые участки.

Особо следует остановиться на проблемах, созданных в Имеретинской низменности.

Проблемы Имеретинской низменности начинаются с нагорных каналов, которые фактически являются сборниками потоков дождевых вод по ручьям впадающим в эти нагорные каналы, а, также сборниками сточных вод, отстоянных в септиках, но несущих растворенные органические вещества и биогенные элементы. Дождевые ручьи приносят в нагорные каналы механические примеси (глинистые частицы, щебень, листву, обрывки деревьев, сухие ветки, семена, а сточные воды приносят примеси, способствующие прорастанию этих семян на благодатной почве, увлажняемой в сухую погоду потоками бытовых сточных вод. В периоды сильных дождей бурные потоки воды вырывают с корнями растения и смывают бытовой мусор от посёлков и неупорядоченных мусоросборников.

В местах поступления в нагорные каналы ручьев с гор и лесистой местности следует обустроить в канале приямки для сбора щебня и прочего легкооседающего мусора, чтобы ограничить зоны расчистки в нагорных каналах от отложений. Мусор и растения (камыш, кустарники) закупоривают трубопроводы (диаметром 2 м) выпусков в море (глубоководных), а прочистить их не просто – нужны водолазы. В нагорные каналы не сделаны съезды для погрузчиков и автотранспорта – самосвалов. Поэтому расчистка каналов стала «камнем преткновения» в эксплуатации ливневых сетей Имеретинской низменности.

При отсутствии стабильного финансирования МУП «Водосток» и отсутствии своей техники для прочистки нагорных каналов МУП «Водосток» влачит жалкое существование. Особенно плохо работается МУП при натянутых взаимоотношениях с администрацией города.

Поскольку в ливневые сети производится сброс неочищенных бытовых сточных вод от неканализованной территории жилых поселков, содержащих взвешенные вещества, органические примеси и мочу, то при гидравлически невыгодном сечении нагорных каналов, не приспособленных к режиму транспортирования сточных вод с самоочищающимися скоростями, что говорит о низкой квалификации проектной организации, выполнявшей

проекты нагорных каналов. Поэтому в нагорных каналах постоянно происходят отложения осадков сточных вод, что сказывается на подтоплении территорий поселков.

Отсутствие стабильного финансирования МУП «Водосток» не позволяет своевременно осуществлять расчистку нагорных каналов, а это обуславливает неизбежность подтопления территорий посёлков. О качестве дождевых вод на выпуске их в море или в реку Мзымту уже нечего и говорить, оно не соответствует никаким нормативам.

Целесообразно вначале расчистить нагорные каналы от уже сложившихся и слежавшихся отложений, произвести учёт всех выпусков бытовых сточных вод от жилой застройки и обязать домовладельцев обустроить своё жильё локальными очистными установками, а администрацию этих посёлков обязать позаботиться о приёмных пунктах бытового мусора и его своевременном вывозе в места сортировки и подготовки к утилизации. Накопленные отложения могут быть использованы в качестве удобрения для зеленого хозяйства города или на другие нужды города, но для его вывоза нужно определиться с местами складирования, чтобы обосновать транспортные расходы техники МУП «Водосток».

На очистных станциях ливневых вод (ЛОС-1, ЛОС-2, ЛОС-3, ЛОС-4) следует предусмотреть биореакторы доочистки сточных вод, чтобы резервные озёра очищенных вод не зарастали сине-зелеными водорослями, а могли быть местами отдыха для жителей и гостей города-курорта, равно как и море с его пляжами и лодочными станциями.

Но, безусловно, главными экологическими проблемами г. Сочи и всего побережья Большого Сочи является система сетей и сооружений водоснабжения и водоотведения населения и отдыхающих. Специфика системы состоит в неравномерном по сезонам года водопотреблении и водоотведения. Нужны резервные секции оборудования очистных станций и желательно использование оборотного водоснабжения с созданием искусственных круговоротов воды, воздуха и пищи при рациональной системе сбора дождевой воды и обеспечении качественной очистки сточных вод, утилизации осадков в качестве биоудобрений и создании теплиц для получения кислорода из углекислоты, выделяющейся в процессе биологической очистки сточных вод, задействования тепловой энергии очищенных сточных вод для обогрева теплиц и даже жилой застройки.

Список литературы

1. Искусственные круговороты воды, воздуха и пищи как система жизнеобеспечения нового поколения / Н.И. Куликов, Е.Н. Куликова, В.В. Омельченко, Л.Н. Приходько. – М.: Ленанд, 2016. – 128 с.
2. Очистка муниципальных сточных вод с повторным использованием воды и обработанных осадков: теория и практика / Н.И. Куликов, А.Н. Ножевникова, Г.М. Зубов и др. – М.: Логос, 2015. – 400 с.

IV. Научно-методические проблемы физической культуры, спорта и адаптивной физической культуры

УДК: 342.721:681.3.02(477)

Алтухова В.А. – студентка (valya.altuhova@mail); Кулезнев В.Н. – профессор (kuleznev-fv@rambler.ru); Анфилова Е.Б. – студентка (79103189160@yandex.ru); Золотарева А.Н. – студентка (nastenka-nastena-zolotareva@mail), ЮЗГУ, г. Курск, Россия

Принципы хранения и доступа к персональным данным обучающихся школ-интернатов спортивного профиля и спортивных школ олимпийского резерва

Аннотация. Защита персональных данных является одним из приоритетных направлений в совершенствовании сферы информационной безопасности для государственных, муниципальных и коммерческих организаций Российской Федерации. Предлагаемая информация отображает главные направления учёта ПДн воспитанников школ со специализированным спортивным профилем.

Ключевые слова: персональные данные обучающихся, информационные технологии, конфиденциальность информации, дополнительное образование физкультурно-спортивной направленности.

Altukhova V.A. – student (valya.altuhova@mail.ru); Kuleznev V.N. – (kuleznev-fv@rambler.ru); Anfilova E.B. – student (79103189160@yandex.ru); Zolotareva A.N. – student (nastenka-nastena-zolotareva@mail.ru), SWSU, Kursk, Russia

The principles of storage and access to personal data of students of boarding schools of sports profile and sports schools of the Olympic reserve

Abstract. Personal data protection is one of priority directions in improving security for state, municipal and commercial organizations of the Russian Federation. Suggested information displays the main areas of accounting for PD of students with specialized schools sports profile.

Keywords: personal data of students, information technology, privacy, information, additional education of sports orientation.

Актуальность. За последние десятилетия внедрение информационных технологий существенно затронули различные сферы нашей жизни. Важным вопросом является вопрос хранения, обработки и доступа к персональным данным на получение дополнительного образования физкультурно-спортивной направленности в государственных образовательных учреждениях.

Целью научной работы являются изучение существенных изменений, происходящих в области сохранения личной тайны.

Результаты исследования. Конституция Российской Федерации ч. 1 ст. 24 включает норму, на основании которой «сбор, хранение, использование и распространение информации о частной жизни лица без его согласия не допускается» [1]. Принятие 27.07. 2006 года двух важнейших Федеральных законов: №152-ФЗ «О персональных данных» и №149-ФЗ «Об информатизации, информационных технологиях и о защите информации» законодательно закрепило порядок работы в сфере персональных данных, т.е. их получение, обработку, хранение, использование, доступ и распространение. С целью защиты информации, которая относится к личности и личной жизни обучающихся школ-интернатов спортивного профиля и спортивных школ олимпийского резерва вводятся специальные положения о защите персональных данных воспитанников.

Персональные данные обучающегося – это информация, необходимая администрации образовательного учреждения, с учётом запросов родителей и обучающегося в получении

образования. Персональные данные учащихся дополнительного образования физкультурно-спортивной направленности содержатся в их личных делах. Согласно № 152 - ФЗ к персональным данным обучающихся, которые следует защищать от несанкционированного доступа, относится следующий перечень: личная карточка спортсмена; ксерокопия свидетельства о рождении; сведения о родителях и/или законных представителях; ксерокопия паспорта для учащихся, которые достигли 14-летнего возраста; адрес места жительства; домашний/сотовый телефон; фотографии; медицинская справка (заключение) об отсутствии противопоказаний для занятий избранным видом спорта; СНИЛС (копия); договор на предоставление дополнительного образования, заключенный с родителями и/или законными представителями; иные сведения о спортсмене, которые с учетом специфики процесса спортивной подготовки, контингента спортсменов и в соответствии с законодательством РФ должны быть при поступлении или в период освоения программ спортивной подготовки.

А.Г. Спеваков отмечает то, что «образовательное учреждение не имеет права получать и обрабатывать персональные данные обучающихся о его политических, религиозных и иных убеждениях и частной жизни семей без письменного согласия субъекта ПДн» [5]. Также в соответствии с ФЗ №149 администрация учреждения не имеет права получать, обрабатывать, хранить персональные данные учащегося о его членстве в общественных объединениях или других объединениях, за исключением случаев, которые предусматриваются федеральным законодательством [2].

Стоит заметить, что защита персональных данных учащихся – это деятельность уполномоченных лиц по обеспечению порядка обработки ПД и организационно-технических мер конфиденциальности информации об определенном обучающемся, которую обязана получить администрация учреждения в связи с предоставлением государственных образовательных услуг. Следовательно, конфиденциальность персональных данных – обязательное для соблюдения лицом, получившим доступ к персональным данным обучающегося, требование не допускать их распространения без согласия субъекта персональных данных или наличия иного правового основания.

Все персональные данные обучающихся, достигших возраста 14 лет, следует получать у него самого. Персональные данные обучающегося, не достигшего 14-летнего возраста, учреждение может получить лишь у родителей (законных представителей). Субъекты персональных данных должны быть проинформированы о целях, предполагаемых источниках и способах получения персональных данных, а также о характере подлежащих получению персональных данных и последствиях отказа дать письменное согласие на их получение.

В целях обеспечения достоверности персональных данных воспитанники (родители, законные представители) обязаны при приеме в образовательное учреждение с физкультурно-спортивной направленностью представлять уполномоченным работникам достоверные сведения. Если сведения, которые составляют ПДн изменились, то субъект персональных данных (обучающийся старше 14 лет) должен в течение 10 дней сообщить о этом уполномоченному представителю организации. В случае изменения сведений, составляющих персональные данные учащегося, родители (законные представители) несовершеннолетнего учащегося в возрасте до 14 лет обязаны в течение месяца сообщить об этом уполномоченному работнику специализированного учебно-спортивного учреждения [3].

Учреждения, то есть специализированные детско-юношеские спортивные школы олимпийского резерва (СДЮСШОР) и школы-интернаты спортивного профиля (ШИСП), гарантируют безопасность и конфиденциальность персональных данных, которые используются в целях информационного обеспечения проведения приёма для освоения программ спортивной подготовки, индивидуального отбора поступающих, сдачи контрольно-переводных нормативов, прохождения определённых этапов тренировочного и соревновательного процессов в соответствии с требованиями Федерального закона от 04.12.2007 №329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», федеральных стандартов спортивной подготовки по видам спорта и иными нормативными актами [4].

Все персональные данные обучающихся в образовательных школах с спортивным профилем вводит секретарь. Доступ к персональным данным обучающихся в СДЮСШОР и ШИСП имеют работники, занимающие в учреждении следующие должности: директор; заместители директора; секретарь; старший инструктор-методист; тренеры-преподаватели (лишь к ПДн учащихся своих учебно-тренировочных групп); старший тренер; фельдшер.

Доступ в персональным данным работники имеют в соответствии с должностными инструкциями. Работники, имеющие доступ к ПДн, под роспись проходит инструктаж о неразглашении конфиденциальной информацией. Личные дела обучающихся хранятся в бумажном виде в папках, находящихся в специальном шкафу, который обеспечивает защиту от несанкционированного доступа.

В табл. 1. представлено разграничение доступа для работников к ПДн воспитанников.

Таблица 1

Разграничение доступа к персональным данным обучающихся

1 ступень (доступ ко всем данным) Директор, секретарь вносящий персональные данные
2 ступень (доступ к паспортным и любым идентифицирующим данным) Главный бухгалтер (для решения материально-финансовых вопросов)
3 ступень (доступ физиологическим и функциональным данным) Зам. директора, тренер данной группы, врач, мед. сестра
4 ступень (доступ к ОФП) Зам. директора, тренер данной группы, врач, мед. сестра

Персональные данные воспитанников могут также храниться в электронном виде на локальной компьютерной сети. Доступ к электронным базам данных, содержащим персональные данные, обеспечивается системой паролей.

Директор учреждения с физкультурно-спортивной направленностью обеспечивает ограничение доступа к персональным данным обучающихся лицам, не уполномоченным законом либо руководителем образовательного учреждения для получения соответствующих сведений. Следует отметить, что для лиц, виновных в нарушении норм, регулирующих получение, обработку, хранение и защиту персональных данных обучающегося, существуют санкции, которые выражаются в дисциплинарной, административной, гражданско-правовой ответственности в соответствии с федеральными законами.

Вывод. Нельзя не отметить тот факт, что защита персональных данных обучающихся, устанавливаются официальными положениями СДЮСШОР и ШИСП, а также по законодательству РФ осуществляется судом, в целях пресечения неправомерного использования персональных данных обучающегося, восстановления нарушенных прав и возмещения причиненного ущерба, в том числе морального вреда.

Список литературы

- 1) Конституция РФ от 12.12.1993 (ред. от 21.07.2014): Официальный текст. – М.: Проспект, 2015 – 32 с.
- 2) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»: Федеральный закон (Принят 27 июля 2006 г., № 149-ФЗ: с изм. и доп., вступил в силу с 10.01.2016) // Российская газета. – 29 июля 2006.
- 3) «О персональных данных»: Федеральный закон (Принят 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ: с изм. и доп., вступил в силу с 01.09.2015) // Российская газета. – 29 июля 2006.
- 4) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»: Федеральный закон (Принят 16 ноября 2006 г. № 329-ФЗ: ред. от 03.11. 2015) // Российская газета. – 8 декабря 2008.
- 5) Спеваков, А.Г. Основы правового обеспечения информационной безопасности: Учебное пособие в 2 ч. / А.Г. Спеваков, А.П. Фисун. – Курск: Юго-Западный гос. ун-т, 2013. – 303 с.

УДК:159.9

Булатова Я.И. – студентка; Юров И.А. – преподаватель (sov36@mail.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Соотношение индивидуально-психологических характеристик и успешности спортсменов

Аннотация. В спортивной психологии актуальным является взаимосвязь индивидуально-психологических особенностей с успешностью спортивной деятельности спортсменов в конкретных видах спорта. Успешность зависит от оптимально развитой психомоторики, мотивации, волевых качеств, нейро- и психодинамики, способности преодолевать фрустрации.

Ключевые слова: соматотип, нейродинамика, мотивация, тревожность, фрустрация, психомоторика, уровень притязаний.

Bulatova Ya.I. – student; Yurov I.A. – senior lecturer (sov36@mail.ru), SGU, Sochi, Russia

Ratio of individual and psychological characteristics and success of athletes

Abstract. In sports psychology the interrelation individual and psychological features with success of sports activity of athletes in concrete sports is actual. Success depends on optimum developed psychomotility, motivation, strong-willed qualities, neuro and psycholoudspeakers, abilities to overcome frustrations.

Keywords: somatic type, neurodynamics, motivation, uneasiness, frustration, psychomotility, level of claims.

Актуальность. В спортивной психологии актуальным является исследование индивидуальности (индивидуально-психологических особенностей) спортсменов в конкретных видах спорта. Однако трудность заключается в том, что существуют разные, противоречивые подходы к этой проблеме. Одни специалисты исследуют индивидуальность личности (А.С. Асмолов), другие – интегральную индивидуальность (Б.А. Вяткин), третьи понимают под индивидуальностью неповторимость, единичность уникальность свойств человека (В.П. Тугаринов), четвертые – самобытность индивида, желание быть независимым, самостоятельным существом (В.И. Слободчиков, Е.И. Исаев), пятые – индивидуально-психологические различия (Т.Ф. Базылевич), шестые – своеобразие психологических свойств человека, проявляющихся в разных сферах (В.М. Русалов), седьмые – интегральную индивидуальность личности (В.Д. Шадриков) [1, 2].

Проблема психодиагностики индивидуальности спортсмена актуальна в спортивной психологии, так как именно в индивидуальности интегрируются все свойства человека как индивида, личности и субъекта деятельности (Б.Г. Ананьев). Индивидуальными свойствами являются характеристики пола, возраста, особенности морфологической конституции, реактивности организма, нейродинамические характеристики, включающие свойства активированности.

Вторую группу образуют психологические параметры, характеризующие человека как субъекта труда, общения и познания (в нашем исследовании – субъект спорта) (процессы, перцепция, аффекты, воля, психомоторика). Третий уровень характеристик индивидуальности образуют характеристики личности (психодинамические особенности спортсменов, черты личности, интеллект, социально-психологические статусы). Эмоционально-мотивационная сфера личности представлена измерениями: а) эмоционального стресса и тревожности – фрустрированности; б) уровня притязаний; особенностей мотивации.

Задачи исследования – проанализировать различия между успешными и неуспешными спортсменами в психосоматике, психомоторике, фрустрации, мотивации, уровня притязаний, личностных качеств.

Методы, организация исследований. Исходя из вышеизложенного, нами было обследовано 70 пловцов 17–20 лет с учетом спортивной («мастера» – мастера спорта международного класса и мастера спорта и «не мастера» – кандидаты в мастера спорта и перворазрядники) и половой (две группы по 35 спортсменов) дифференциации, в наиболее благоприятном возрасте для достижения максимально высокого результата в плавании 17–20 лет, занимающиеся спортивным плаванием в среднем 6,5 лет как в фоне, так и в условиях тренировочной деятельности (комплексность по свойствам и состояниям). Динамический соматотип определялся с помощью методики Шелдона-Хит-Картер, гемодинамика – тонометрии, температура – прибора Н. Мищука, нейро- и психодинамические свойства – опросников Я. Стреляу и Г. Айзенка, мышечная сила и тонус – приборов К. Колена и Г. Лопаткова, внимание и память – корректурной пробы и ряда из 12 слов, состояние – теста А. Уэссмана и Д. Рикса, личностная и реактивная тревожность – ШРЛТ Ч. Спилбергера, фрустрация – теста С. Розенцвейга, мотивация – теста Кретти, черты – 16PF Р. Кеттелла, уровень притязаний – собственной методики, социально-психологические статусы – социометрии. Полученные данные подвергнуты математической обработке с помощью критерия Стьюдента и линейной корреляции Пирсона [6].

Результаты исследования. В исследовании были получены как уровневые, так и структурные характеристики индивидуальности. По методике Шелдона-Хит-Картер были получены следующие характеристики динамического соматотипа пловцов (в баллах): I, II, III компоненты: мужчины-мастера – 3,0, 3,0 и 4,0; мужчины - не мастера – 3,5, 5,0 и 3,5; женщины-мастера – 3,8, 3,5 и 3,5; женщины – не мастера – 4,3, 3,5 и 3,2. Из 12 полученных нами морфологических показателей 8 из них между мастерами и не мастерами – статистически достоверны на 5 % уровне значимости.

В фоне по психофизиологическим и психомоторным характеристикам мастеров и не мастеров с учетом половой дифференциации статистически достоверных различий не обнаружено, но перед тренировкой происходит повышение, а после тренировки – снижение изучаемых характеристик (различия статистически достоверны на 5 % уровне значимости).

Тренировочная нагрузка по-разному влияет на организм мастеров и не мастеров, мужчин и женщин. Наиболее информативным показателем влияния нагрузок являются параметры статического тремора, особенно не ведущей руки. Исследование функциональной асимметрии с точки зрения регуляторных особенностей спортсменов позволяет проследить соотношение вертикального и горизонтального контуров регулирования у спортсменов-пловцов. Если нагрузка адекватна возможностям спортсменов, то основным приспособительным механизмом явится возрастание уровневых характеристик психофизиологических функций, что связано с иерархической системой регулирования. Если же нагрузка неадекватна возможностям спортсменов, то адаптация обеспечивается и увеличением уровневых характеристик вертикального контура регулирования и усилением билатерального контура регулирования, что проявляется в изменчивости величины и знака асимметрии.

Изменение величины и знака асимметрии говорит об усилении горизонтального контура регулирования и об актуализации волевой регуляции. По динамике асимметрии можно судить о степени воздействия нагрузки на организм спортсменов. Включение горизонтального контура регулирования можно представить как некоторый резерв в реализации повышенных тренировочных нагрузок в плавании [6].

По свойствам нервной системы и психологическим особенностям темперамента наиболее информативным является критерий «спринтеры-стайеры» с учетом спортивной квалификации и половых различий. Для спринтеров сочетания экстраверсии-интроверсии и нейротизма расположились следующим образом в порядке предпочтения: экстраверт – стабильный; экстраверт – нормостеник; амбоверт – нормостеник; амбоверт – стабильный; для стайеров: интроверт – стабильный; интроверт – нормостеник; амбоверт – нормостеник.

При исследовании когнитивных процессов (внимания и памяти), личностной тревожности и самооценки состояний в фоне различия между всеми изучаемыми группами не установлены, а перед и после тренировки установлены различия на 5 % уровне значимости. Наиболее информативными в плане достижения высокого результата в плавании оказались

шкалы «Удовлетворенность – неудовлетворенность», «Энергичность – усталость», «Приподнятость – подавленность», «Уверенность в себе – чувство беспомощности». По динамике субъектных характеристик (психофизиологических, психомоторных, когнитивных) Б.Г. Ананьев определял «цену эмоционального стресса», а мы можем определить «цену физического напряжения».

Статистически достоверные различия черт личности по 16PF Р. Кеттелла между мужчинами-мастерами и не мастерами обнаружены по Q2 и Q4 факторам, а между женщинами-мастерами и не мастерами – только по фактору G. По тесту С. Розенцвейга между мужчинами – мастерами и не мастерами – обнаружены статистически достоверные различия по типу реакции на фрустрирующую ситуацию: по подчеркиванию препятствий, по разрешающим реакциям; по направлению: по внешнеобвинительным, самообвинительным и безобвинительным реакциям. Общий профиль фрустрированности у мужчин-мастеров имеет вид: по типу $E - D > O - D > N - P$, по направленности $E > I > M$; у мужчин – не мастеров: по типу $E - D > O - D > N - P$, по направленности $M > E > I$. Между женщинами-мастерами и не мастерами – обнаружены статистически достоверные различия по типу реакций: по подчеркиванию препятствий, по разрешающим реакциям; по направлению: по самообвинительным и безобвинительным реакциям. Общий профиль реакций фрустрированности у женщин-мастеров имеет вид: по типу $E - D > O - D > N - P$, по направлению: $E > M > I$; у женщин – не мастеров: по типу $E - D > O - D > N - P$, по направлению $M > E > I$ [3, 4].

Нами были выделены перспективный, текущий и оперативный уровни притязаний. Перспективный уровень притязаний определен как личностная характеристика, зависящая от всех компонентов подготовки в равной мере. Текущий уровень притязания в равной степени относится и к личностной, и к ситуативной характеристике. Оперативный уровень притязаний в большей степени зависит от многих ситуативных переменных и определен как характеристика состояния спортсменов. В работе вычислена оптимальная зона прироста перспективного, текущего и оперативного уровня притязаний. Оперативный уровень притязаний у мастеров многовариантный, у не мастеров – одно- двух-вариантный.

При диагностике мотивации выяснилось, что между мужчинами-мастерами и не мастерами обнаружены статистически достоверные различия, свидетельствующие о том, что у мужчин-мастеров выше значения по показателям 4 (желание соревноваться с товарищами по команде, с самим собой), 6 (потребность в самоутверждении, самовыражении), 9 (потребность в приобретении и сохранении статуса), 13 (потребность в самовоспитании, желании сформировать «сильный характер»), но ниже – по показателю 5 (желание укрепить свое здоровье, развить физические и психические качества).

Между женщинами-мастерами и не мастерами обнаружены статистически достоверные различия, свидетельствующие о том, что у женщин-мастеров выше значения по показателям 4 и 6, 13, но ниже – по показателю 5. Большое значение в спортивной деятельности имеют и биологические, и психологические, и социальные мотивы в их тесном взаимодействии.

Данные по разбросу индексов свидетельствуют о том, что ни по одному критерию не было обнаружено «отверженных» или «изолированных», но были – «принятые», «предпочитаемые» и «звезды». Группы с одним и тем же составом, но с разной функцией, имеют разные структуры [5].

Выводы. Полученные уровневые характеристики интегрируются в индивидуальность. Целостность и неделимость индивидуальности в данной работе подтверждается прямыми и опосредованными интеркорреляционными связями между отдельными подсистемами индивидуальности.

Индивидуальность – есть биопсихосоциальное образование, характеризуемое целостностью, своеобразием качеств каждого отдельного человека, эффективностью деятельности. В каких-то видах деятельности могут доминировать индивидные и частично субъектные подструктуры индивидуальности (баскетбол: росто-весовые, морфологические характеристики и психомоторика) или субъектные и личностные подструктуры индивидуальности (шахматист: экстраверсия-интроверсия, логика и интеллект). Но это не

значит, что характеристики других подструктур индивидуальности могут отсутствовать. Просто выраженность зависит от особенностей деятельности индивидуальности.

Список литературы

1. Ананьев, Б.Г. О проблемах современного человекознания / Б.Г. Ананьев. – М.: Наука, 2001.
2. Ломов, Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии / Б.Ф. Ломов. – М.: Наука, 1984.
3. Мельников, В.М. Психологические принципы и объектно-субъектные отношения личности / В.М. Мельников, И.А. Юров // Известия Сочинского государственного университета. – 2014. – №3(31). – С. 250–254.
4. Мельников, В.М. Структура личности в отечественной психологии / В.М. Мельников, И.А. Юров // Известия Сочинского государственного университета. – 2014. – № 4–2(33). – С. 158–162.
5. Юров, И.А. Прикладная психология в курортном и олимпийском Сочи / И.А. Юров // Вестник СГУТиКД. – 2009. – № 4 (10). – С. 79–84.
6. Юров, И.А. Психологическое сопровождение в спорте / И.А. Юров // Теория и практика физической культуры. – 2009. – № 6. – С. 75–76.

УДК: 796 043

Гилев Г.А. – профессор (gilev@mail.msiu.ru); Клевлин А.Г. – магистр; Сербиладзе М.А. – магистр, МПГУ, г. Москва, Россия

Повышение мощности спортивных движений

Аннотация. На примере спортивного плавания показано, что важным компонентом в совершенствовании сокращения и расслабления мышц является сочетание упражнений аэробной направленности с короткими по времени сериями упражнений, выполняемых в максимально доступном темпе в структуре соревновательного упражнения.

Ключевые слова: Спортивное плавание, мощность, гребковые движения, скоростно-силовой потенциал, аэробные и анаэробные процессы, координационная структура соревновательного упражнения.

Gilev G.A. – Professor (gilev@mail.msiu.ru); Klevin A.G. – Postgraduate student; Serbiladze M.A. – Postgraduate student, MPSU, Moscow, Russia

Increasing the power of sports movements

Abstract. For example of competitive swimming it is shown that important component is combination of exercises of aerobic orientation with series short at while of exercises, executed in greatly available rate in structure of competitive exercise in improvement of reduction and muscular relaxation.

Keywords: competitive swimmer, power, hoe-type movements, velocity-power potential, aerobic and anaerobic processes, coordination structure of competitive exercise.

Введение. Повышение мощности гребковых движений у пловцов – одна из основных и наиболее сложных задач спортивного плавания. Предположение, что скоростно-силовая подготовка пловца в воде или на суше позволит быстро повысить мощность гребков и соответственно скорость плавания, далеко не оправдывается. Причины негативного влияния на результативность пловца интенсивного развития скоростно-силового потенциала на этапе высшего спортивного мастерства специалисты обосновывают в основном в двух направлениях. С позиции изменения биомеханических параметров выполнения гребковых движений пловца и биоэнергетического обеспечения его двигательных действий под воздействием упражнений скоростно-силовой направленности.

Методы. В работе использовался комплекс методов исследования тренировочной и соревновательной деятельности, в том числе: теоретический анализ научно-методической

литературы, педагогические наблюдения, анализ и обобщение практического опыта и тренировочных программ подготовки сильнейших отечественных и зарубежных спортсменов высокой квалификации, лабораторные и педагогические эксперименты с использованием инструментальных, физиологических, биомеханических, биохимических методов.

Результаты. Главной причиной привнесения сбивающих факторов в биомеханические характеристики гребковых движений пловца, как показали результаты исследований, является различие внутримышечных координационных структур при выполнении силовых или скоростно-силовых упражнений на суше или в воде и двигательных действий пловца при преодолении соревновательной дистанции [1 и др.]. В то же время, результатом тренировочных нагрузок, направленных на повышение силовых или скоростно-силовых возможностей, является повышение, как правило, интенсивности ресинтеза АТФ за счет анаэробных процессов, продуцирующих выброс молочной кислоты в кровь, что отрицательно влияет на показатели выносливости пловца, ухудшая в подавляющем большинстве случаев результативность проплывания соревновательной дистанции.

Для нейтрализации смещения реакции организма в сторону гликолитического энергообеспечения сокращения мышц, т. е. большему «закислению» организма, специалисты плавания в период интенсивного использования силовых упражнений на суше при планировании тренировок в воде делают значительный акцент на их аэробную направленность.

Если исходить из концепции, что повышение мощности гребкового движения в основном заключается в совершенствовании мобилизационных способностей мышц, т.е. развитии наибольшего импульса силы за меньший промежуток времени за счет совершенствования межмышечных координационных механизмов, то, как показала практика ведущих тренеров по плаванию и результаты наших исследований, заслуживает внимания методика, предусматривающая использование кратковременных (алактатной направленности) серий скоростно-силовых упражнений на фоне выполнения движений средней и малой (аэробной) мощности.

При высокоинтенсивных силовых или скоростно-силовых кратковременных проявлениях мышечный аппарат функционирует с максимальной мощностью с преимущественной мобилизацией быстрых мышечных волокон без значительного «закисления» организма.

Систематическое включение в тренировку кратковременных упражнений предельной или около предельной мощности на фоне экстенсивной нагрузки, как показали полученные нами результаты, приводит к существенному улучшению метаболизма мышечного сокращения, что выражается в увеличении скорости сокращения и большей величины напряжения мышц, а также в уменьшении времени их расслабления при качественном улучшении эластических свойств мышц.

Проведенные нами исследования показали, что использование кратковременных упражнений высокой интенсивности скоростно-силового плана на фоне выполнения движений в аэробной зоне интенсивности приводит к повышению мощности и емкости анаэробного алактатного источника энергообеспечения, совершенствованию энерготранспортной функции креатинфосфата, активизации аэробного источника ресинтеза АТФ и повышению интенсивности утилизации лактата как в процессе выполнения работы, так после ее выполнения. Причиной снижения концентрации лактата при выполнении высокоинтенсивных упражнений в результате тренировок определенной направленности является не уменьшение продукции лактата мышцами, а увеличение интенсивности окислительных процессов, устраняющих продукты «закисления» в самих мышцах. Уменьшение концентрации молочной кислоты в крови под воздействием сочетания этих упражнений неразрывно связано с повышением мощности и емкости аэробной производительности организма и ее ролью в восстановительных процессах во время работы и по ее окончанию.

Выводы. Полученные нами результаты показывают, что важным компонентом в совершенствовании процесса сокращения и расслабления мышц является чередование

упражнений аэробной направленности с короткими по времени сериями упражнений, выполняемых в максимально доступном темпе в координационной структуре соревновательного упражнения. При этом величину преодолеваемого сопротивления следует подбирать с таким расчетом, чтобы обеспечить параллельное формирование и совершенствование силовой и скоростной структуры движения. При соблюдении этих условий наблюдается упорядочение межмышечных координационных связей, повышение концентрации возбуждения мышц, выражающейся в увеличении частотно-амплитудных характеристик электроактивности (ЭА) и сжатости их по времени. С ростом тренированности это приводит к упорядоченности и перераспределению ЭА на ведущие в данной фазе движения мышцы или мышечные группы, сокращению времени возбуждения каждой мышцы в цикле движения, росту скорости сокращения и расслабления мышц в двигательном акте.

Список литературы

1. Максимов, Н.Е. К вопросу о структуре внутримышечной координации движений рук пловца / Н.Е. Максимов, Г.А. Гилев // Культура физическая и здоровье. – 2010. – № 3. – С. 62–64

УДК: 796.011

Ерешко Н.Е. – ст. преподаватель (sendtonadezhda@yandex.ru); Клименко С.В. – доцент, зав. кафедрой (arek62@mail.ru); Аванесов Э.М. – доцент, НОУ ВПО ПССИ, г. Подольск, Россия

Технология занятий инклюзивной физической рекреацией как форма внеклассных занятий

Аннотация. Рассмотрена проблема социализации учащихся с церебральным параличом средствами инклюзивной физической рекреации. Предлагается технология внеклассных занятий интегрированных групп.

Ключевые слова: физическая рекреация, инклюзивное образования, социальная интеграция, поражение опорно-двигательного аппарата, федеральные государственные образовательные стандарты.

Ereshko N.E. – senior lecturer (sendtonadezhda@yandex.ru); Klimenko S.V. – Associate Professor, head of the Department (arek62@mail.ru); Avanesov E. M. – Associate Professor, NOU VPO PSSI, Podolsk, Russia

Technology of occupations by the inclusive physical recreation as form of out-of-class occupations

Abstract. The problem of socialization of pupils with a cerebral palsy by means of an inclusive physical recreation. The technology of out-of-class occupations of the integrated groups is offered.

Keywords: physical recreation, inclusive educations, social integration, defeat of the musculoskeletal device, federal state educational standards.

Актуальность. В контексте повсеместного внедрения инклюзивного образования в структуру общеобразовательных школ становится актуальной возможность использовать физическую рекреацию не только как возможность улучшения психофизического состояния участников инклюзивного образовательного процесса, но и как средство профилактики дезадаптации, сегрегации школьников с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) в обществе одноклассников; нормализации межличностных взаимодействий путем создания интегрированной команды.

По данным Министерства образования и науки Российской Федерации (2015) на период 2014/2015 учебного года обучалось 481587 детей с ОВЗ и инвалидностью: 110295 из них в отдельных классах общеобразовательных школ, 159125 учащихся – в инклюзивных классах, 212167 школьников – в коррекционных школах.

Инклюзия подразумевает адаптацию услуг общеобразовательных школ к всевозможным потребностям учащихся с ОВЗ и в соответствии с этими потребностями начинают разрабатываться и утверждаться федеральные государственные образовательные стандарты (ФГОС). С 01.09.2016 года вступает в силу ФГОС начального общего образования обучающихся с ОВЗ, который будет применяться для обучения по адаптированным образовательным программам. Учебный план состоит из обязательных предметных и коррекционно-развивающих областей, а также внеурочных занятий спортивно-оздоровительного, нравственного, социального, общекультурного направлений, адаптированных для занимающихся с инвалидностью.

В рамках внеклассных занятий учащихся с поражением опорно-двигательного аппарата (ПОДА) необходимы занятия инклюзивной физической рекреации (ИФР) – совокупность физической и адаптивной двигательной рекреаций. Такие занятия способствуют социальной интеграции учащихся с инвалидностью, коррекции их нарушений, замещения утраченных функций, предотвращения развития вторичных отклонений, обусловленных основным диагнозом. Действенность занятий можно повысить с помощью таких видов упражнений, которые будут способствовать компенсации дефектов физического развития и освоению двигательных умений наравне со здоровыми одноклассниками.

Утраченные в результате основного заболевания двигательные возможности можно частично восстанавливать с помощью физических упражнений в результате внутренних, физиологических механизмов компенсации центральной и периферических систем. На этой основе должны быть построены все занятия физической культурой с учащимися, имеющими ПОДА, потому что здоровые нейроны способны перенимать функции поврежденных клеток нервной системы, восстанавливая двигательные способности.

Цель исследования: разработать технологию социализации и регуляции психофизического состояния учащихся с ПОДА средствами ИФР.

В данном исследовании были использованы следующие **методы исследования:** теоретический анализ и обобщение данных научно-методической литературы для выявления существующих методик инклюзивной физической рекреации, как средства социализации детей с заболеванием церебральный паралич среднего школьного возраста; педагогическое наблюдение, беседа, анкетирование, опрос, изучение личных карт; констатирующий и формирующий педагогические эксперименты; математические методы статистической обработки.

В исследованиях Н. А. Бернштейна отмечается, что для исполнения двигательного акта головной мозг взаимодействует как с мышцами, участвующими в его выполнении, так и принимает информацию от экстерорецепторов и интерорецепторов о достигнутых результатах. Далее полученные данные анализируются и мышцы получают от центральной нервной системы обновленные «приказы», которые исправляют недочеты в движении. То есть построение двигательного действия возможно только при взаимодействии периферической и центральной нервной систем. Именно Н.А. Бернштейн предположил, что для построения движений различной степени сложности «приказы» сообщаются на иерархически различных уровнях нервной системы, а когда действие становится автоматизированным, то данная функция спускается на более низкий уровень [2]. Г.А. Бобков (2012) считает, что понимая механизмы адаптации к нагрузкам (виды гипертрофий), можно прогнозировать поведение организма в условиях пониженной двигательной активности. Применительно к занятиям ИФР, анализируя его научные работы, можно сделать следующие выводы:

1. Суммарная физическая нагрузка пороговой интенсивности способствует развитию в мышцах гипертрофии смешанного типа, усиливая мощность вегетативных систем и трофику мышечно-двигательного аппарата, что увеличит питание и восстановление суставов, связок, костей. Гипертрофия мышечной ткани развивается долго в зависимости от продолжительности, мощности, характера упражнений, поэтому важно нормировать нагрузку во избежание эффекта перетренированности.

2. Выполнение выдоха в момент мышечного усилия является необходимым условием положительного рекреационного эффекта, а поддерживающий характер занятий ИФР

позволяет использовать их каждый день.

3. Комплекс занятий должен включать корригирующие, дыхательные, релаксирующие, координационные и ритмические упражнения пространственной организации движений.

4. Адекватность физической нагрузки определяется частотой сердечных сокращений (ЧСС). В первой части занятия ЧСС не должна превысить 15–20 % от исходных показателей, после основной – на 40 %. По завершении занятий ЧСС должна приблизиться к исходным показателям через 1–2 минуты.

5. Необходимо избегать переутомления занимающихся, и рассчитывать нагрузку индивидуально для каждого из занимающихся.

Занятия ИФР имеют свои основные особенности, обусловленные следующими причинами: многообразием отклонений в состоянии здоровья детей с ПОДА; проблематичностью выявления исходной величины нагрузки и ее нормы для каждого ребенка с инвалидностью; затруднениями в выборе оптимальных средств и методов физической культуры и спорта, которые не только интересны здоровым детям, но и доступны инвалидам; сложностями в выборе показателей контроля психофизического состояния участников интегрированной группы.

Организация исследования: В нашем исследовании принимали участие 20 учащихся с ДЦП среднего школьного возраста и 20 их здоровых сверстников. Занятия ИФР были организованы на базе одного из Подольских физкультурно-спортивных клубов с цикличностью один раз в неделю и длительностью 2 часа. Структура занятия была классической: вводная, основная и заключительная части [1], основанные на комплексном использовании упражнений, типичных для подготовительной части, адекватных к исполнению детьми с ОВЗ и усложненных элементов упражнений АФК, спортивных и подвижных игр, локальных силовых упражнений на основные мышечные группы (перетягивание каната, перекидывание набивного мяча и др.) с помощью соревновательного и игрового методов. Объединенной группой дети занимались в вводной и заключительной частях с двумя тренерами-преподавателями, один из которых имел специализацию по адаптивной физической культуре. Комплексность воздействия позволила активизировать все механизмы адаптации, включая деятельность психоэмоциональных и физиологических систем организма.

Результаты исследования: в ходе исследования были определены особенности процесса социализации и психофизического развития учащихся с ПОДА средствами ИФР. Апробирована в процессе внеклассного обучения технология социализации и регуляции психофизического состояния учащихся с ПОДА средствами ИФР.

Экспериментально обоснованы критерии оценки социализации и проявления социальной активности: низкий уровень субъективного ощущения одиночества, низкий уровень депрессии и тревожности, адекватная самооценка, высокий уровень эмпатии (сопереживания) и доброжелательности [1]. По окончании исследования проведено тестирование: показатели депрессии, субъективного ощущения одиночества, ситуативной тревожности снизились, а уровни доброжелательности и социальной эмпатии, напротив стали выше.

Выводы: Технология социализации учащихся с ПОДА средствами ИФР была направлена на создание благоприятной атмосферы в детском коллективе; укрепление здоровья и расширение двигательной сферы; развитие коммуникативных навыков в процессе занятия спортом через общение внутри команды, а также с членами других команд на соревнованиях; расширение знаний о значимости занятий спортом для здоровья и воспитания гармоничной личности; формирование достигновенческой мотивации и повышение самооценки в процессе участия в совместных соревнованиях; развитие эмоциональной сферы и волевых качеств личности. Познание себя, особенностей своего внутреннего мира и осознание собственных перспектив обеспечивает реалистичность жизненных планов и установок.

Таким образом, формирование устойчивого позитивного отношения к себе даёт возможность определить пути саморазвития, самосовершенствования, самореализации, дает ощущение собственной значимости и силы. Следовательно, занятия ИФР способствуют

включению учащихся с инвалидностью в социум, объединяя детей в единый коллектив.

Список литературы

1. Ерешко, Н.Е. Проблемы исследования социализации детей-инвалидов средствами инклюзивной физической рекреации на региональном уровне / Н.Е. Ерешко, В.Д. Чепик // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2015. – №10(128). – С. 61–66.
2. Бобков, Г.А. Саркоплазматический тип рабочей гипертрофии (СТРГ) / С.М. Бубновский, Г.А. Бобков, Л.С. Бубновская // Возрастно-половые основы адаптивной физической культуры (кинезитерапии). – М.: Астрей-Центр, 2012. – Гл. 9. – С. 249–256.
3. Евсеев, С.П. Основные понятия и термины адаптивной физической культуры: Учебник / С.П. Евсеев // Теория и организация адаптивной физической культуры. Т. 1. / Под общей ред. С.П. Евсеева. – М.: Советский спорт, 2005. – Гл. 2. – С. 29–40.

УДК: 796.015.53.365:004.4

Кулезнев В.Н. – профессор ЮЗГУ (kuleznev-fv@rambler.ru); Леухин П.И. – студент (pavel-leukhin@mail.ru); Кононов А.С. – студент (zikzak46@mail.ru); Коршунов Е.Е. – студент (korshunoffegor@yandex.ru), ЮЗГУ, г. Курск, Россия

Программное обеспечение использования дозированных локальных отягощений в учебно-тренировочном процессе для оптимизации структуры соревновательных упражнений

Аннотация: В статье предложена новая технология по обеспечению спортсменов адекватной нагрузкой для решения технических задач посредством использования рекомендаций полученных от программного продукта на основе анализа введенных основных параметров конкретного спортсмена.

Ключевые слова: Программный продукт, локальные отягощения, коррекция амплитудно-частотных параметров бегового шага.

Kuleznev V.N. – Professor (kuleznev-fv@rambler.ru); Leukhin P.I. – Undergraduate (pavel-leukhin@mail.ru); Kononov A.S. – Undergraduate (zikzak46@mail.ru); Korshunov E.E. – Undergraduate (korshunoffegor@yandex.ru), SWSU, Kursk, Russia

Software for using dosed local weights in the training process for the optimization of the structure of competitive exercises

Abstract. The article offers a new technology for providing sportsmen with an adequate load for solving technical tasks by using recommendations received from the software base on the analysis of the inserted basic parameters of a certain sportsman.

Keywords: software, local weights, correction of amplitude-frequency parameters of running step.

Актуальность. На современном этапе обозначен острый дефицит времени. Растут объемы и интенсивность нагрузок. Тренировочная практика стала круглогодичной. Из этого делаем вывод, что меньше времени остается на отдых. Из-за этого многие спортсмены стали прибегать к применению различных препаратов для интенсификации тренировочного и восстановительного процессов. Многие такие средства теперь внесены в перечень запрещенных. Более 15 тысяч препаратов включено на данный момент. Последним из которых стал мельдоний. Возникла острая необходимость в повышении эффективности воздействия применяемых нагрузок и оптимизации учебно-тренировочного процесса в плане становления спортивного мастерства.

В этой связи необходимо использовать ресурсы в режиме, не истощающем резервы адаптационного механизма. Одним из таких направлений является коррекция функциональной асимметрии в циклических видах спорта с помощью дозированных

отягощений с учетом уровня подготовленности и антропометрических параметров и текущего функционального состояния. В этой связи предлагается программный продукт для решения проблемы.

Для выполнения бегового шага с целью оптимизации частотно-амплитудных характеристик рекомендуется использовать дозированные отягощения в дистальной голени в диапазоне от 330–750 грамм. И это должно учитываться при длине голени возраст от 12 и до 18 лет. В детстве неустойчивая несформированная система. Тренер с оператором должен разработать индивидуальную программу для каждого спортсмена. При дозированных отягощениях учитывается каждый параметр: рост, вес, телосложение, длина голени и бедра, их соотношения, квалификация спортсмена на текущий момент. Малейшая ошибка может стать фатальной. Именно поэтому тренерскому составу необходим программный продукт, который позволит индивидуально производить расчеты требуемых нагрузок на определенные части тела спортсмена, для равномерного и наиболее эффективного развития подопечного с учетом его физической подготовленности на определенном этапе.

При запуске программы на экране появляется окно для ввода данных. В поля «Рост», «Вес», «Длина бедра», «Длина голени», «Возраст» и «Уровень спортивного мастерства» вносятся соответствующие данные спортсмена (рис. 1).

Эта информация записывается в базу данных и подвергается обработке и анализу, после чего будет выдана рекомендация по весу и положению отягощения нижних конечностей.

Рис. 1. Окно для ввода данных в компьютер

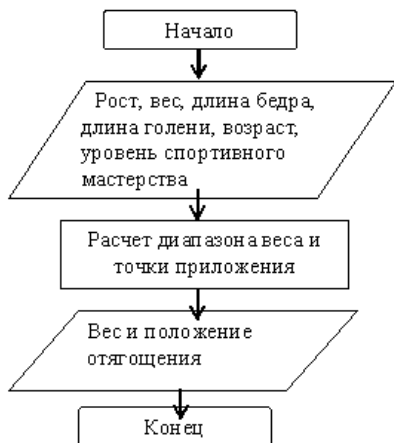


Рис. 2. Алгоритм формирования рекомендаций по весу и положению отягощения нижних конечностей

Поэтапное исследование анализируемых параметров (рис. 2) позволит выявить характерные особенности динамики, что в свою очередь, опираясь на линию тренда, позволит предсказать перспективу развитие интегрального показателя. Это оптимизирует учебно-тренировочный процесс и повысит его эффективность и сократит объем выполняемой работы про том же уровне нагрузок.

Благодаря данной технологии, возможно сократить время освоения технических действий. Снижение времени может достигать до 30 %. Этот ресурс можно будет качественно использовать на подготовку на следующем этапе для достижения высшего уровня.

Перспективы развития. Внедрение таких технологий значительно улучшит работу тренерского состава. Программный продукт предъявит к тренерам дополнительные

требования (владения новых технологий) или же потребует привлечения стороннего специалиста для достижения максимально-возможного результата.

Вывод. Данная технология позволит достигнуть высоких показателей без использования фармакологической составляющей. Позволит обеспечить восстановление спортсмена в кратчайшие сроки по оптимальному графику особенно на ранних стадиях становления спортивного мастерства. Использование расчетов данного программного продукта позволит оптимизировать тренировочной процесс для достижения высших результатов.

Список литературы

1. Библия Delphi. – 3е изд. / Михаил Фленов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Delphi.about.com/library/weekly/aa101805 (Дата обращения 23.04.2016).
2. Введение в системы баз данных: Учебное пособие / П.В. Бураков, В.Ю. Петров. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ict.edu.ru/ft/006173/itmo461.pdf> (Дата обращения 23.04.2016).
3. Базы данных: Учебное пособие для вузов / О.Л. Голицына, Н.В. Максимов, И.И. Попов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.library.ugatu.ac.ru/pdf/diplom/Golicina_Baziy_dannih_2005.pdf (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 796

Кулезнёв В.Н. – профессор (kuleznev-fv@rambler.ru); Белых В.С. – студент (valentin.belyh@mail.ru), ЮЗГУ, г. Курск, Россия

Корреляционный анализ при выявлении взаимосвязи антропометрических параметров и исследовании координационных способностей

Аннотация. В данной статье рассматривается первичный анализ взаимосвязи антропометрических характеристик исследование координационных способностей при помощи методов корреляционного анализа. Используются различные способы отображения результатов, цифровая и цветовая градация.

Ключевые слова: антропометрия, прогнозирование, корреляционный анализ, координационные способности.

Kuleznev V.N. – Professor (kuleznev-fv@rambler.ru); Belykh V.S. – Student (valentin.belyh@mail.ru), SWSU, Kursk, Russia

Correlation analysis in identifying the relationship of anthropometric parameters and study of coordination abilities

Abstract. This article discusses the primary analysis of the relationship of anthropometric characteristics of the study coordination abilities with the help of correlation analysis methods. Different ways to display results and digital grading and color.

Keywords: anthropometry, forecasting, correlation analysis, coordination abilities.

Актуальность: В настоящее время все большее значение в спорте принимает прогнозирование индивидуальных показателей и спортивных результатов для определения индивидуальной перспективности относительно дальнейшей карьеры в избранном виде спорта. Поэтому так важно проводить исследования динамики антропометрических показателей и их взаимосвязи.

Цель данной работы состоит в отработке методов исследования взаимосвязи антропометрических параметров и исследования координационных способностей на примере корреляционного анализа для повышения информативности исследуемых данных.

В работе рассматривалось две группы юных спортсменов ДЮСШ. В первой группе измерены и проанализированы следующие антропометрические параметры: вес, рост, возраст в днях, спирометрия, экскурсия грудной клетки, окружность грудной клетки на вдохе, выдохе

и её промежуточное значение. Вторая группа проходила тест на координационные способности «Лесенка» [1, 2]. Необходимо было преодолеть 10 метровый отрезок с 21 препятствием из гимнастических палок диаметром 2,5 см, длиной 120 см, уложенных на расстоянии 50 см, друг от друга. Задание выполняется с максимальной скоростью, при условии постановки ноги в промежуток между палками. Задание выполняется трижды. Время фиксировалось по первоначальному движению в секундах. Наличие ошибок фиксировалось в протоколе в графе соответствующей попытке.

Для обработки данных в обеих группах были применены методы корреляционного анализа, посчитан критерий Стьюдента и ошибка первого рода. В табл. 1 серым цветом выделены признаки со значением p до 0,001, а белым соответственно выделены значения p больше 0,001. После чего было произведено ранжирование показателей связи от 0 до 10. Более подробно процесс ранжирования рассмотрен в других работах [3].

Таблица 1

Ошибка первого рода

p	Вес	Рост	Окружность грудной клетки			Экскурсия	Спирометрия
			На вдохе	На выдохе	Промежут.		
Вес							
Рост	7E-23						
Окр. груд. клетки	На вдохе	1,58E-21	3,03E-14				
	На выдохе	4,35E-18	8,49E-15	2,99E-19			
	Промежут.	6E-25	4,13E-18	1,66E-34	4,59E-24		
	Экскурсия	0,000269	0,002324	5,62E-05	0,002328	0,000218	
Спирометрия	5,24E-16	1,87E-15	8,35E-16	7,17E-15	4,86E-17	0,002448	
Возраст	6,93E-13	9,48E-12	8,46E-13	1,8E-13	3,26E-15	0,006983	6,16E-10

На основе чего была построена диаграмма тесноты взаимосвязи (рис. 1).

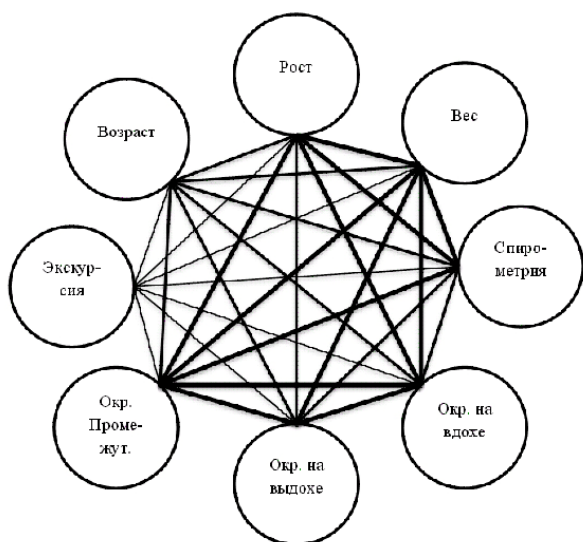


Рис. 1. Графическое отображение рангов связности признаков

Тесноту взаимосвязи на рисунке можно отследить по толщине связующих линий. Оказалось, что наиболее сильны (9-й ранг) следующие зависимости: вес-рост, вес-промежуточное значение окружности грудной клетки, промежуточное значение окружности грудной клетки-величина окружности грудной клетки на вдохе. Наиболее слабыми оказались связи признаков с экскурсией грудной клетки.

Во второй группе были проанализированы связи между подходами. В течение нескольких тренировочных занятий. Оказалось, что спустя 5 занятий связь между попытками в первой группе усилилась с 4 до 8 (табл. 2, табл. 3).

Таблица 2

**Ранги связности показателей времени
в первом замере**

	1 <i>попытка</i>	2 <i>попытка</i>	3 <i>попытка</i>
1 попытка	10		
2 попытка	4	10	
3 попытка	4	4	10

Таблица 3

**Ранги связности показателей времени
во 2-м замере**

	1 <i>попытка</i>	2 <i>попытка</i>	3 <i>попытка</i>
1 попытка	10		
2 попытка	8	10	
3 попытка	8	8	10

Это говорит нам об увеличении однородности результатов в эффективности тренировочного процесса. В ходе выполнения теста записывалось количество совершаемых спортсменом ошибок. Связь количества ошибок с временем крайне низка. Ко второму подходу ошибок стало меньше на 77 %, что свидетельствует о высокой обучаемости. Более обширное и полное описание исследования дается в других материалах [4].

Таким образом, в ходе данной работы были выявлены наиболее тесно связанные антропометрические показатели, что позволит в будущем делать их расчет и прогнозирование. Кроме того, выявлено, что коэффициент корреляции в некоторых упражнениях может являться мерой эффективности тренировок и стабильности результатов.

Список литературы

1. Смирнов, Ю.И. Спортивная метрология: Учеб. для студ. пед. вузов / Ю.И. Смирнов, М.М. Полевщиков. – М.: Академия, 2000. – 232 с.
2. Линда, Б.Х. Методика комплексной оценки физического развития и физической подготовленности: Учебное пособие / Б.Х. Линда. – 2-е издание. – М.: Советский спорт, 2005. – 192 с.
3. Березин, Н.М. Использование корреляционно-регрессионного анализа при исследовании антропометрических характеристик / Н.М. Березин, В.С. Белых, И.А. Лобков, М.Э. Степанова // Математика и ее приложения в современной науке и практике: Сборник научных статей IV Международной научно-практической конференции, г. Курск, 16–18 апреля 2014 г. – Курск: ЮЗГУ, 2014. – С. 224.
4. Белых, В.С. Математический анализ теста «Лесенка» с целью объективизации текущего состояния юных футболистов / В.С. Белых, Н.М. Березин, И.А. Лобков // Математика и ее приложения в современной науке и практике: Сборник научных статей IV Международной научно-практической конференции, г. Курск, 16–18 апреля 2014 г. – Курск: ЮЗГУ, 2014. – С. 66–73.

УДК 796.853.232

Курасбедиани З.В. – доцент (tim_077@mail.ru); Кулезнёв В.Н. – профессор (kuleznevfv@rambler.ru); Пашкова А.С. – студентка (anya.pashkova.96@mail.ru); Бурдастых Ю.Н. – студентка (yulia.burdastikh1995@mail.ru); Вихарева А.В. – студентка (14maff@gmail.com), ЮЗГУ, г. Курск, Россия

Пути развития дзюдо в ВУЗе

Аннотация: Дзюдо – один из самых молодых видов боевых искусств. Перспектива развития дзюдо в ВУЗе во многом определяется юношеским дзюдо.

Ключевые слова: дзюдо, спорт, Универсиада, ВУЗ, ЮЗГУ.

Kurasbediani Z.V. – Associate Professor (tim_077@mail.ru); Kuleznyov V.N. – Professor (kuleznevfv@rambler.ru); Pashkova A.S. – student (anya.pashkova.96@mail.ru); Burdastyh YU.N. – student (yulia.burdastikh1995@mail.ru); Vihareva A.V. – student (14maff@gmail.com), SWSU, Kursk, Russia

Ways of judo in high school

Abstract. Judo – one of the youngest martial arts. Prospects for the development of judo in high school is largely determined by youthful judo.

Keywords: judo, sport, Universidad, high school, SWSU.

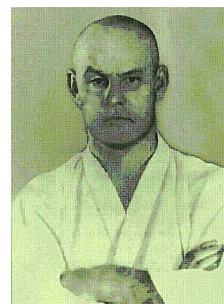


Дзигоро Кано

Дзюдо – один из самых молодых видов боевых искусств. Дзюдо с японского перевода на русский означает «гибкий путь». Этот вид спорта имеет более чем вековую историю. Прародителем дзюдо является профессор из Японии – Дзигоро Кано. Этот вид единоборства он основал в 1882 году. Но популярность дзюдо достигла не сразу. Лишь в 1886 году после того, как в известном турнире полиции города Токио команда спортсменов-дзюдоистов одержала победу перед популярной школой того времени – джиу-джитсу, к дзюдо отнеслись действительно всерьез. В 1928 году у профессора Кано появилась мысль ввести этот вид спорта в программу Олимпийских игр. Изначально японские дзюдоисты считались лучшими борцами во всем мире.

На сегодня не только призёрами, но и победителями Олимпийских игр, а также чемпионатов мира являются спортсмены почти со всего земного шара. В международную федерацию дзюдо входят сейчас 92 страны со всего мира.

В нашем отечестве дзюдо появилось благодаря Василию Сергеевичу Ощепкову (1892–1937), который был рождён на Южном Сахалине и в раннем возрасте попал в Японию. Там Василий и начал заниматься дзюдо и в октябре 1911 г. поступил в знаменитую школу Кодокан. Через три года Ощепков основывает свою школу дзюдо во Владивостоке. Именно с этого момента дзюдо зародилось в СССР. Но в конце 30-х годов этот вид спорта запретили, считая его «чуждым советскому народу занятием». В.С. Ощепкова арестовали, а спустя десять дней он умер.



«Периодом возрождения» для дзюдо можно считать начало 60-х годов. Дзюдо становится олимпийским видом спорта, получая этот статус

В.С. Ощепков

на высшем государственном уровне, и восстанавливается на основе самбо. Первая победа была на чемпионате Европы-62, на котором были завоеваны две золотые медали. В 1972 г. была создана Федерация дзюдо СССР, а через год впервые был проведен Чемпионат СССР, после которого регулярно стали проводиться первенства по борьбе дзюдо среди юношей и juniоров. Олимпийским чемпионом, чемпионом Европы (1979 г.), а затем мира (1979 г. и 1983 г.) стал дзюдоист из Курска Николай Иванович Солодухин.



**М.Г. Скрыпов
и Н.И.
Солодухин**

В Курске с начала 60-х годов была очень популярна борьба самбо. Основателями этого вида спорта в области были Михаил Григорьевич Скрыпов (выпускник Ленинградского института Физкультуры) и Виктор Тимофеевич Данилин (неоднократный чемпион СССР). В 1964 году в старом спортзале «Динамо» города Курска был проведён первый официальный чемпионат области по самбо. За 10 лет ученики М.Г. Скрыпова достигли хороших результатов, многие из них стали призёрами СССР, «Динамо» СССР, России. На чемпионате России в 1967 году, который проходил в г. Орджоникидзе, Михаил Григорьевич Скрыпов первым в области выполнил норму мастера спорта.

С начала 70-х годов в Курске постепенно начало зарождаться дзюдо. Тогда в области и прошли первые соревнования по дзюдо – соревнования на призы обкома комсомола.

В 1972 году курское «Динамо» стало центром проведения российских всесоюзных и международных соревнований и сборов по дзюдо. В 1973 году этот вид борьбы был официально признан спорткомитетом СССР, а также была создана федерация дзюдо. В связи с этим в Курске начали проводиться чемпионаты и первенства области, а с 1974 года – Международный и Российский турнир по дзюдо на призы Героев Курской битвы.



**М.Г. Скрыпов –
основатель дзюдо
в г. Курске**

К этому времени самбисты города Курска почти полностью переквалифицировались на дзюдо. На базе Курского «Динамо» в 1976 году был создан Центр Олимпийской подготовки. В том же году в Курске была проведена первая спартакиада спортивных организаций «Динамо» СССР социалистических стран.

Так же в Курске проводятся традиционные Российские турниры, такие как: турнир памяти воина Юрия Харланова (с 1988 г.), турнир на призы Александра Шурова – заслуженного мастера спорта (с 1997г.), турнир имени М.Г. Скрыпова – заслуженного тренера СССР, основателя Курской школы самбо и дзюдо (с 1998 г.).

Ведётся большая пропагандистская работа по внедрению данного вида спорта в студенческую среду. Так сразу после Олимпийских игр в Москве были проведены встречи в ВУЗах города Курска с ведущими спортсменами дзюдоистами. Такая встреча состоялась в КПИ, что стало мощным толчком в популяризации данного вида спорта в ВУЗе, и как итог сборная команда КПИ-КГТУ-ЮЗГУ по дзюдо более двадцати раз становилась чемпионом межвузовских соревнований, а также одерживала множество побед на других соревнованиях различного уровня. Тренерами в ЮЗГУ являлись Фёдоров Юрий Павлович, Шелдунов Виктор Иванович, а на сегодняшний день являются мастера спорта – Зацепин Виктор Иванович, Курасбедиани Зураб Важаевич, под началом которых были подготовлены ряд выдающихся спортсменов, которые неоднократно становились победителями на многих значимых соревнованиях.



**З.В. Курасбедиани,
МС СССР,
Заслуженный
тренер России**

Фёдоров Ю.П. является заслуженным тренером России. В КПИ-КГТУ он тренировал с 1979 года по 1991 год. Его воспитанниками являются такие мастера спорта, как Пушкарёв С., Петров А., Чанкселиани Б., Курасбедиани З., а также заслуженный мастер спорта Стёпкин Ю. С 1994 года и по сегодняшний день в данном ВУЗе тренером является Курасбедиани Зураб Важаевич, заслуженный тренер России, бессменный победитель Межвузовской Спартакиады вместе с Зацепиным Виктором Ивановичем. Его воспитанники не раз становились победителями и призёрами на Чемпионатах Мира, Всероссийских, Международных и других соревнованиях.

Так в 2004 году мастер спорта международного класса Эрекле Копалиане занял 1 место на Чемпионате Мира среди молодёжи, в 2005 году 3 место на Кубке Мира в Москве, а в 2006 году стал бронзовым призёром Европы. В 2006 году мастер спорта международного класса Алексей Попов занял 1 место на Европе в команде. Мастер спорта международного класса Костоев Асхаб – выпускник экономического факультета ЮЗГУ, на протяжении четырёх лет, с 2007 года по 2010 год, занимал 1 место на Чемпионате России.

В 2012 году Бегметов Александр стал победителем кубка Европы среди юношей, в 2013 году занял 3 место на Чемпионате Европы среди юношей в Черногорье. В 2014 году 1 место на Всемирной Гимназиаде заняли Бегметов А. и Сулейманов А.

Бронзовым призёром Олимпийских игр в Сиднее в 2000 году стал выпускник строительного факультета нашего ВУЗа Юрий Викторович Стёпкин, заслуженный мастер

спорта России, шестикратный чемпион России. Он же являлся победителем Универсиады, Чемпионата Европы, Чемпионата РФ, занял 2 место на Чемпионате Мира среди студентов.

Студенческое дзюдо имеет преимущество по количеству соревнований, так как наряду с другими соревнованиями по этому виду спорта непосредственно для студентов проводятся межвузовские городские и всероссийские турниры. Апогеем является всемирная студенческая универсиада в Казани, где российские студенты-дзюдоисты завоевали как серебро, так и золото.



Ежегодно проводится целенаправленная работа по профориентации в детско-юношеских спортивных школах по поступлению и по дальнейшему совершенствованию спортивного мастерства в составе сборных университета. Огромную роль в развитии дзюдо в области играет вмешательство Федерации дзюдо в спортивную жизнь дзюдоистов.

На данный момент президентом Федерации дзюдо Курской области является Меркулов Юрий Алексеевич – советский дзюдоист, чемпион СССР, обладатель Кубка СССР, призёр Чемпионата Европы, Заслуженный мастер спорта СССР. Юрий Алексеевич принимает активное участие в тренировочном процессе дзюдоистов, часто присутствует на тренировках.

Во второй половине восьмидесятых годов появился центр подготовки девушек дзюдоисток в КГМИ, возглавлял эту группу В.Н. Васильев, именно под его руководством были подготовлены мастера спорта СССР, чемпионки СССР и победительницы и призёры Международных соревнований, в том числе и Чемпионатов мира. Выпускницей Курской школы дзюдо является Коваленко Олеся Николаевна – спортсменка, достигшая наивысших вершин в женском дзюдо. Она выиграла звание сильнейшей в мире по самбо, является чемпионкой страны и мира по дзюдо среди юниорок и молодёжи, двукратной чемпионкой Европы по дзюдо, заслуженным мастером спорта России, а так же – мастером спорта международного класса по дзюдо и самбо.

Перспектива развития дзюдо в ВУЗе во многом определяется юношеским дзюдо. Именно этот важный момент и реализуют доценты кафедры Зураб Важаевич Курасбедиани и Зацепин Виктор Иванович, которые на базе ЮЗГУ проводят работу с перспективными молодыми спортсменами и тем самым проводят профориентационную работу с подрастающим поколением. Развитие в ВУЗе вида спорта зависит от доброй воли администрации ВУЗа, от материально-технической базы, от профессиональной подготовки тренера-преподавателя, от рекламной компании ВУЗа и от предыдущих результатов, преемственности поколения и от традиций, которые сложились в ВУЗе, что и мотивирует будущих спортсменов стать студентами ЮЗГУ и, тем самым, преумножая уже сложившиеся традиции на этом поприще.

Список литературы

1. Курскому дзюдо исполнится 40 лет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://adm.rkursk.ru/index.php?id=13&mat_id=29212 (Дата обращения 23.04.2016).
2. Страницы истории дзюдо [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eurojudo2012.ru/en/node/769> (Дата обращения 23.04.2016).
3. Клуб дзюдо Ратник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://volgograd.kartasporta.ru/catalogue/sport/klub_dzyudo_ratnik_106/ (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 796.015.5:796.92

Малеев Д.О. – доцент (*massport@mail.ru*), ТюмГУ, г. Тюмень, Россия

Искусственная гипоксическая тренировка как средство повышения эффективности соревновательной деятельности

Аннотация. В данной статье представлены результаты исследования, отражающие влияние применяемых средств и методов искусственной гипоксической тренировки на эффективность соревновательной деятельности лыжников-гонщиков высокой квалификации.

Ключевые слова: искусственная гипоксическая тренировка, лыжники-гонщики, тренировочный процесс, соревновательная деятельность.

D.O. Maleev – Associate Professor (massport@mail.ru), TSU, Tyumen, Russia

Artificial Hypoxic Training as a Means to Increase the Athletic Performance Efficiency at Competitions

Abstract. The study results show that highly skilled ski-racers improve their athletic performance at competitions with the help of hypoxic training methods.

Keywords: artificial hypoxic training, ski-racers, a work-out session, a competitive activity.

Актуальность. Имеющиеся в отечественной и зарубежной литературе данные [1–5] свидетельствуют о том, что наряду с тренировкой в климатических условиях среднегорья и высокогорья, успешно применяемой в спортивной практике, эффективная подготовка спортсменов высоких спортивных разрядов может быть реализована и в условиях равнинной местности за счёт использования средств и методов искусственной гипоксической тренировки, основанной на регулярно повторяемых сеансах искусственно создаваемой прерывистой гипоксии. А также нахождении спортсменов в замкнутом пространстве с пониженным содержанием кислорода или дыхании через дополнительное «мёртвое» пространство с помощью различных дыхательных тренажёров и приспособлений.

К сожалению, до настоящего времени средства и методы искусственной гипоксической тренировки в подготовке лыжников-гонщиков (за исключением тренировки в среднегорье) не получили должного применения в виду отсутствия научной и практической разработанности методики по их использованию, что значительно снижает эффективность тренировочного процесса в лыжных гонках.

Цель исследования – выявить тренирующее воздействие предложенных вариантов искусственной гипоксической тренировки на эффективность соревновательной деятельности лыжников-гонщиков в зимнем спортивном сезоне.

Исследование проводилось на базе Центра зимних видов спорта Тюменского государственного университета (ТюмГУ) в подготовительном периоде тренировки. Из числа студентов спортсменов были сформированы экспериментальная и контрольная группы (ЭГ, КГ) по 10 человек в каждой. Возраст испытуемых 18–22 года, стаж занятий спортом 8–10 лет, уровень спортивной подготовленности – мастера спорта и кандидаты в мастера спорта.

В подготовке испытуемых обеих групп применялись одинаковые по содержанию, интенсивности, количеству занятий тренировочные программы. Отличие состояло в том, что в подготовке спортсменов ЭГ дополнительно, после основных тренировочных занятий, использовались средства и методы искусственной гипоксической тренировки, а в содержании занятий испытуемых КГ они не применялись.

В качестве средств и методов искусственной гипоксической тренировки применялись гипоксические палатки модели «Hypoxico Everest Summit II», дыхательный тренажёр «Карбоник» профессора В.П. Куликова и интервальная гипоксическая тренировка (ИГТ).

В табл. 1 и 2 представлены режимы гипоксического воздействия, разработанные нами с учётом результатов проведённого ранее исследования по выявлению устойчивости организма лыжников-гонщиков к гипоксии.

Курс гипоксически – гиперкапнической тренировки с использованием дыхательного тренажёра «Карбоник» состоял из 25–30 сеансов проводимых ежедневно перед сном согласно прилагаемой к нему инструкции.

В качестве длительного гипоксического воздействия на организм спортсменов в условиях нахождения их в палатке использовался сон продолжительностью 8–10 часов ежедневно с учётом отдыха в дневное время (табл. 1).

Таблица 1

Рекомендуемые режимы гипоксической тренировки (высота над уровнем моря) для лыжников-гонщиков высокой квалификации при использовании гипоксической палатки «HIPOXICO Everest Summit II» (в подготовительном периоде подготовки)

Месяцы	Май		Июнь				Июль	Август				Сентябрь				Октябрь				Ноябрь	
Недельные микроциклы	1*	2-4	1	2	3	4	1-2-3-4	1	2	3	4	1-2-3-4				1	2	3	4	1	2-3-4
Высота над уровнем моря (м)	1500-1800		1500 - 3000					1500 - 3000								1500 - 3000					
Программы гипоксикатора	№ 5-6		№ 5-8,5					№ 5-8,5								№ 6-8,5					

*Пояснения к табл. 1: Курс гипоксической экспозиции в 1-ом микроцикле мая является продолжением гипоксической тренировки 2-3-4 микроциклов апреля.

В процессе выполнения интервальной гипоксической тренировки (ИГТ) применялся гипоксикатор «Нірохісо Everest Summit II» и соблюдались следующие условия её реализации (табл. 2): продолжительность гипоксической экспозиции в день проведения естественной тренировки не превышает 1,5 часа; количество гипоксических сеансов в тренировочном микроцикле – 3 раза в неделю; общая непрерывная продолжительность курса ИГТ в сочетании со средствами и методами традиционной тренировки – не более 25–30 дней; содержание кислорода в гипоксической газовой смеси – 9–10 %; вдыхание указанной смеси через 1,5–2 часа после окончания последнего тренировочного занятия в состоянии относительного покоя.

Таблица 2

Рекомендуемые режимы ИГТ для использования в подготовке квалифицированных лыжников-гонщиков

Режимы ИГТ	Длительность вдыхания (с, мин)		Кол-во повторений в одной серии	Кол-во серий	Длительность отдыха между сериями (мин)	Содержание O ₂ в ГГС (%)
	ГГС*	Атмосферным воздухом				
1	30с	30с	5-7	5-6	3мин	9-10
2	1мин	30с	4-5	4-5	3мин	9-10

*Пояснения к табл. 2: ГГС – гипоксическая газовая смесь

Указанные варианты искусственной гипоксической тренировки применялись в сочетании с общепринятыми тренировочными средствами, успешно используемыми в подготовке лыжников-гонщиков высокой квалификации в условиях подготовительного периода.

При анализе эффективности соревновательной деятельности рассматривались, прежде всего, показатели успешности и стабильности, отражающие выступления спортсменов в соревновательном периоде. Спортивные результаты определялись по времени преодоления соревновательных дистанций и занятым местам в официальных соревнованиях.

Результаты исследования. Анализ индивидуальных выступлений на этапе соревновательного периода показал, что все лыжники-гонщики улучшили свои личные

спортивные результаты по сравнению с прошлым зимним сезоном. Однако, у спортсменов экспериментальной группы, применявших в тренировочном процессе подготовительного периода средства искусственной гипоксической тренировки, эти изменения были выражены более значительно.

Так, имея одинаковое количество стартов в городских и областных соревнованиях зимнего спортивного сезона 2013–2014 гг. лыжники-гонщики экспериментальной группы завоевали 22 призовых места (I–II–III) в различных видах программы соревнований. В то же время только четыре спортсмена из контрольной группы смогли попасть в число призёров этих соревнований (одно второе и три третьих места). Причём, улучшение спортивных результатов у гонщиков экспериментальной группы наблюдалось на всех дистанциях гонок, а у спортсменов контрольной группы в большинстве случаев улучшение результатов отмечалось только в преодолении более коротких дистанций.

Таким образом, спортивный успех в масштабе указанных выше соревнований в большей степени сопутствовал лыжникам-гонщикам экспериментальной группы, которые выступали более стабильно и от соревнования к соревнованию улучшали свои спортивные результаты.

Финальные соревнования III Всероссийской зимней Универсиады по лыжным гонкам (март 2014 г. – г. Ижевск), в которых приняли участие 13 команд из разных регионов страны, в том числе команда ТюмГУ в результате успешных выступлений на первом и втором отборочных этапах Универсиады, явились основными социально значимыми соревнованиями зимнего спортивного сезона 2013–2014 гг., позволяющими подвести итоги спортивных достижений лыжников-гонщиков экспериментальной группы после завершения исследования.

Анализ индивидуальных результатов спортсменов ТюмГУ в финальных соревнованиях III зимней Универсиады подтвердил высокий уровень их подготовленности. Так, в первый день соревнований в индивидуальной гонке на 10 км классическим стилем все три призовых места на пьедестале почёта достались тюменским лыжникам. Наряду с этим, два представителя команды на этой дистанции заняли пятое и седьмое места.

Во второй день соревнований в финальных стартах спринта (1,7 км – свободный стиль) лучший результат также показал представитель ТюмГУ. Результаты его товарищей по команде в этом виде программы соревнований были скромнее – 11, 12, 13 места. В индивидуальной гонке на 15 км свободным стилем (третий день соревнований) удача вновь сопутствовала тюменским спортсменам – два призовых места (первое и третье). В последний день соревнований сборная команда ТюмГУ одержала уверенную победу в эстафетной гонке 4x10 км, опередив команды Кемеровского (2-е место) и Удмуртского (3-е место) государственных университетов соответственно на 1 и 2 минуты.

Таким образом, результаты выступления команды ТюмГУ в финальных стартах III Всероссийской зимней Универсиады по лыжным гонкам показали, что все спортсмены прошедшие подготовку в составе экспериментальной группы добились в указанных соревнованиях высоких спортивных результатов, став в большинстве случаев победителями и призёрами в различных видах программы, а также заняв первое место в эстафете и общекомандном зачёте, опередив ближайшего соперника команду Кемеровского государственного университета на 446 очков.

Наряду с этим следует отметить, что в зимнем спортивном сезоне 2013–2014 гг. из числа испытуемых экспериментальной группы два спортсмена выполнили и три подтвердили норматив «Мастер спорта РФ»

В то же время результаты проведённого исследования свидетельствуют о том, что применяемая в подготовке испытуемых контрольной группы тренировочная программа, в которой предусматривалась использование только общепринятых средств и методов спортивной тренировки, по своему тренирующему воздействию на успешность спортивной подготовки лыжников-гонщиков значительно уступает экспериментальной программе. Это подтверждается более низким уровнем соревновательной деятельности спортсменов контрольной группы в течение всего зимнего спортивного сезона 2013–2014 гг. по отношению к результатам лыжников экспериментальной группы.

В качестве дополнительного подтверждения эффективности применения разработанной методики в подготовке квалифицированных лыжников-гонщиков являются результаты выступлений сборной команды ТюмГУ в финальных соревнованиях IV Всероссийской зимней Универсиады по лыжным гонкам, проводимых через два года (г. Саранск – март 2016 г.), где она повторила предыдущее достижение, став победителем в общекомандном зачёте и эстафете 4x10 км, опередив второго призёра мужской эстафетной гонки команду Южно-Уральского государственного национального исследовательского университета (г. Челябинск) на 4 мин. 12 сек.

Выводы. 1. Успешная подготовка лыжников-гонщиков высокой квалификации в условиях равнинной местности может быть реализована за счёт применения следующих современных средств и методов искусственной гипоксии – гипоксическая палатка, дыхательный тренажёр «Карбоник» профессора В.П. Куликова, интервальная гипоксическая тренировка. 2. Применение предложенных вариантов искусственной гипоксической тренировки в подготовительном периоде (как дополнительного средства тренирующего воздействия) в сочетании с общепринятыми средствами и методами естественной спортивной тренировки обеспечивает высокую эффективность соревновательной деятельности квалифицированных лыжников-гонщиков в зимнем спортивном сезоне. 3. Высокая оценка достигнутого спортсменами уровня спортивных результатов в социально значимых соревнованиях убедительно подтверждает эффективность методики подготовки с использованием средств и методов искусственной гипоксической тренировки, что даёт основание рекомендовать её применение в общей системе подготовки лыжников-гонщиков высокой квалификации, как необходимый элемент современных спортивных технологий в лыжных гонках.

Список литературы

1. Афонякин, И.В. Применение интервальной гипоксической тренировки в предсоревновательном периоде подготовки пловцов-спринтеров / И.В. Афонякин // Сборник научных трудов молодых учёных и студентов РГАФК. – Москва, 2002. – С. 74–76.
2. Волков, Н.И. Эффективность интервальной гипоксической тренировки при подготовке конькобежцев высокой квалификации / Н.И. Волков, Б.А. Стенин, С.Ф. Сокунова // Теория и практика физической культуры. – 1998. – №3. – С. 8–13.
3. Колчинская, А.З. Интервальная гипоксическая тренировка в спорте высших достижений / А.З. Колчинская // Спортивная медицина. – 2008. – № 1 – С. 9–24.
4. Wilkie K. Hypoxicator // Fitness and Speed Skating Times, Nov. 2000. USA – P. 11.
5. Hellemans, J. Intermittent Hypoxic Training, A Pilot Study / J. Hellemans // Proceedings from the Gatograd International Triathlon Science II Conference Noosa Australia, Nov. 7–8, 1999.

УДК: 338:79

Мануйлов А.А. – студент; Кулезнев В.Н. – профессор (kuleznev-fv@rambler.ru); Харланова В.Н. – студентка (v.harlanova@yandex.ru), ЮЗГУ, г. Курск, Россия

Влияние кризиса в банковской сфере на спонсирование отечественного спорта высших достижений

Аннотация. В настоящий период времени наблюдается усиление кризиса, которое негативно влияет на банковскую сферу, являющуюся одним из основных спонсоров спорта.

Ключевые слова: банковская система, спортивная сфера, экономика, кризис, спонсирование, страховые компании.

The impact of the crisis in the banking sector to subsidize domestic high performance sport

Abstract. At this time there has been increasing crisis, which adversely affects the banking sector, which is one of the main sponsors of the sport.

Keywords: banking, sports, economy, crisis, sponsorship, insurance companies.

Актуальность. Многие российские банки являются спонсорами различных клубов. Однако в последнее время Центробанк отзывает лицензии у всё большего количества банков, следовательно, появляются серьезные проблемы с финансированием спортивной сферы из-за сокращения их количества. Даже не смотря на кризисную ситуацию в стране, часть российских банков и страховых компаний по-прежнему продолжает спонсорскую деятельность.

Результаты исследования. Так, РОСНО выступало официальным страховщиком членов сборной команды России на зимних играх в Нагано в 1998 году, на Играх 2000 года в Сиднее, в 2002 году в Солт-Лейк-Сити. Компания являлась официальным партнером Олимпийского комитета России по страховой защите на Играх XXVIII Олимпиады 2004 года в Афинах.

Группа «Ренессанс Страхование» (ГРС) выступила генеральным страховщиком Пятого Международного театрального фестиваля имени А.П.Чехова, генеральным спонсором VIII Открытого первенства России по Дайдо Джуку Карате До.

Многие коммерческие банки России проводят благотворительную деятельность, тем самым вкладывают свой капитал в спонсирование спортивной сфере (табл.1).

Таблица 1

Банки-лидеры по расходам на благотворительность

Наименование банка	2015 год			2014 год		
	Расходы, руб	Прибыль, тыс. руб	% от прибыли	Расходы на благотворительность, тыс. руб	Прибыль, тыс. руб	% от прибыли
ВТБ	17 283 454	48 580 668	35,58	1 138 877	20 007 291	5,69
Сбербанк России	3 496 456	236 256 123	1,48	2 447 124	305 703 229	0,8
Банк Москвы	2 058 178	0	-	4 497 840	1 243 215	361,79
Газпром-банк	1 776 383	0	-	1 161 506	18 283 177	6,35
Альфа-Банк	529 280	49 591 411	1,07	678 189	48 823 474	1,39

Однако не все данные о реализуемых проектах открыты. К примеру, на официальном сайте ВТБ отсутствует годовая отчетность о финансовом состоянии банка. Тем не менее, у более крупных банков эта информация доступна для общего пользования [1].

В данный момент Сбербанк России является генеральным спонсором чемпионата России по шахматам среди мужчин, а также официальным банком Олимпийского комитета России на Играх XXVIII Олимпиады [2]. ВТБ с 2009 года – генеральный спонсор ФК «Динамо» Москва. Частью этого сотрудничества является участие Банка в крупнейшем инвестиционном проекте «ВТБ Арена парк», в рамках которого, не смотря на кризис, проходит коренная перестройка Центрального стадиона «Динамо», домашней арены легендарного футбольного клуба, 11 раз выигрывавшего чемпионат страны [3].

Одним из крупных спонсоров спортивной сферы является Внешэкономбанк. В 2014 году, как и в прежние годы, он оказывал спонсорскую поддержку Федерации хоккея России, Российскому футбольному союзу, Всероссийской федерации волейбола, Всероссийской федерации плавания, Профессиональной регбийной лиге, Союзу танцевального спорта России и ряду других спортивных ассоциаций.

Газпромбанк является одним из крупнейших банков России, т.к. обладает высокой долей активов и капитала в банковской системе. Он активно вкладывает свой капитал в спорт, что делает его ведущим спонсором спортивной сферы; на протяжении многих лет выступает партнером футбольного клуба «Зенит» и нескольких хоккейных и гандбольных клубов. При поддержке Газпромбанка проводятся различные спортивные мероприятия, в частности по гребному спорту, а также детские соревнования по теннису.

В течение многих лет этот Банк поддерживает Российский танцевальный союз, а также такие мероприятия как чемпионаты Европы, России, Кубок мира и Венский бал [4].

Банк Москвы рассматривает спонсорскую деятельность как важный фактор, который формирует его положительную репутацию и помогает установить контакты с потребителями услуг и продуктов в различных сегментах и регионах присутствия.

Банк поддерживает международный профессиональный теннисный турнир с 1998 года, с 2003 выступает его генеральным партнером. В 2012 Банк стал титульным партнером турнира, который сменил свое официальное название на «Банк Москвы Кубок Кремля». За счет спонсорской поддержки Банка полностью формируется призовой фонд соревнований, размер которого позволяет привлекать к участию лучших российских и зарубежных спортсменов и поддерживать высокий статус Кубка Кремля на международной спортивной арене [5].

Таблица 2

Рейтинг крупных банков по активам

№	Наименование банка	Активы – темп прироста за 01.12.2014 – 01.12.2015 (%)	Активы на 01.12.2015, млн. руб.
1	ПАО Сбербанк	10,16	22 317 240,2
2	Банк ВТБ (ПАО)	13,74	8 851 353,2
3	Банк ГПБ (АО)	8,53	4 902 042,0
4	ПАО Банк «ФК Открытие»	88,05	2 840 495,4
5	ВТБ 24 (ПАО)	2,82	2 820 302,5

На основании приведенных выше данных можно сделать вывод, что, не смотря на крупные активы, не все банки активно поддерживают спортивную сферу, что объясняется кризисной ситуацией и в стране, и в мире. И результатом стало возникновение ряда проблем с финансированием спорта в России из-за потери и отсутствия спонсорской поддержки банков и страховых компаний [4].

Например, в Российской Премьер-Лиге у 50 % команд очень большие проблемы с финансированием в новом сезоне. А вторые 50 % получили бюджеты серьезно ниже оговоренных ранее рамок.

Многие клубы российской Премьер-Лиги не смогли серьезно закупиться в трансферный период. Хотя тут есть и положительный момент – кризис дает дорогу нашим молодым спортсменам, которых будут вынуждены брать в состав клубы, не имея возможности купить дорогих иностранцев. Проблемы такого же характера существуют и в Английской, Итальянской лигах.

Наиболее уязвимыми в нынешней кризисной ситуации оказались гольф и теннис – два вида спорта, в которых основными инвесторами являются страховые компании и другие фирмы, работающие с финансами, (то есть те, кто наиболее сильно пострадал от кризиса).

Проблема финансирования спорта коснулась не только России, но и всего мирового сообщества [5]. К примеру, крупнейшая американская страховая компания AIG, более десяти лет выступавшая партнером мужской сборной США по теннису, предложила команде искать

нового спонсора. А сборная Италии по биатлону не принял участие в чемпионате Европы, который стартовал 28 февраля в столице Башкортостана – городе Уфе. Отказ от участия в европейском турнире связан не с плохими выступлениями итальянских биатлонистов, а отсутствием финансового обеспечения команды.

Как признался журналистам главный тренер сборной Италии Паоло Риву, он до последнего момента пытался добиться выделения денег национальной федерацией, однако все его попытки оказались напрасными, несмотря на хорошее выступления итальянских биатлонистов на юниорском и молодежном чемпионате мира в Канаде, где они завоевали три награды – две золотых и одну бронзовую медали.

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод, что усиление негативных тенденций в мировой экономике, которые затрагивают банковский сектор, тем самым, снижая возможный ресурс спонсорской помощи или отчислений на развитие и поддержание отечественного спорта высших достижений.

Список литературы

1. Официальный сайт Сбербанка России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sberbank.ru> (Дата обращения 23.04.2016).
2. Официальный сайт Газпромбанка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gazprombank.ru> (Дата обращения 23.04.2016).
3. Официальный сайт Банка Москвы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bm.ru> (Дата обращения 23.04.2016).
4. Официальный сайт ВТБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vtb24.ru> (Дата обращения 23.04.2016).
5. Кулезнев, В.Н. Финансово-экономические отношения в области физической культуры, спорта и туризма России, детерминированные кризисом и санкциями / В.Н. Кулезнев, А.О. Латкина, Ю.И. Реутова, В.Н. Харланова // Туризм в странах с переходной экономикой – проблемы, перспективы, конкурентоспособность дестинации: Материалы Международной научно-практической конференции, г. Сочи, 20–21 мая 2015 г. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВПО «СГУ», 2015. – С. 27–31.

УДК: 796/799

Медведкова М.С. – студентка (mmedvedkova@yandex.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Способ экспресс-оценки функционального состояния и адаптивных возможностей сердца спортсменов-профессионалов

Аннотация. В данной статье представлена оценка информативности и доказательности способа диагностики и динамического контроля резервных возможностей сердца и сердечнососудистой системы в процессе физической реабилитации.

Ключевые слова: Экспресс-диагностика, ЭКГ, реабилитация.

Medvedkova M.S. – student (mmedvedkova@yandex.ru), SSU, Sochi, Russia

A method of rapid assessment of the functional state of the heart and adaptive features professional athletes

Abstract. This article provides an assessment of evidence and information content and method of diagnosing dynamic control reserve capacity of the heart and cardiovascular system during physical rehabilitation.

Keywords: rapid assessment, ECG, rehabilitation.

Актуальность. По данным Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) и ведущих учёных США, подтверждённых статистикой Министерства здравоохранения России (МЗ РФ) в нашей стране, по состоянию на 2014 год было официально зарегистрировано 3 813 654

человек, впервые заболевших болезнями системы кровообращения, хотя de facto их много больше [1, 2].

Ещё более серьёзно обстоят дела на вредных производствах, на предприятиях, где условия труда сопряжены с работой в сложных климатических и экологических условиях и/или, где работники по роду своей профессиональной деятельности связаны с запредельными физическими и психологическими нагрузками, действием физических и химических факторов. В частности, первичная гипертензия и нейроциркуляторная дистония, как предшественники ишемической болезни сердца, сопровождают практически всех участников вредных производств, а также работников опасных и особо опасных профессий, если они отработали в ней хотя бы 1–2 года [4].

Это заключение можно уверенно отнести к профессиональным спортсменам, молодым сильным людям, чья работа сопряжена с запредельными физическими и психологическими нагрузками, гарантирующими им в 88,63 % случаях серьёзную патологию в возрасте 20–30 лет, из числа которой, 45,96 % – это заболевания сердца и сосудов, сохраняющихся в 92 % случаях пожизненно [3].

Цель исследования: Оценка информативности и доказательности способа экспресс-оценки и динамического контроля резервных возможностей сердца и сердечнососудистой системы в процессе физической реабилитации

Методы, организация исследований. В процессе работы со спортсменами нами были применены аппаратные технологии диагностики и контроля ФРО и ФС систем жизненно важных органов, прошедших все этапы клинических испытаний в спорте наивысших достижений: это метод дифференциальной импедансометрии на АПК АМСАТ-КОВЕРТ, АПК Мультипсихометр, АПК КОБС, АПК Шиллер, АПК Стабилан-01-2, АПК Пупиллометр. Общее время работы на этих АПК не превышает 7–10 минут в расчёте на одного человека. Используя комплексный подход управления потоком обследуемых, время обследования 10 человек в среднем не превышает 60-ти минут.

Исследование было выполнено на 78 спортсменах. Для этого: регистрацию напряжения (V) осуществляли до нагрузки пробой Генча, сразу после нагрузки, через 1 и 3 минуты после нагрузки в 500 точках сердечного цикла. В грудных отведениях (V1, V2, V3, V4, V5, V6) анализировали количество энергии ЭКГ-комплекса (мДж) в интервалах времени PQ, QT сердечного цикла (сокращение-расслабление) с последующей математической обработкой базы данных и вычислением функционального состояния сердца (ФСС в %), эффективности его функции (ЭФС в %) и адаптивности (резервных возможностей) миокарда (ФРС в %) к гипоксической (метаболической) нагрузке (проба Генча).

Обобщенные результаты эксперимента представлены на рис. 1 и 2.

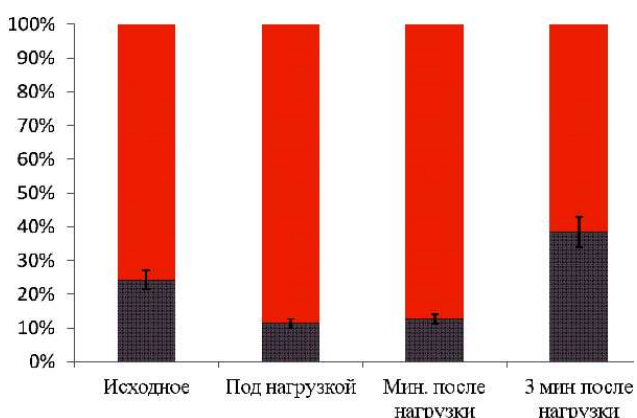


Рис. 1. Группа спортсменов, представляющих тхэквондо (n=5), самбо (n=13) и велоспорт (шоссейные гонки, n=8) в период активных тренировок

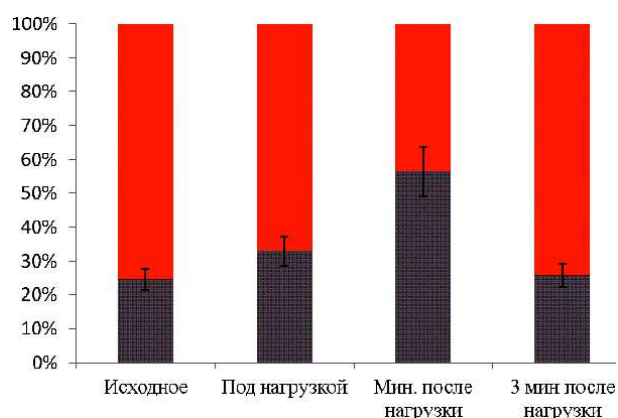


Рис. 2. Группа спортсменов, представляющих дзюдо (n=7), греко-римскую борьбу (n=9), велоспорт ВМХ (n=5) и футбол (n=8) после реабилитации

Выводы. Полученные данные подтверждают информативность метода и дают дополнительную объективную информацию для оценки функционального состояния сердца и сердечно-сосудистой системы.

Анализ энергетических характеристик ФРО и ФРС, полученные методом математической обработки ЭКГ сигнала по V5 грудному отведению, по своей размерности и динамике отвечает общим представлениям о статьях энергорасхода в период исполнения метаболической нагрузки пробой Генча, коррелируя с показателями ФРО, определяемыми методом дифференциальной импедансометрии на АПК АМСАТ-КОВЕРТ™.

Список литературы

1. Заболеваемость всего населения России в 2012 году (часть I) / Г.А. Александрова, Г.С. Лебедев, Е.В. Огрызко и др. – М.: Статистика, 2013. – 140 с.
2. Кухарчук, В.В. Новые подходы к факторам риска при формировании заболеваний сердечно-сосудистой системы / В.В. Кухарчук, В.Н. Преображенский. – М.: Медпрактика-М, 2009. – 188 с.
3. Рембовский, В.Р. Основные направления в реализации вопросов профессиональной патологии при медицинском обеспечении рабочих химических предприятий / В.Р. Рембовский, Л.В. Янно // Актуальные проблемы диагностики, профилактики и лечения профессионально обусловленных заболеваний: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, г. Сочи, 14–15 октября 2013 г. – Сочи, 2013. – С. 50–56.

УДК: 378 : 796

Муходанова Е.А. – магистрант (wushu_sochi@mail.ru); Томилин К.Г. – доцент (tomilin-47@rambler.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Влияние физической подготовленности детей 7-10 лет на успешность освоения базовой техники УШУ

Аннотация. В группах начальной подготовки СДЮСШОР №2 обследовано 28 детей 7–10 лет, по устойчивым свойствам личности (17 факторов), показателям физической (7 параметров) и технической подготовленности (8 параметров) по программе федерального стандарта по виду спорта ушу.

Ключевые слова: дети 7–10 лет, физическая подготовленность, техника ушу.

Muhodanova E.A. – Postgraduate student (wushu_sochi@mail.ru); Tomilin K.G. – Associate Professor (tomilin-47@rambler.ru), SSU, Sochi, Russia

Influence to physical preparedness of the child's 7-10 years on success of the mastering the base technology Wushu

Abstract. In group of initial preparation SDYUSSHOR №2 are examined 28 child's 7–10 years, on firm characteristic of the personalities (17 factors), factor physical (7 parameters) and technical preparedness (8 parameters) on program of the federal standard on sports wushu.

Keywords: children 7–10 years, physical preparedness, technology wushu.

Актуальность. В настоящее время большое количество детей увлекаются восточными единоборствами, среди которых определённое лидирующее место занимает спортивное ушу. В связи с тем, что спортивное ушу вошло в показательные виды Олимпиады и в мире интенсивно развивается, крайне важно на начальном этапе обучения детей этому виду спортивной деятельности уделять внимание их физической подготовленности для достижения в будущем высокого спортивного результата.

Цели и задачи. Определить взаимосвязь физической подготовленности ребенка с успешностью освоения им базовой техники ушу.

Организация эксперимента. Исследование проводилось в СДЮСШОР №2. Обследовано 28 детей в возрасте от 7–10 лет, по показателям физической подготовленности (7 показателей), устойчивым свойствам личности (17 показателей), по результатам технической подготовленности по программе федерального стандарта по виду спорта ушу (8 показателей).

Результаты исследования. В табл. 1 приведены результаты обследования физической подготовленности детей после 7 месяцев занятий в секции ушу. Как видно из таблицы, в отжимании в упоре лежа, дети показывали результат $14,9 \pm 5,4$ (раз); подтягивании на перекладине и у мальчиков и у девочек, в среднем, $2,6 \pm 2,0$ (раза). В челночном беге 3×10 м результат был $8,9 \pm 0,4$ (сек.), в беге на 30 м – $5,9 \pm 0,53$ (сек), в беге на 500 м – $2,1 \pm 0,08$ (мин). При выполнении гимнастических упражнений на гибкость (в упражнении «Мост») эксперты дали оценку в $8,7 \pm 1,0$ (балл), а в упражнении «Шпагат» – $8,5 \pm 1,1$ (балл).

Таблица 1

Результаты обследования физической подготовленности детей 7-10 лет занимающихся в секции ушу

№	Показатели	$\bar{X} \pm \sigma$	Шоуфа	Туйфа
1	Отжимание в упоре лёжа (раз)	$14,9 \pm 5,4$	0,629	0,652
2	Подтягивание на высокой перекладине (раз)	$2,6 \pm 2,0$	0,624	0,686
3	Челночный бег 3×10 м (сек)	$8,9 \pm 0,4$	-0,174	-0,316
4	Бег на 30 м (сек)	$5,9 \pm 0,52$	-0,122	-0,267
5	Бег на 500 м (мин)	$2,1 \pm 0,008$	-0,446	-0,535
6	«Мост» (баллов)	$8,7 \pm 1,0$	0,494	0,564
7	«Шпагат» (баллов)	$8,5 \pm 1,1$	0,824	0,849

Ударная техника рук (Шоуфа) имела достоверные корреляционные связи: с отжиманием в упоре лёжа ($r=0,629$), с подтягиванием на перекладине ($r=0,624$), результатами в беге на 500 м ($r=-0,446$), оценкой выполнения гимнастического «Моста» ($r=0,494$) и «Шпагата» ($r=0,824$). Ударная техника ног (Туйфа) достоверно коррелировала: с отжиманием в упоре лёжа ($r=0,652$), подтягиванием на высокой перекладине ($r=0,686$), результатами в беге на 500 м ($r=-0,535$), «Мостом» ($r=0,564$) и «Шпагатом» ($r=0,849$).

На данном этапе подготовки спортсменов не найдено корреляционной связи между бегом и элементами соревновательной программы ушу, так как внимание занимающихся на начальном этапе уделяется статической работе с оружием и без оружия. Данные беговые упражнения будут играть значительную роль на более высоком уровне спортивного мастерства.

Список литературы

1. Гераськов, А.В. Психофизический 2 аспект укрепления здоровья детей 7–14 лет средствами ушу / А.В. Гераськов, И.В. Марковец // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. – 2001. – № 4. – С. 7–10.
2. Куан Вэньнань. Чжунго ушу. Вэньхуа чайлунь (общая теория культуры китайского ушу). – Чэнду, 1997. – 112 с.
3. Музруков, Г.Н. Основы ушу: Учебник для спортивных школ / Г.Н. Музруков. – М.: ОАО Издательский Дом «Городец», 2006. – 576 с.
4. Муходанова, Е.А. Влияние психологических качеств личности ребенка на успешность освоения базовой техники УШУ / Е.А. Муходанова, К.Г. Томилин // Туризм: гостеприимство, спорт, индустрия питания: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, г. Сочи, 21–23 октября 2015 г. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2015. – С. 253–256.

УДК: 796.034.2

Паранина А.Е. – студентка; Юсупов Ш.Р. – доцент (neoshom@rambler.ru), КФУ, г. Казань, Россия

Роль рекламно-маркетинговых технологий на телевидении в формировании коммерческой привлекательности водных видов спорта в России

Аннотация. В данной работе была исследована роль рекламно-маркетинговых технологий на телевидении в формировании коммерческой привлекательности водных видов спорта в России. В частности, рассмотрены причины роста популярности водных видов спорта и увеличение количества трансляций и телевизионной аудитории во время трансляций соревнований в России.

Ключевые слова: Водные виды спорта, телевидение, маркетинг, спортивный маркетинг, реклама, трансляции спортивных мероприятий, «Лондон-2012», Чемпионат мира по водным видам спорта «FINA 2013», Чемпионат мира по водным видам спорта «FINA 2015», рейтинг спортивных программ на телевидении.

Paranina A.E. – student; Yusupov Sh.R. – Associate Professor (neoshom@rambler.ru), KFU, Kazan, Russia

The role of advertising and marketing techniques on television in forming commercial attractiveness of water sports in Russia

Abstract. This work analyzes the role of advertising and marketing techniques on television in forming commercial attractiveness of water sports in Russia. In particular, we studied the popularity growth of water sports and increasing the number of broadcasts and television audience during the broadcast of sports competition in Russia.

Keywords: Water Sports, aquatics, television, marketing, sports marketing, advertising, sports events broadcasting, «London 2012» World Championship «FINA 2013» World Championships «FINA 2015», rating of sports programs on television.

Актуальность. Рассматриваемая проблематика обусловлена необходимостью изучения процесса информационного воздействия телевидения на популярность того или иного вида спорта, а также поиском ответа на вопрос, почему коммерческие структуры имеют устойчивый интерес в покупке рекламного времени во время трансляций определенных спортивных мероприятий.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования выступают реклама и маркетинг в индустрии спорта. Предметом исследования является влияние телевизионной рекламы и маркетинга на популяризацию водных видов спорта в России

Цель исследования. Рассмотреть процесс воздействия телевидения на популярность и коммерческую привлекательность водных видов спорта в России.

Методы, организация исследований. Методологической основой исследования является сравнительный, статистический и логико-теоретический методы. В качестве источниковой базы были использованы: Конституция Российской Федерации, Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации», Федеральный закон «О рекламе», международные кодексы, статистические данные рекламного агентства полного цикла BrandMedia, Американского института общественного мнения ТНС Гэллап Медиа (Kantar Media) в России и центра изучения общественного мнения Nielsen. Также использовались различные данные официальных информационных интернет-порталов России, такие как РБК и Ведомости, архивные электронные документы и другие материалы.

В рамках исследования рассмотрены основные составляющие спортивного маркетинга и рекламы на телевидении, история появления на телевидении спортивных передач. Проведен анализ спортивного вещания ведущих телеканалов России, их трансляций. Выявлены

факторы формирования популярности и актуализации водных видов спорта в России в современных рыночных условиях.

Результаты исследования. Согласно официальному российскому новостному спортивному portalу Sports.ru, уже в 2007 один из водных видов спорта – плавание, вошел в топ-5 самых популярных видов спорта в России – 5,6 процентов (767 736 человек).³

В 2012 году ассоциация содействия международному движению «Спорт для всех»⁴ проводила еще одно исследование, после чего были объявлены двадцать самых популярных видов спорта в мире. На третьей позиции оказались плавание в ластах и дайвинг. На них пришлось 8,1 процента.⁵

Соревнования 15-го Чемпионата мира по водным видам спорта 2013 года в Барселоне на момент их окончания побили мировой рекорд всех Чемпионатов FINA по просмотру – общий показатель составил 4,5 миллиарда телезрителей по всему миру. Кроме того, Чемпионату в Барселоне было выделено в общей сложности 5,156 часов эфира (против 4448 часов в 2011 году), а сами соревнования транслировались в 185 странах.⁶ Введена новая дисциплина: хай-дайвинг, которая сразу же завоевала популярность среди телезрителей. Однако по сравнению с предыдущими соревнованиями, 16-й Чемпионат мира ФИНА по водным видам спорта 2015 в Казани стал гораздо популярнее среди российской аудитории. Открытие и закрытие спортивного мероприятия попало в топ-100 самых просматриваемых передач россиянами за неделю. Трансляции велись по одному из самых рейтинговых общедоступных каналов России – Россия 1.⁷

Согласно официальному пресс-релизу мероприятия, водный Мундиаль стал самым рейтинговым событием по просмотру в истории чемпионатов ФИНА, побив тем самым рекорд соревнований в Барселоне. Так, официальный сайт Международной федерации плавания FINA, ссылаясь на исследовательскую компанию Kantar Media в Британии, сообщает, что согласно данным социологов, общая телевизионная аудитория чемпионата мира в Казани составила 6 840 601 835 зрителей, что практически на 2,3 миллиарда больше аналогичного показателя на предыдущем планетарном форуме в Барселоне. Более того, увеличилось и эфирное время соревнований Чемпионата с 5,156 часов до 5,728 часов. Введена новая дисциплина в синхронном плавании: смешанные дуэты – вольная и техническая программы. Помимо всего прочего, федерация заявила, что именно данный Мундиаль стал одним из самых крупных международных спортивных мероприятий во всем мире.⁸

В результате проведенного исследования было выяснено, что популярность водных видов спорта обусловлена рядом причин:

1. Увеличилось общее количество людей, которые сегодня стали заниматься водными видами спорта в России, причем не только на любительском, но и на профессиональном уровне;
2. Различные соревнования по водным видам спорта периодически пополняются все новыми дисциплинами, которые притягивают аудиторию своей зрелищностью и неординарностью;
3. Вещание соревнований по водным видам спорта вышло на общедоступные каналы в рейтинговый временной промежуток прайм-тайм, что обеспечивает высокие показатели просмотра и повышает его популярность у широкой аудитории;

³ Официальный сайт Sports.ru. URL: <http://www.sports.ru/others/3541497.html> (Дата обращения: 25.01.2016).

⁴ Международная ассоциация содействия развитию массового спорта, ТАФИСА (англ. The Association For International Sport for All, TAFISA)

⁵ Официальный сайт чемпионата Европы по водным видам спорта в Будапеште. URL: <http://budapest2010.com/news/kakie-vidy-sporta-samye-populyarnye> (Дата обращения: 25.01.2016).

⁶ Перевод с официального пресс-релиза FINA. URL: <http://www.fina.org/news/pr-86-barcelona-2013-sets-new-record-tv-audience> (Дата обращения: 5.03.2016).

⁷ Официальный сайт TNS. URL: <http://www.tns-global.ru/services/media/media-audience/tv/national-and-regional/audience/> (Дата обращения: 5.03.2016).

⁸ Перевод с официального пресс-релиза FINA. URL: <http://www.fina.org/news/pr-84-kazan-2015-record-cumulative-tv-audience-reaches-68-billion> (Дата обращения: 5.03.2016).

4. Спонсорство различных соревнований по водным видам спорта набирает обороты, поток инвестиций, привлекаемый на их развитие, продолжает интенсивно возрастать.

5. Увеличивается количество часов трансляций, что существенно влияет на различные спонсорские предложения.

Выводы. Рассмотрев основные понятия, сущность и принципы рекламно-маркетинговых технологий в индустрии спорта, можно сказать, что они оказывают немалое влияние на формирование коммерческой привлекательности не только водных видов спорта, но и спортивной индустрии в целом. Кроме того, выяснилось, что помимо традиционных направлений маркетинга и рекламы, в таких сферах как коммерческая, некоммерческая и политическая, спортивные маркетинговые коммуникации и реклама приобретают все большую значимость. Они оказывают огромное влияние на развитие спорта в целом. Спортивная реклама является важнейшим инструментом распространения информации о спортивных событиях, и играет большую роль в увеличении их посещаемости. Это, в свою очередь, способствует увеличению доходов от их проведения и, в конечном счете, детерминирует возрастание спроса на спортивные мероприятия.

Анализ трансляций отечественных телекомпаний и телеканалов позволяет сделать вывод, что на сегодняшний день телевидение является доминирующим фактором роста или спада популярности того или иного вида спорта. Это влияет на спонсорские и рекламные предложения, поступающие от различных компаний и фирм. К тому же, коммерческая привлекательность увеличивается в соответствии с шириной охвата телеаудитории во время трансляции того или иного спортивного мероприятия.

Следовательно, на формирование коммерческой привлекательности видов спорта в современных рыночных условиях влияют как увлечение данными видами спорта своей аудиторией, зрелищность самих игр, а также правильно построенный спортивный маркетинг. Однако самым важным и доминирующим фактором остается телевидение.

Список литературы

1. Маркетинг: Учебник для вузов / Н.Д. Эриашвили, К. Ховард, Ю.А. Цыпкин и др.; Под ред. Н.Д. Эриашвили. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 623 с.
2. Маркетинговые коммуникации / А.А. Романов, А.В. Панько. – М.: Эксмо, 2006. – 432 с.
3. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.
4. Маркетинг: общий курс: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 521600 «Экономика» / Под ред. Н.Я. Колужновой, А.Я. Якобсона. – М.: Омега-Л, 2006. – 476 с.
5. Маркетинг спорта / Под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 706 с.
6. Мяконьков, В.Б. Социальная психология маркетинга в спорте: Монография. – СПб.: Питер, 2001. – 193 с.
7. Спортивная журналистика: Учебник для магистров / К.А. Алексеев, С.Н. Ильченко. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 427 с.
8. Экономика спорта и спортивный бизнес: Учебное пособие / В.В. Галкин. – М.: КНОРУС, 2006. – 320 с.
9. The Cambridge Handbook of Psychology and Economic Behaviour, Cambridge University Press, The Edinburgh Building, Cambridge CB2 8RU, UK (2008). – p. 587.
10. Конституция Российской Федерации № 6-ФКЗ от 25 декабря 1993 (с поправками от 30 декабря 2008 и № 7-ФКЗ от 30 декабря 2008, с изменениями на 1.01. 2009 г.).
11. «О средствах массовой информации»: Закон Российской Федерации от 27.12.91 № 2124-1 (ред. от 05.04.2013 с изменениями, вступившими в силу с 19.04.2013).
12. «О рекламе»: Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015).
13. Харрис Ричард Психология массовых коммуникаций: Учебник [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://bookap.info/book/harris_psihologiya_massovyh_kommunikatsiy/gl39.shtm (Дата обращения: 5.03.2016).

14. Сайт ведущего спортивного аналитика В. Галкина. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://vadim-galkin.ru/sport-2/sport/ticketing-and-broadcasting-rights-part-2/> (Дата обращения: 5.03.2016).
15. Сайт медиа коммуникаций MediaSM. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.startmarketing.ru/media/tv/article/14> (Дата обращения: 7.03.2016).
16. Статья новостного портала РБК: Звезды экрана: самые эффективные российские телеканалы. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.rbc.ru/special/technology_and_media/17/06/2015/558016ea9a7947b2824d4310 (Дата обращения: 13.01.2016).
17. Официальный сайт чемпионата Европы по водным видам спорта в Будапеште. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://budapest2010.com/news/kakie-vidy-sporta-samyepopulyarnye> (Дата обращения: 25.01.2016).
18. Новостной спортивный портал Sports.ru. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.sports.ru/tribuna/blogs/kurvenefir/272400.html> (Дата обращения: 20.01.2016).
19. Спортивный новостной портал России Чемпионат. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.championat.com/business/article-230245-populjarnost-sportivnykh-transljacij-leto-2015.html> (Дата обращения: 25.01.2016).
20. Официальный сайт TNS. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.tns-global.ru/services/media/media-audience/tv/national-and-regional/description/> (Дата обращения: 25.01.2016).
21. Перевод с официального пресс-релиза FINA. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.fina.org/news/pr-86-barcelona-2013-sets-new-record-tv-audience> (Дата обращения: 5.03.2016).
22. Официальный сайт Чемпионата мира ФИНА 2015 в Казани. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://kazan2015.com/ru/> (Дата обращения: 7.03.2016).

УДК: 796.79

Поздеева А.С. – студентка; Яковченко Т.А. – студентка (Yata95@mail.ru); Минникаева Н.В. – доцент КемГУ, г. Кемерово, Россия

Проблемы мотивации к выбору будущей профессиональной деятельности

Аннотация: В данной работе рассмотрены вопросы профессиональной мотивации студентов 4 курса факультета физической культуры и спорта и экономического факультета Кемеровского государственного университета. Обсуждаются интересы к выбранной профессии, как они меняются в процессе обучения в высшем учебном заведении.

Ключевые слова: мотивация, анкетирование студентов, специальность, респонденты.

Pozdeyeva A.S. – student; Yakovchenko T.A. – student (Yata95@mail.ru); Minnikaeva N.V. – Associate Professor KemSU, Kemerovo, Russia

Problems of motivation for the choice of future careers

Abstract. This paper discusses issues of professional motivation of students of the 4th year of the Faculty of Physical Education and Sports and the Faculty of Economics of the Kemerovo State University. To discuss the interests of their chosen profession, how they change in the course of study in higher education.

Keywords: motivation, questioning students, specialty, respondents.

Актуальность: Мотивация – это влечение или потребность, побуждающая людей действовать с определенной целью, это внутреннее состояние, направляет и поддерживает поведение человека [1]. Известно, что выпускники ВУЗов, сталкиваются с проблемой

дальнейшего трудоустройства и испытывают значительные трудности. В связи с этим особый интерес представляют степень готовности выпускников к профессиональной деятельности.

Так, например, в исследовании Н.Г. Багдасарьян с совт. [2] были выделены следующие уровни готовности студентов к профессиональной деятельности. Опираясь на эти результаты можно проанализировать уровень профессиональных и материальных притязаний, а также уровень социальной и профессиональной мобильности современных студентов.

Таким образом, психологическая готовность к профессиональной деятельности – системное образование, которое формируется под влиянием множества факторов. В качестве основного фактора выступает рефлексия как комплексное образование, проявляющее себя на всех уровнях сознания [3].

Цель исследования: выявить основные факторы влияния на выбор будущей профессиональной деятельности студентов Кемеровского государственного университета факультета физической культуры и спорта и экономического факультета.

Организация и методика исследования: для изучения данной проблемы было проведено анкетирование среди студентов 4 курса факультета физической культуры и спорта (ФФиС) и экономического факультета (ЭФ). Всего в анкетировании приняло участие 50 человек в возрасте от 21 до 24 лет (28 девушек и 22 юношей).

Результаты исследования и их обсуждение. Исследования показали, что большая часть студентов обоих факультетов отнесли себя к средней группе по успеваемости. Главным мотивом выбора своей профессии у 11 студентов ФФиС был интерес, в то время как для 12 студентов ЭФ этот выбор был случайным. Часть студентов планируют работать по выбранной ими специальности – это 14 студентов спортивного факультета и 5 студентов экономического факультета. Есть и те, кто сомневается, 7 учащихся ФФиС и 16 учащихся ЭФ, или вовсе не желает этого, ФФиС – 4 респондента и ЭФ – 3 респондентов.

При этом большая часть студентов обоих факультетов безработные. Но в отличии от ЭФ, где нет работающих по специальности, на факультете ФФиС 9 человек уже работают по своему профилю.

На вопрос «Изменилось ли ваше отношение к выбранной специальности»: «Да, улучшилось» – 5 и 12 студентов ФФиС и ЭФ соответственно; «Осталось без изменения хорошее отношение» – 11 и 4; «Осталось без изменения плохое отношение» – 2 и 0; «Затрудняюсь ответить» – 7 и 9.

Стоит отметить, что при этом на обоих факультетах отношение к учебе у многих респондентов ухудшалось. Способствовали следующие, по мнению студентов причины: большое количество (на их взгляд) не нужных предметов и организация учебного процесса не удовлетворяющая интересы студентов. Но, не смотря на это, почти все респонденты редко пропускали занятия или ходили на учебу постоянно.

Интересен тот факт, что на вопрос об оценке уровня преподавания оба факультета ответили практически одинаково: «Высокий» – 14 и 16 студентов ФФиС и ЭФ соответственно; «Средний» – 11 и 9. Исходя из этого, можно сделать вывод, что студенты ФФиС и ЭФ удовлетворены профессорско-преподавательским составом и качеством преподавания дисциплин.

И последнее на вопрос «Сказалось ли обучение и прохождение практик на выбор профессиональной деятельности по окончании ВУЗа?» большая часть студенты факультета физической культуры и спорта, а именно 13 респондентов, ответило «Да, буду работать по специальности», в то время как 12 респондентов с экономического факультета ответили «Нет, я всегда хотел(а) работать по специальности»

Выводы. В целом студенты Кемеровского государственного университета факультета физической культуры и спорта и экономического факультета показали высокий уровень мотивации к выбору будущей профессиональной деятельности.

На это повлияли следующие на наш взгляд факторы: 1. интерес и высокая мотивация к будущей профессии самих студентов; 2. высокий уровень преподавания дисциплин профессорско-преподавательским составом; 3. грамотное распределение, логичность в прохождении студентами практик.

Список литературы

1. Хекхаузен, Х. Психология мотивации достижения / Х. Хекхаузен // Санкт-Петербург: Речь – 2001. – 256 с.
2. Багдасарьян, Н.Г. Послевузовские ожидания студенческой молодежи / Н.Г. Багдасарьян, А.А. Немцов, Л.В. Кансузян // Социологические исследования. – 2003. – №6. – С. 113–119.
3. Войтюк, Д.К. Психологическая готовность к профессиональной деятельности как рефлексивный акт / Д.К. Войтюк // Сибирский учитель. – 2002. – №5. – С. 21–25.

УДК: 796.012.6

Потовская Е.С. – ст. преподаватель (biglard@yandex.ru); Крупицкая О.Н. – ст. преподаватель (olgakrupitskaya@mail.ru); Дробышева С.А. – ст. преподаватель (dsa14@sibmail.ru); Иноземцева Т.А. – ст. преподаватель (tanyazappa@mail.ru); Воронов С.С. – магистрант (vorik2020@gmail.com), ФФК, НИ ТГУ, г. Томск, Россия

Динамика показателей физической подготовленности у студентов, занимающихся игровыми видами спорта

Аннотация: Учебно-тренировочный процесс на основе спортивно ориентированных педагогических технологий, в структуру которого была интегрирована специальная методика, направленная на развитие физических качеств, необходимых для поддержания работоспособности в условиях стрессовых нагрузок, позволил добиться улучшения показателей физической подготовленности у студентов.

Ключевые слова: студенты, специальная методика, спортивно ориентированные педагогические технологии, физическое воспитание, Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» (ГТО).

Potovskaya E.S. – Senior Lecturer (biglard@Yandex.ru); Krupitskaya O.N. – Senior Lecturer (olgakrupitskaya@mail.ru); Drobysheva S.A. – Senior Lecturer (dsa14@sibmail.ru); Inozemtseva T.A. – Senior Lecturer (tanyazappa@mail.ru); Voronov S.S. – Postgraduate student (vorik2020@gmail.com), FFK, NR TSU, Tomsk, Russia

Dynamics of fitness characteristics in the group of students, going playing sports

Abstract. Training process, based on the sport-oriented pedagogical technologies, in the structure of which was integrated a special technique directed at developing physical characteristics necessary to maintain physical efficiency under conditions of stress load, made it possible to enhance students' physical characteristics.

Keywords: students, special technique, sport-oriented pedagogical technologies, physical education, The all-Russian sports complex «Gotov k trudu i oborone» (GTO)

Актуальность. Развитие физической культуры и спорта служит важнейшим инструментом реализации стратегий социального развития страны, так как они способствуют формированию здорового гармонично развитого общества, повышению качества рабочей силы, а также увеличению продолжительности жизни и снижению смертности населения страны. В настоящее время значительно возросла роль физической культуры и спорта в жизни современного общества и в связи с этим особенно важным представляется формирование единого комплекса по поддержанию здоровья нации, направленного на вовлеченность в физическую культуру и спорт всех категорий граждан. Именно таким универсальным комплексом представляется комплекс «Готов к труду и обороне» существовавший в Советской России и возрождаемый в настоящее время [1–3].

Для оценки уровня физической подготовленности студентов и степени их готовности к сдаче норм комплекса ГТО на кафедре физического воспитания Томского государственного университета был проведен педагогический эксперимент по разработке и внедрению в

учебный процесс экспериментальной методики, направленной на развитие физических качеств, необходимых для поддержания работоспособности в условиях стрессовых нагрузок. Была разработана методика, которая послужила дополнением к учебно-тренировочным занятиям по обязательной дисциплине «Физическая культура» для студентов I–III курсов.

Цель работы – разработка и внедрение в систему физического воспитания студентов специальной методики, направленной на развитие физических качеств, необходимых для поддержания работоспособности в условиях стрессовых нагрузок.

Методы, организация исследования. Учебно-образовательный процесс на кафедре физического воспитания Национального исследовательского Томского государственного университета (НИ ТГУ) построен с использованием спортивно ориентированных форм физического воспитания. В эксперименте были задействованы учебные группы студентов, занимавшихся по программам игровых спортивно-видовых технологий: баскетбол, волейбол, футбол. Выборку составили мужчины в возрасте 17–19 лет, студенты 1-го курса 21 факультета НИ ТГУ; объем выборки 75 чел. (по 25 чел. в группе). В свою очередь каждая группа распределена на 2 подгруппы – 13 человек в контрольной и 12 – в экспериментальной.

Экспериментальная методика, направленная на развитие физических качеств, необходимых для поддержания работоспособности в условиях стрессовых нагрузок, включает в себя упражнения на развитие статической, силовой и координационной выносливости, ловкости, быстроты и др. качеств (табл. 1).

Таблица 1

Перечень упражнений на развитие физических качеств

Физические способности	Упражнения	Комбинации упражнений
Воспитание силовой выносливости	Броски набивных мячей из различных положений	Темп выполнения упражнений от 10–15 до 30–50 метаний в минуту; масса мячей от 1–5 кг
Воспитание координационной выносливости	Жонглирование набивными мячами весом 1-2 кг	Введение отвлекающих факторов: подбрасывание рядом с жонглирующим посторонних мячей; перемещение в пределах волейбольной площадки по заданной траектории во время жонглирования; резкая смена направления движения по команде во время жонглирования и т.п.
Воспитание статической выносливости	Вис на перекладине	Удержание прямых ног под углом 90°, вис на перекладине, согнув руки, и др.
Воспитание ловкости и чувства равновесия	Набивание теннисного шарика ракеткой различными способами	Стоя на месте; стоя на одной ноге на площадке; стоя вдоль и поперек деревянного бруска; при хождении по ребру доски во время набивания; с переворачиванием ракетки после каждого удара одной и другой стороной.
Воспитание силы кисти и пальцев рук	Удерживание пальцами отягощений	Увеличение веса снарядов; удерживание двух «блинов» одной рукой и т.д.
Воспитание силовой выносливости кисти	Вращение в ладони двух шаров (греческих орехов)	Увеличение скорости вращения, продолжительности, выполнение упражнения с вытянутыми руками в различных направлениях – вперед, вверх, в стороны и др.

Комплекс упражнений разработанной авторами методики рассчитан на 16 занятий, и реализуется в течение 20 мин в начале основной части каждого занятия. Упражнения выполняются в заданном режиме с использованием метода круговой тренировки на 6 специально подготовленных станциях. Продолжительность выполнения упражнения на

каждой станции 3 мин. с выдерживанием максимально возможной моторной плотности при выполнении всего комплекса упражнений (80–90%).

В течение всего периода проведения эксперимента упражнения разработанной методики остаются неизменными, но от занятия к занятию изменяются их объем и интенсивность: продолжительность, частота, периодичность, сложность, темп и т.д.

Результаты исследования. Нами проанализирован прирост показателей развития физических качеств с целью оценки эффективности разработанной методики. По всем показателям наблюдается положительная динамика. Наибольший прирост в показателях выносливости и работоспособности наблюдался у студентов, занимавшихся футболом. Волейболисты продемонстрировали наибольший прирост в упражнениях силового характера. Студенты специализации баскетбол лидировали в показателях скоростно-силовых качеств.

Таблица 2

Динамика показателей физической подготовленности у студентов, занимающихся разными видами спорта до и после эксперимента

Вид спорта		Индекс гарвардского степ-теста	Гибкость, см	Отжимание, кол-во раз	Угол в упоре на брусьях, с	Прыжок в длину с места, см	Бег 2600 м, мин
Футбол	До начала	81,1±1,3	6,1±1,1	38,9±2,6	15,4±2,4	216,2±3,4	13,1±0,4
	После	89,3±5,6	9,0±1,4	41,5±5,3	22,0±5,8 $p_4 < 0,05$	224,0±9,8	11,2±0,2
Волейбол	До начала	73,8±1,3 $p_1 < 0,05$	10,1±1,7 $p_1 < 0,05$	37,1±3,9	8,9±2,2	221,1±4,7	12,4±0,3
	После	88,4±2,0 $p_4 < 0,05$	9,7±2,6	46,8±3,5 $p_4 < 0,05$	11,7±2,7	237,0±4,9	11,6±0,3
Баскетбол	До начала	80,9±1,6	7,5±1,2	34,0±5,3	11,5±3,4	221,6±4,3	12,8±0,4
	После	94,0±5,3 $p_4 < 0,05$	11,7±3,7	37,0±5,6	12,5±0,8	246,3±9,3	12,0±0,3

Примечание: $p_1 < 0,05$ – уровень статистической значимости различий по сравнению с показателями у студентов занимающихся футболом; $p_2 < 0,05$ – уровень статистической значимости различий по сравнению с показателями у студентов занимающихся волейболом; $p_3 < 0,05$ – уровень статистической значимости различий по сравнению с показателями у студентов занимающихся баскетболом; $p_4 < 0,05$ – уровень статистической значимости различий по сравнению с показателями у студентов до начала эксперимента.

Следовательно, разработанная нами специальная методика, направленная на развитие физических качеств, необходимых для поддержания работоспособности в условиях стрессовых нагрузок, может быть рекомендована для практического использования при подготовке студентов к сдаче норм комплекса ГТО.

Тщательная и детальная разработка нормативов ГТО, выполненная Правительством РФ 2014 г. в соответствии с медицинскими нормами двигательного режима для каждого возраста, позволит возобновить массовое физкультурное движение в стране, улучшить физическую подготовку и увеличить продолжительность жизни населения. В свою очередь, задачей кафедр физического воспитания вузов становится такое обеспечение учебного процесса, чтобы уровень развития физических качеств студентов соответствовал предъявляемым требованиям.

Выводы. Реализация учебной программы по физической культуре в условиях спортивно ориентированных педагогических технологий, включающая разработанную нами специальную методику, направленную на развитие физических качеств, необходимых для поддержания работоспособности в условиях стрессовых нагрузок, способствует более эффективному решению основных задач физического воспитания в вузе, ориентированных на повышение физической подготовленности и сдачу норм комплекса ГТО.

Список литературы

1. Енченко, И.В. Эволюция комплекса «Готов к труду и обороне» / И.В. Енченко // Наука и спорт: современные тенденции. – 2014. – №4. – С. 45–51.
2. Ефремова, Ю.С. Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» (ГТО) в системе социокультурного и психолого-педагогического сопровождения родительства / Ю.С. Ефремова // Педагогическое образование в России. – 2015. – № 1. – С. 79–82.
3. Курашвили, В.А. Комплекс ГТО / В.А. Курашвили // Вестник спортивных инноваций. – 2013. – № 46. – С. 4–5.

УДК: 373.24

Стоякина Т.В. – студентка КГУФКСуТ (tatiana.stojakina@yandex.ru), инструктор по ФК МАДОУ МО «Детский сад № 130», г. Краснодар, Россия

Использование нетрадиционных практик физического развития в процессе реализации вариативной части основной программы дошкольного образования

Аннотация. В статье освещены вопросы применения элементов нетрадиционных практик и технологий физического развития в процессе реализации вариативной части образовательной программы дошкольного образования.

Ключевые слова: вариативная часть образовательной программы, нетрадиционные техники физического развития, программа «Здоровый малыш».

Stoyakina T.V. – student KGUFKSIT (tatiana.stojakina@yandex.ru), instructor on FK MADOU MO «Kindergarten №130», Krasnodar, Russia

Use non-standard practical person of the physical development in process of the realization of the variant part of main program of the preschool formation

Abstract. In article lit questions using element non-standard practical person and technology of the physical development in process of the realization of the variant part of educational program of the preschool formation.

Keywords: variant part of educational program, non-standard technology of the physical development, program «Sound tot».

Актуальность. С введением Федерального государственного образовательного стандарта главной задачей образовательной области «Физическое развитие» становится гармоничное развитие у воспитанников физического и психического здоровья, как средствами позитивной социализации, так и путем индивидуализации их образования.

Е.А. Бабенкова [1], ссылаясь на высказывания академика Н.М. Амосова назвала движение первичным стимулом для ума ребенка. От работающих мышц импульсы постоянно поступают в мозг, стимулируя нервную систему, и тем самым, способствуя ее развитию. В различных программах по дошкольному образованию раздел «Физическое развитие» является первоочередным, поэтому необходимо обеспечить каждому ребенку полноценный двигательный режим, адекватный его индивидуальным возможностям.

По мнению А.Б. Лагутина [3], работа по единой, жестко регламентированной программе неизбежно приводит к единообразию форм и методов воспитания и обучения, ограничивает возможности педагогического творчества, ориентирована на унифицированный стандарт в воспитании ребенка, игнорируя индивидуальные особенности развития.

Физическое воспитание в нашем дошкольном учреждении осуществляется по типовой программе «Детство», т.е. по классической форме организации образовательного процесса. При этом педагоги все чаще сталкиваются с негативным или безразличным отношением детей

к двигательной активности. Стимулировать их желание заниматься физическими упражнениями – важная, но непростая задача, решаемая в процессе обучения.

В новом Стандарте делается акцент на таких целевых ориентирах дошкольного образования, как инициатива и самостоятельность дошкольника, развитое воображение, активное взаимодействие со взрослыми и сверстниками, умение договариваться и учитывать интересы других, способность к волевым усилиям и следование социальным нормам поведения и правилам в разных видах деятельности. Очевидно, физическое развитие ребенка связано с формированием перечисленных ориентиров не меньше, чем другие его направления, например, социально – коммуникативное или художественно – эстетическое, при этом, на наш взгляд большую роль в данном процессе играет реализация парциальных программ дошкольного образования.

Взять хотя бы развитие воображения дошкольника. Если ребенок эмоционален и артистичен, ему нравится подражать, то ему, скорее, подойдут занятия, проводимые в нетрадиционном формате, когда нет четких границ – строевых упражнений, перестроений, когда ему вместо этого будут предлагать играть в животных (малыши обожают кого-нибудь изображать), например, выполняя элементы йоги или упражнения для профилактики плоскостопия с помощью мячей-массажеров («ежиков») под веселую современную музыку – и все это в непринужденной игровой форме, что создает положительные эмоции, хорошее настроение, и при этом решает основные задачи физического развития. При этом, чтобы повысить интерес детей к занятиям по физической культуре, необходимо разнообразить методы и приемы проведения таких занятий. Это могут быть сюжетные, познавательные, интегрированные, логоритмические занятия, а также аэробика, ритмопластика и т.д.

Такая организация физического развития дошкольников должна быть реализована в ДОО не просто потому, что ее выбирает педагог, но, прежде всего, ввиду требования ФГОС формировать и реализовывать образовательную программу дошкольной организации в ее вариативной части через согласование запросов всех участников образовательного процесса (детей, родителей, педагогов, администрации и т.д.). И если главным мотивом вовлеченного участия ребенка в образовательном процессе является интерес и удовольствие, связанные с индивидуальными психическими особенностями, склонностями, возможностями и потребностями, то, не просто опираясь на научно-методическую практику, но и на требования Стандарта, сегодня, несмотря на перенаполнение дошкольных организаций и ряд других ограничений, мы все же должны стремиться так организовывать условия индивидуализации образования дошкольника, так организовать режим дня и так составить сетку занятий, чтобы кроме унифицированной обязательной части образовательной программы дошкольной организации, на которую нам рекомендуют отводить примерно 60 % объема непосредственно образовательной деятельности, участники образовательных отношений имели бы возможность реализовать и так называемую вариативную в объеме оставшихся 40 % времени, отведенного на непосредственно образовательную деятельность.

На сегодняшний день одним из аспектов качества дошкольного образования является отражение в образовательной программе ДОО всей совокупности образовательных (и сопутствующих) запросов и требований, которые предъявляются или могут быть предъявлены образовательной организации любыми социальными субъектами.

На решение данной проблемы направлены силы педагогического коллектива и администрации МАДОУ МО г. Краснодар «Детский сад № 130». Было проведено анкетирование родителей с целью определения их запросов в части физического развития детей, а также организованы совместно с психологами беседы с самими детьми. Было выявлено, что около 60 % родителей хотели бы, чтобы их дети, помимо традиционных занятий физической культурой, осваивали бы элементы нетрадиционных видов физического воспитания. По их мнению, это позволило бы детям развивать гибкость, силу, выносливость; улучшить осанку, формировать правильное дыхание, развивать коммуникативные навыки, повышать самооценку, помимо решения, собственно, задач физического развития. Результаты собеседований с детьми также показали, что примерно 45 % детей хотели бы выполнять движения под музыку, участвовать в сюжетных и интегрированных занятиях, изображать

животных, осуществлять действия с мячами, обручами, тренироваться на дорожках «Здоровья».

В целом, результаты изучения потребностей детей и их семей в отношении занятий физической культурой позволили нам сделать вывод о том, что лучше всего их можно удовлетворить путем реализации такой парциальной программы физического развития, которая была бы направлена на сохранение и укрепление здоровья детей с помощью элементов нетрадиционных техник. Это и побудило нас провести методическую работу по разработке такой программы.

Программа «Здоровый малыш» разработана в силу особой актуальности проблемы сохранения здоровья детей, отражает эффективные подходы к комплексному решению вопросов оздоровления подрастающего поколения в детском саду.

Цели программы: сохранение и укрепление здоровья; улучшение физического развития; повышение защитных функций организма и общей работоспособности детей в рамках ДОО; повышение интереса к занятиям физической культурой.

Задачи программы: 1. Образовательные: формировать правильную осанку, равномерное дыхание; совершенствовать двигательные умения и навыки детей; учить детей чувствовать свое тело; вырабатывать равновесие, координацию движений. 2. Развивающие: развивать морально-волевые качества, выдержку, настойчивость в достижении результатов, потребность в ежедневной двигательной активности; укреплять мышцы тела; развивать способности ориентироваться в пространстве. 3. Воспитательные: прививать у ребенка желания заботиться о своем здоровье, посредством специальных упражнений; развивать и корректировать основные виды движений, серии движений, музыкально-ритмических движений; развивать и корректировать психические функции и компоненты деятельности; совершенствовать психомоторику; развивать эмоционально-волевою сферу и личностные качества.

Структура программы: программа рассчитана для занятий с детьми 4–7 лет, срок реализации программы – 3 года. Подготовительная или вводная часть занятия решает психологическую задачу: организовать детей, собрать и активизировать внимание у детей. В нее входят дыхательная гимнастика и небольшая разминка. В основную часть входят упражнения для профилактики плоскостопия, укрепления мышц спины, профилактики заболеваний носа, горла, элементы самомассажа и т.д. Заключительная часть направлена на снижение нагрузки, восстановление дыхания, главная задача ее – привести организм ребенка в относительно спокойное состояние (релаксация, элементы йоги).

Занятия проводятся 2 раза в неделю по 30–40 минут, группами по 6–10 человек, что позволяют осуществлять личностно-индивидуальный подход к каждому ребенку.

Особенностью данной программы стало использование нетрадиционных методик. К ним относятся элементы йоги, которая гармонично развивает все мышцы тела, дети соприкасаются с природой и естественным ритмом жизни. Большинство поз позволяет изображать животных и природу, что также позволяет вести веселую игру без элементов соревнования. Также используются элементы игрового стретчинга, основу которых составляют упражнения на растяжку мышц, проводимые с детьми в игровой форме. Благодаря этим упражнениям увеличивается подвижность суставов, мышцы становятся более эластичными и гибкими, дольше сохраняют работоспособность. Стретчинг повышает общую двигательную активность, помогает формировать правильную осанку, воспитывать выносливость и старательность. Кроме того, в ходе реализации программы используются элементы психогимнастики и арттерапии, а также комплексы упражнений для сохранения осанки, укрепления мышц спины, пресса, ног, профилактики сколиоз. Широко используются дыхательные методики и релаксационные игры, а также и игры-медитации.

Ожидаемыми результатами реализации программы являются: формирование у детей представлений о том, что есть здоровье и как на его состояние влияет образ жизни человека; повышение уровня физической и психологической адаптации к современным условиям жизни; овладение навыками самооздоровления; снижение уровня заболеваемости.

Введение программы «Здоровый малыш» в практическую деятельность детского сада привело к следующим показателям, подтверждающим ее эффективность (табл. 1): снижение заболеваемости; повышение уровня физического развития; повышение уровня физической подготовленности; стабильность физической и умственной работоспособности во всех сезонных периодах; умение использовать полученные знания и сформированные умения в изменяющихся условиях обучения; укрепление мотивации детей к занятиям физической культурой; повышение уровня удовлетворенности родителей/законных представителей качеством физического развития их детей.

Таблица 1

Результаты уровня физической подготовленности детей в 2013-2016 гг.

Сроки реализации	2013-2014 гг.		2014-2015 гг.		2015-2016 гг.	
	Осень	Весна	Осень	Весна	Осень	Весна
Уровень подготовленности						
Низкий уровень физ. подготовленности	82 %	73 %	70 %	58 %	40 %	32 %
Средний уровень физ. подготовленности	10 %	10 %	12 %	17 %	30 %	26 %
Высокий уровень физ. подготовленности	8 %	17 %	18 %	25 %	30 %	42 %

Выводы. В результате проведенного сравнительного анализа удалось выявить, что: количество детей с низким уровнем физической подготовленности уменьшается; повышается количество детей, которые имеют средний и высокий уровень физической подготовленности.

Содержание предложенной программы позволяет решать оздоровительные, образовательные и воспитательные задачи, направленные на совершенствование двигательного опыта детей, формирование у них интереса и потребности в занятиях физическими упражнениями.

Дети с огромным удовольствием посещают данные занятия, у них наблюдалось снижение заболеваний, родители отметили, что дети, возвращаясь домой после детского сада, показывают любимые упражнения и даже просят выполнять их дома вместе с ними. Это, на наш взгляд, свидетельствует о верности решения по выбору направления работы с детьми.

Список литературы

1. Бабенкова, Е.А. Организация системной комплексной работы по сохранению и укреплению здоровья детей / Е.А. Бабенкова // Инструктор по физкультуре. – 2013. – №4. – С. 6–12.
2. Лагутин, А.Б. Помоги ребёнку стать сильным и ловким / А.Б. Лагутин, А.П. Матвеев. – М.: Физкультура и спорт, 1994.
3. «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта дошкольного образования»: Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 октября 2013 г. № 1155 г. Москва // Правовая система «Консультант Плюс».
4. Сулим, Е.В. Занятия по физкультуре в детском саду. Игровой стретчинг. – М., 2010.

УДК: 612.769

Твердохлеб Е.Ф. – доцент НТУУ КПИ (elleo@list.ru), г. Киев, Украина

Методы исследования психосоматических упражнений доисторических времен (трипольской культуры)

Аннотация. Анализируются методы исследования психосоматических упражнений доисторических времен (трипольской культуры).

Ключевые слова: методы исследования, психосоматические упражнения, доисторические времена, трипольская культура.

The research methods of the prehistoric period psychosomatic training (Trypolska Culture)

Abstract. The research methods of prehistoric period psychosomatic training (Trypolska Culture) have been analysed.

Keywords: research methods, psychosomatic training, prehistoric period, Trypolska Culture.

Актуальность. Культурные психосоматические системы во времена трипольской культуры (6–4 тыс. до н. э.) на территории современных Украины, Молдовы и Румынии решали задачи обеспечения жизнестойкости, духовного, психического и физического воспитания населения, а их антропоморфные артефакты изображали культовые действия (ритуалы, обряды, танцы) [2]. Было предположено, что антропоморфные артефакты содержат, технические физические, психические, вербально-звуковые и символические характеристики психосоматических упражнений, изучение которых позволит их реконструировать и обогатить современную систему физического воспитания.

Цели и задачи исследований: определить критерии идентификации технических физических, психических, вербально-звуковых и символических характеристик психосоматических упражнений трипольской культуры.

Методы, организация исследований. Исследования проводились по алгоритму: анализ данных информационных источников, определение понятийного поля «психосоматическое упражнение», направлений и методов исследований.

Результаты исследования. Письменные памятники трипольской культуры неизвестны [2], поэтому непосредственное ее исследование возможно только по археологическим артефактам, а опосредованное – на базе аналогий с другими культурами. Антропоморфные изображения трипольской культуры изучались по аналогии, исходя из научных позиций религиоведения об универсальности принципов шаманских и магических практик, на основе моделей реконструкции иконографических типов, ритуалов и обрядов, ретроспективных и сравнительно-типологических методов исследований, предполагая перспективность привлечения методов изучающих человека [2].

По определению Аристотеля, Галена, Леонардо да Винчи и современных ученых [1, 3, 6] позы всех живых существ является биомеханическими системами, что позволяет изучать их методами механики. Они зависят от систем управления, поэтому применимы методы психологии, антропометрии, анатомии, физиологии. Биомеханические, антропометрические, психические и физические характеристики движений, поз, жестов, экспрессивной мимики используются в медицине, психологии, педагогике, физической культуре и спорте в качестве индикаторов психосоматического состояния, техники выполнения физических упражнений, функциональной диагностики. На наш взгляд, это допустимо и в изучении характеристик поз антропоморфных изображений трипольской культуры, и в реконструкции культовых психосоматических упражнений. Учитывая научные понятия психологии об универсальности восприятия сакрального человеком [5] и то, что вероятность модели повышается, если удастся проследить связи между ее внутренними и внешними компонентами, для исследования структурных элементов культовой психосоматической системы трипольской культуры логично использование изучения по аналогии психосоматических систем других культур (предыдущих, синхронных, последующих, родственных и т.п.).

Для формирования выборки исследования оптимальными были приняты методы логико-теоретического анализа антропоморфных изображений пластики, посуды, моделей культовых сооружений и предметов, в оригинальных, фотографических, графических представлениях экспозиций музеев мира, частных коллекций, научных изданий и т.д. Методы визуального анализа были приняты оптимальными для определения пола, возраста, телосложения и строения тела антропоморфных фигур, физического и психоэмоционального состояния,

декора, положения частей тела, наличия одежды, вида действия, количества участников и их композиционного размещения, наличия вербально-звукового или музыкального сопровождения, а также исследования мест культовых служб, культовых сооружений и т.д. По данным научной литературы возможно определение предназначения артефактов, их возраста, места нахождения, геоастрологической ориентации.

На основе визуального, биомеханического и кластерного анализов, математической статистики возможна классификация поз антропоморфных фигур по показателям положения тела, определение вида физических упражнений и их технических характеристик. Методы сравнительного анализа и экспертной оценки экспрессивной мимики изображений [4] позволяют определить психоэмоциональные и вербально-звуковые характеристики. Методы антропометрического анализа [1, 3, 6] позволяют определить их соматические характеристики.

В совокупности методы математической статистики, визуального, логико-теоретического и сравнительного анализов биомеханических, психосоматических, символических, музыкально-звуковых характеристик психосоматических культовых упражнений трипольской культуры позволяют определить модель и элементы психосоматической системы трипольской культуры (структуру, содержание, средства и т.д.), а в сравнении с другими культурами [2, 5], установить их родство. Анализ письменных и других источников других культур по аналогии позволяет установить информационно-энергетические и философские характеристики.

Выводы. Определение характеристик психосоматических упражнений трипольской культуры позволяет установить показатели их техники, критерии классификации, слагаемые реконструкций, что перспективно использовать в дальнейших исследованиях.

Список литературы

1. Лапутін, А.М. Біомеханіка спорту: навч. посібник для студ. вищих навч. закл. з фізичного виховання і спорту / А.М. Лапутін [та ін.]; заг. ред. А. М. Лапутін. – К.: Олімпійська література, 2001. – 318 с.
2. Бурдо, Наталія. Сакральний світ трипільської цивілізації / Наталія Бурдо. – К.: Наш час, 2008. – 296 с.
3. Заціорский, В.М. Основы спортивной метрологии / В.М. Заціорский. –М.: Физкультура и спорт, 1979. – 152 с.
4. Изард, К.Э. Психология эмоций / К.Э. Изард; Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2000. – 464 с.
5. История мирового искусства: Сборник / Авт. текста Э. Анноша и др. – Москва: БММ, 1998. – 719 с.
6. Энока, Р.М. Основы кинезиологии / Р.М. Энока; Пер. с англ. Г. Гончаренко. – К.: Олимпийская литература, 1998. – 399 с.

УДК: 796.072.2

Юсупов Ш.Р. – доцент КФУ (neoshom@rambler.ru), г. Казань, Россия

Специфика подготовки студентов бакалавров, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью», в рамках профиля «Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте»

Аннотация: В рамках данной статьи рассматривается проблема профессионального образования для управленческих кадров современной индустрии спорта. Россия относительно недавно перешла на «рыночные рельсы» во взаимоотношения со спортом. В новых условиях эффективное развитие данной отрасли требует качественного удовлетворения спроса на профессионалов способных отвечать на любые вызовы.

Ключевые слова: Индустрия спорта, спортивная инфраструктура, профессиональные компетенции, РИСО в туризме и спорте.

**Particularity of bachelors training who study «Advertising and PR»,
section «Advertising and PR in tourism and sports»**

Abstract. This article presents the problem of professional education for managerial staff in modern sport industry. Russia recently passed to «market rails» in the relationships with sports. In the new terms an effective development of this branch requires qualitative satisfaction of demand for professionals capable to answer any calls.

Keywords: Sports industry, sports infrastructure, professional competence, advertising and PR in tourism and sports.

Актуальность. Несмотря на негативную глобальную социально-экономическую и политическую динамику, индустрия спорта продолжает уверенно развиваться. Поскольку спорт является важным компонентом мировой экономики, он подчиняется всем законам современного рынка и функционирует в условиях жесткой конкуренции, как внутри страны, так и на международной арене. В этой конкурентной борьбе принимают участие государства, транснациональные корпорации, спортивные федерации, масс-медиа, различные виды спорта, клубы и даже отдельные спортсмены. Современная индустрия спорта, это не только спортивные соревнования, но и высокие технологии в области массовых коммуникаций, маркетинга, фармацевтики, биологии, инженерии и многих других инновационных направлений. Только «игроки» обладающие наибольшим количеством преимуществ могут удерживать и наращивать лидирующие позиции в данной сфере.

Наша страна, в последние годы, совершила настоящий прорыв в развитии физической культуры и спорта, вернула себе статус великой спортивной державы. Были реконструированы и возведены уникальные спортивные объекты, многие из которых не имеют аналогов за рубежом. Кроме того, Россия доказала, что в состоянии проводить на своей территории спортивные соревнования любого уровня. Летняя Универсиада 2013 года в Казани и Зимние Олимпийские игры в Сочи в 2014 году, стали ярким тому доказательством.

В настоящее время, особую актуальность и значимость приобретает подготовка высококвалифицированных специалистов в различных отраслях науки, обслуживающих потребности современного спорта.

Современная спортивная инфраструктура представляет собой сложный, высокотехнологичный организм, который инициирует появление все новых специальностей и профессий, многие из которых требуют уникальных знаний и компетенций.

В тоже время, в нашей стране ощущается серьезный кадровый дефицит. Вся спортивная отрасль остро нуждается в молодых специалистах.

Несмотря на то, что СССР долгое время был «законодателем мод» в мире спорта высших достижений, советское руководство не рассматривало спорт в качестве источника дохода или элемента рынка. Для Советского Союза спорт был «орудием» идеологической борьбы и доказательством превосходства над конкурентами и союзниками. Идеологическая составляющая долгое время была доминирующей и этому уделялось значительное внимание. Кроме того, вся спортивная сфера регулировалась и финансировалась из государственного бюджета. При этом, западный опыт спортивной карьеры как способа зарабатывать деньги, подвергался жесткой критике и осуждался.

С распадом СССР ситуация начала меняться, первые российские спортсмены (фигуристы, хоккеисты, легкоатлеты, футболисты) получили возможность выступать за рубежом и получать достойное вознаграждение за свой труд и талант. В Россию также стали приезжать иностранные спортсмены и тренеры. Постепенно наша страна стала активным импортером и экспортером спортивных кадров.

Созданная еще в годы СССР, система подготовки спортсменов и тренеров, во многих видах спорта остается одной из лучших в мире. Кроме того, в нашей стране сильны традиции подготовки педагогов по физическому воспитанию для школ и ВУЗов, существуют хорошие

«школы» в области спортивной медицины. Очевидно, что нужно и дальше развивать и поддерживать эти направления.

Однако, сегодня, для достижения высоких спортивных результатов недостаточно только усилий спортсменов и их наставников. Необходимо привлечение команды профессионалов-единомышленников, способных создать спортсмену максимально комфортные условия подготовки, контролировать его физическое и психологическое состояние, обеспечивать защиту его прав, решать его насущные бытовые проблемы, находить наиболее выгодные контракты, налаживать эффективное взаимодействие со СМИ и т.д.

Целью данного исследования выступает обоснование потребности отечественной индустрии спорта в подготовке высококвалифицированных управленческих кадров.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**: определение основных проблем в подготовке специалистов для индустрии спорта на базе высших учебных заведений в России; поиск путей совершенствования образовательных программ по подготовке спортивных «управленцев», реализуемых в настоящее время в отечественных ВУЗах.

Методы, организация исследований. В основе данного исследования проводится анализ действующих образовательных стандартов ФГОС по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте».

Учитывая, что спорт в нашей стране стал частью рыночно-экономических отношений сравнительно недавно, он нуждается в спортивных менеджерах, спортивных юристах и агентах, промоутерах, маркетологах и специалистах по рекламе связям с общественностью, которые наряду с общими компетенциями, имели бы знания о специфике отечественной и зарубежной индустрии спорта.

Любой спрос рождает предложение, поэтому многие российские ВУЗы уже сегодня осуществляют подготовку этих специалистов. Однако отсутствие исторической базы и традиций подобного образования, зачастую ставит вопрос о его качестве. Не случайно, многие ведущие российские спортивные организации и топ-клубы отдают предпочтение специалистам «легионерам», имеющим европейское и североамериканское образование.

Проблема подготовки специалистов-управленцев для российского спорта требует серьезного внимания научного сообщества и является предметом для широкого обсуждения. Безусловно, отечественные научные школы, занимающиеся этой работой, должны учитывать достижения зарубежной науки, но при этом необходимо нарабатывать и собственный позитивный опыт.

Среди ведущих российских ВУЗов, которые, в перспективе могут занять, лидирующие позиции в рамках данного направления находится и Казанский федеральный университет. Это объясняется следующими объективными факторами:

Буквально за последние десять лет Казань стала крупнейшим спортивным центром России. В Казани сосредоточены уникальные спортивные сооружения. Столица Республики Татарстан представлена топ-клубами практически во всех командных видах спорта. При этом «львиная доля» спортивных объектов Казани находится в ведении крупнейших ВУЗов, таких как КФУ, КНИТУ (КАИ) им. А.Н. Туполева, Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма. Уже сегодня спортивная инфраструктура Казани и Республики Татарстан в целом, ее эксплуатация и рентабельность, рожают кадровый «заказ».

Результаты исследования. С 2010 года Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций Казанского федерального университета осуществляет подготовку бакалавров по направлению Реклама и связи с общественностью (далее РИСО). Одним из профилей подготовки по данному направлению является «РИСО в туризме и спорте». Выбор профиля подготовки осуществляется исходя из индивидуального рейтинга каждого студента по результатам учебы на первом и втором курсе. Студенты с самыми высокими баллами выбирают профиль исходя из своего приоритета. Соответственно, чем ниже баллы рейтинга, тем меньше учитывается приоритет и популярность того или иного профиля. Профиль «РИСО в туризме и спорте» традиционно один из самых востребованных.

В процессе обучения студенты получают как базовые знания и компетенции в области рекламы и PR, так и проходят подготовку по выбранному профилю. Дисциплины специализации направлены на формирование у студентов необходимых навыков для работы в соответствующей отрасли.

В программу подготовки входят как традиционные для этой специализации курсы, такие как: «PR в спорте», «Менеджмент в спорте», «Маркетинг в спорте», «Государственная политика в области физической культуры и спорта», так и уникальные авторские Мастер-классы: «Агентская и менеджерская деятельность в профессиональном спорте» [1], «Формирование имиджа спортивной организации», «Искусство спортивного промоутера» [2].

В процессе подготовки студенты имеют возможность посещать спортивные объекты и соревнования проводимые в Казани, знакомиться со спецификой их работы.

Педагогический процесс осуществляется как штатными сотрудниками университета, имеющими опыт работы в спортивной сфере, так и специалистами из профильных органов муниципальной и государственной власти, представителями пресс-служб и отделов рекламы и маркетинга ведущих спортивных организаций Казани, спортивными журналистами. Кроме того, студенты активно принимают участие в научно-практических конференциях и форумах, посвященных спортивной тематике.

Среди первых выпускников данного направления уже есть те, кто нашел себя в профессии. Навыки полученные студентами позволяют работать на федеральных и республиканских телевизионных каналах (например, МАТЧ ТВ, ТРК «Татарстан – Новый Век»), в республиканских и муниципальных профильных структурах исполнительной власти, а также пресс-службах профессиональных спортивных клубов.

Несомненно, подготовка кадров в столь новой для нашей страны сфере, предполагает наличие ряда проблем. Среди них хотелось бы выделить ограниченность ресурсов по привлечению ведущих специалистов по спортивному менеджменту, маркетингу и рекламе из столичного региона (Москвы и Санкт Петербурга), а также зарубежных специалистов. Наиболее остро ощущается нехватка специалистов по спортивному праву. Еще одной проблемой является невозможность локализации профильного образования, с переходом от бакалавриата к магистратуре, поскольку магистратура по данному профилю в настоящее время не предусмотрена.

Поскольку развитие высшего образования в рассматриваемой сфере находится в нашей стране на начальном этапе, особую практическую значимость представляет, возможность обмена опытом между научными школами (кафедрами) из различных регионов России, занимающихся данной проблематикой. Кроме того, к данному сотрудничеству следует привлекать соответствующие профильные государственные структуры и спортивные организации, федерации, заинтересованные в молодых специалистах.

Список литературы

1. Юсупов, Ш.Р. Агентская и менеджерская деятельность в профессиональном спорте / Юсупов Ш.Р. и др. // Реклама и связи с общественностью: учебно-методический комплекс. – Казань: Казан. ун-т, 2015. Ч.4. – С. 79–112.
2. Юсупов, Ш.Р. Мастер-класс «Искусство спортивного промоутера» / Юсупов Ш.Р. и др. // Реклама и связи с общественностью: учебно-методический комплекс. – Казань: Казан. ун-т, 2015. Ч.5. – С. 5–33.

V. «Пилотные исследования» в туризме, спорте и бизнесе

Пилотные (разведывательные, зондажные) исследования решают весьма ограниченные по своему содержанию задачи и являются самыми простыми видами научно-исследовательских работ. К ним прибегают в качестве предварительного этапа глубоких и масштабных исследований, а также, когда предмет исследования относится к числу малоизученных или вообще неизученных проблем.

Этот тип исследований применяется для получения дополнительной информации о предмете и объекте, для уточнения гипотез и задач, для проверки качества инструментария (анкеты, бланка интервью и т.п.), разработанного для масштабного исследования, а также для выявления трудностей, которые могут встретиться при дальнейшем изучении.

Пилотное исследование обычно имеет небольшое количество респондентов и ограниченный инструментарий.

УДК: 796

Данилова Ю.Е. – студентка; Шевченко Д.Ю. – доцент (shevden@yandex.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Развитие психомоторных способностей у девушек 16-17 лет, занимающихся спортивной акробатикой

Аннотация. Изучение особенностей уровня развития психомоторных способностей у девушек 16–17 лет, занимающихся спортивной акробатикой, позволило провести их анализ. Показано, что использование методики совершенствования психомоторных способностей в учебно-тренировочном процессе способствует гармоничному развитию личности спортсменок.

Ключевые слова: психомоторика, координационные способности, психические функции.

Danilova Y.E. – student, Shevchenko D.U. – Associate Professor (shevden@yandex.ru), SSU, Sochi, Russia

The development of psychomotor abilities girls 16-17 years old engaged in sports acrobatics

Abstract. Study of peculiarities of development level of psychomotor abilities in girls 16–17 years old engaged in sports acrobatics, allowed to conduct their analysis. It is shown that the use of methods of improving psychomotor abilities in the training process contributes to the harmonious development of personality.

Keywords: psychomotor, coordination abilities, mental function.

Актуальность. До настоящего времени нет единого мнения у зарубежных и отечественных учёных о трактовке такого понятия как «психомоторные способности». Психомоторные способности детей и подростков изучали ещё в 30-х годах прошедшего столетия отечественные и зарубежные учёные (Н.И. Озерецкий, 1930; Q. McNemar, 1933 и др.). И.М. Сеченов (2014) представил физиологическое обоснование «психомоторики» человека. Исследование российского учёного показали, что двигательные способности тесно взаимосвязаны с особенностями развития ряда психических функций: мышечно-двигательных ощущений и восприятий, восприятия пространства, сенсомоторных процессов, памяти, мышления, внимания [2, 3].

Анализируя различные определения понятия «психомоторика», предложенные отечественными и зарубежными учёными, мы отметили, что в них много общего. В конечном итоге остановились на понятиях, представленных в словарях. В частности, «психомоторика (лат.) – это совокупность сознательно управляемых двигательных действий человека» [3].

По мнению В.П. Озерова (2002), психомоторные способности могут рассматриваться как моторный компонент двигательных способностей, включающий сенсомоторные, перцептивные, интеллектуальные и нейродинамические особенности, реализуемые как на произвольном, так и на непроизвольном уровне самоконтроля и саморегуляции движений. На наш взгляд, моторный компонент психомоторных способностей могут отражать координационные способности [1].

Анализ современной научно-методической литературы по спортивной акробатике показал, что в учебно-тренировочном процессе девушек 16–17 лет практически не используются новые технологии (методики), направленные на совершенствование психомоторных способностей, которые необходимы им в соревновательной деятельности.

Цель исследования: разработать, теоретически обосновать и проверить на практике эффективность методики совершенствования психомоторных способностей у девушек 16–17 лет, направленной на обогащение двигательного опыта и успешности соревновательной деятельности.

Объектом исследования выбран учебно-тренировочный процесс по спортивной акробатике, направленный на совершенствование психомоторных способностей у девушек 16–17 лет. **Предметом исследования** являются педагогические условия, средства и методы совершенствования психомоторных

Гипотеза исследования – использование методики совершенствования психомоторных способностей у девушек 16–17 лет, занимающихся спортивной акробатикой, становится эффективным средством повышения уровня данных способностей, если:

- будут разработаны тестирующая программа оценки психомоторных способностей и шкалы дифференцированной оценки уровня развития данных способностей; при этом, психический компонент будет представлен тестами, определяющие уровень памяти, внимания, мышления, а моторный компонент тестами, отражающими различные виды координационных способностей;

- выявленные уровни развития психомоторных способностей и физической подготовленности у девушек 16–17 лет послужат для разработки методики совершенствования психомоторных способностей;

- будут разработаны комплексы упражнений с учётом базового программного материала по спортивной акробатике и направлены на параллельное совершенствование координационных способностей (реагирующей, кинестетической, ритмической, способности к сохранению равновесия и ориентации в пространстве) и психических функций (внимания, памяти, мышления);

- комплексы упражнений, направленные на совершенствование психомоторных способностей будут применены в тесном взаимодействии с тестирующей частью методики, на основании которой будут вноситься коррективы в учебный процесс.

Список литературы

1. Озеров, В.П. Психомоторные способности человека / В.П. Озеров. – Дубна: Феникс, 2002. – 320 с.
2. Сеченов, И.М. Рефлексы головного мозга / И.М. Сеченов. – М.: Аст, 2014. – 352 с.
3. Шевченко, Д.Ю. Совершенствование координационных способностей старших школьников с различной моторной асимметрией: Автореф. дисс. ... канд. пед. наук / Д.Ю. Шевченко. – Набережные Челны, 2012. – 24 с.

УДК: 796.078

Демидова А.И. – студентка (alexandra.demidova.1997@mail.ru); Кулезнев В.Н. – профессор (kuleznev-fv@rambler.ru), ЮЗГУ, г. Курск, Россия

Проблема применения допинга в спортивной практике

Аннотация. В данной статье рассматриваются документы, регламентирующие использование запрещенных стимуляторов в спортивной среде. Акцентируется внимание на причинах запрета использования допинга в спортивной среде, таких как риск для здоровья и неравенство возможностей для спортсменов. Также дается определение понятия «допинг» как нелегального вещества, применяемого в спортивной практике.

Ключевые слова: допинг, спорт, соревнования, спортсмены.

Demidova A.I. – student (alexandra.demidova.1997@mail.ru); Kuleznev V.N. – professor (kuleznev-fv@rambler.ru), SWSU, Kursk, Russia

Doping problem in sports practice

Abstract. This article deals with doping refers to the use of banned athletic performance-enhancing drugs by athletic competitors. It stressed the reasons for the ban doping like health risks of performance-enhancing drugs, the equality of opportunity for athletes. Given the definition of doping as athletes taking illegal substances to improve their performances.

Keywords: doping, sport, competition, sportsman.

Актуальность. Международные соревнования начали проводиться еще в глубокой древности, но не потеряли своего значения и сейчас. Связано это с тем, что каждое государство, участвуя в них, может не только поднять свой престиж, но и привлечь внимание граждан к здоровому образу жизни. Именно поэтому особое внимание уделяется регулированию вопросов в области спорта на мировом уровне. Одним из спорных вопросов в данной сфере – проблема выявления и пресечения употребления допинга.

Результаты исследования. Впервые об этом заговорили в 1960 году на Международной конференции по психофизиологии. Тогда борьбу против употребления допинга возглавил Международный олимпийский комитет. В 1967 году МОК принял решение о запрещении использования стимуляторов в спорте. Уже на играх в Мехико 1968 года начал производиться допинг-контроль, однако, он был выборочным и необязательным. На играх в Мюнхене в 1972 году был произведен уже обязательный контроль во всех видах олимпийской программы. Также эта процедура распространилась и на чемпионаты мира.

Вскоре во многих странах начали появляться свои экспертные лаборатории, которые осуществляли сбор и изучение анализов на допинг.

Проблемы применения допинга в спорте были рассмотрены на Всемирной конфедерации в городе Лозанне со 2 по 4 февраля 1999 года, где все вопросы были включены в шесть основных разделов. В этом документе можно выделить несколько важных принципов: 1. Ответственность тренеров, задачей которых является подготовка спортсменов без применения запрещенных веществ. 2. Необходимость объяснения вреда допинга, его негативного воздействия на организм, а также воспитание духа здорового, справедливого соперничества. 3. Принятие решения о введении в действие Антидопингового кодекса олимпийского движения. 4. Минимальной санкцией, применяемой к спортсменам-нарушителям стало отстранение от участия в соревнованиях сроком на 2 года. Санкционные меры предусмотрены и относительно тренерского состава, санкции против которых носят более жесткий характер. 5. Уточнению подверглись полномочия Международного олимпийского комитета и Международных спортивных федераций. 6. Участие в контроле государства выражается в соблюдении правил, создании национальной правовой базы, регулирующей эту сферу. 7. Важнейшим итогом стало принятое решение о создании независимого всемирного антидопингового агентства – ВАДА.

Все эти семь принципов отражены в следующих разделах: «Образование, профилактика и права спортсменов», «Антидопинговый кодекс олимпийского движения», «Санкции», «Международное независимое антидопинговое агентство», «Ответственность МОК, МСФ, и Спортивного арбитражного суда», «Сотрудничество олимпийского движения с антидопинговыми организациями». Именно они регламентируют работу и ответственность всех взаимосвязанных со спортивной средой структурах.

Независимость ВАДА обеспечивается тем, что его финансирование происходит за счет правительств других государств и спортивных движений. Одним из важнейших документов, регулирующих деятельность организации, является ее Кодекс.

Статья №4 Устава ВАДА указывает на следующие функции этой всемирной организации: 1. Продвижение и координация на международном уровне борьбы против допинга во всех его формах в спортивной сфере. 2. Соблюдение и укрепление на международном уровне практики этических принципов спорта без применения допинга, направленность на защиту здоровья спортсменов. 3. Постоянное обновление перечня запрещенных веществ, публикуемых, как минимум, раз в год и вступающих в силу 1 января. 4. Совершенствование процедуры исследования анализов, создание новых экспертных лабораторий. 5. Совершенствование правил и иных НПА, их направленность на борьбу с запрещенными методами, делающими невозможной проведение честного соревнования. 6. Разработка новых образовательных программ, направленных на распространение правильных моральных ориентиров в области спорта. 7. ВАДА может подготавливать планы, пути решения возникающих проблем, консультироваться по отдельным вопросам с профессионалами, заключать договора, создавать научные группы, комиссии.

Верховный руководящий орган данной организации – Учредительный совет – состоит из 38 членов. Олимпийское движение может предлагать не более 18 человек (4 из которых спортсмены) на участие в Совете. Остальные организации также могут предоставить максимум 18 кандидатов. Другие участники назначаются при совместной консультации Олимпийского движения и правительств стран.

По сей день ВАДА создает возможность участия спортсменов в честных и справедливых соревнованиях, дающих возможность показать значение и важность соблюдения здорового образа жизни. Государства должны сотрудничать с данной организацией, участвовать в осуществлении ее деятельности, чтобы разработать эффективные и признаваемые во всем мире методы борьбы с запрещенными методами [1].

Однако, несмотря на принимаемые меры, до сих пор возникают противоречия в сфере регулирования и контроля за спортивными соревнованиями. Участники олимпиад, уличенные в употреблении допинга, могут лишиться своих наград, что может негативно повлиять на всю их дальнейшую карьеру и понизить престиж государства. Поэтому, безусловно, встает проблема защиты спортсменов от несправедливых обвинений. Разобраться в истинности и непредвзятости каждой конкретной ситуации очень сложно, в связи с наличием большого количества факторов, которые сложно учесть при вынесении решения. Из-за этого время от времени разгораются крупные скандалы в спортивной среде [2].

Запомнилась конфликтами зимняя Олимпиада 2002 года, проходившая в США, в Солт-Лейк-Сити. В результате проводимых Медицинской комиссией МОК исследований были лишены наград русские лыжницы Лариса Лазутина и Ольга Данилова. Вместе с также обвиненным Йоханом Мюллегом, они подали заявление в арбитражный суд в Лозанне. По данному иску им было отказано [2].

Другой известный скандал, разгоревшийся в последнее время, также связан с именами наших спортсменов. Многие российские спортсмены оказались дисквалифицированы в связи с применением запрещенного препарата – мельдоний. Среди них можно назвать такие известные имена, как Мария Шарапова, Екатерина Боброва, Семен Елистратов, Павел Калужников и другие. Существуют две противоречивых взгляда на эту ситуацию.

С одной стороны, список запрещенных препаратов очень велик, поэтому проследить какие именно препараты были включены в список запрещенных достаточно трудно. К тому же, малые доли допинга могут содержаться и в медицинских препаратах. При частом их

приеме возникает повышение концентрации запрещенного вещества, что и вызывает положительную допинг-пробу.

Однако следует учесть тот факт, что смягчение контроля над применением запрещенных препаратов может привести к печальным последствиям. Недобросовестные участники соревнований могут использовать облегчение правил для ведения нечестной игры, например, выдавая допинг за необходимый медицинский препарат.

Несмотря на скандалы, связанные с дисквалификацией отечественных спортсменов, уличенных в применении допинга, можно с уверенностью сказать, что Россия принимает все меры, направленные на установление, предотвращение и профилактику применения запрещенных препаратов.

В Федеральном законе [3] о спорте (статья 26) указаны следующие направления борьбы с подобными нарушениями: 1. Проведение допинг-контроля. 2. Установление мер ответственности за нарушение этих правил. 3. Недопущение в соревновательной практике нелегальных методов борьбы. 4. Обеспечение соответствия уровня квалификации специалистов, проводящих допинг-контроль. 5. Проведение в соответствующих структурах антидопинговой пропаганды. 6. Проведение разъяснительной работы в детских спортивных учреждениях, школах, секциях о последствиях применения запрещенных препаратов (их влияние на здоровье, моральный облик спортсмена и т.д.). 7. Обеспечение условий для проведения научных исследований по проблемам негативного влияния на здоровье спортсменов запрещенных препаратов. 8. Оказание содействия федеральным органам исполнительной власти в области физической культуры и спорта, всероссийской антидопинговой организации, органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации в антидопинговом обеспечении спортивных сборных команд субъектов Российской Федерации. 9. Установление меры ответственности организаций за нарушения, допускаемые в процедуре организации допинг-контроля. 10. Осуществление международного сотрудничества в этой сфере

Минспорттуризм России, уполномоченный в координации мер проведения антидопинговой политики, реализовывает следующие меры: 1. учреждает общероссийские антидопинговые правила; 2. утверждает перечни препаратов, запрещенных для использования в спорте; 3. утверждает порядок проведения допинг-контроля; 4. в установленном порядке принимает решение об исключении общероссийской спортивной федерации из реестра общероссийских и аккредитованных региональных спортивных федераций в случае неисполнения общероссийской спортивной федерацией обязанностей (п. 1-6 из указанных ниже); 5. осуществляет иные полномочия в соответствии с законом.

На территории РФ спортивные федерации берут на себя следующие обязательства, направленные на проведение антидопинговой политики: 1. опубликование на официальных сайтах антидопинговых правил; 2. предоставление списка участвующих в соревнованиях спортсменов для проведения соответствующих тестов; 3. уведомление спортсменов о включении их в список тестируемых; 4. содействие в проведении допинг-контроля в соответствии с принятым порядком; 5. применение к нарушителям санкций; 6. информирование о примененных санкциях Минспорттуризм России, органы соответствующих субъектов власти Российской Федерации, общероссийскую антидопинговую организацию, международную спортивную федерацию по соответствующему виду спорта; 7. выполнять иные требования Федерального закона или антидопинговых правил

Выводы. Таким образом, победить проблему допинга можно лишь совместными усилиями разных государств. Следует понимать, какую большую роль играет проведение честных соревнований для сплочения стран на международной арене. Именно в спортивной среде происходит культурный обмен между спортсменами и странами, которые они представляют. Соревновательная практика должна способствовать воспитанию стремления молодежи к здоровому образу жизни.

В связи с этим можно сделать вывод о том, что честные и независимые спортивные соревнования, без применения допинга и иных запрещенных средств, создают возможность долгого и тесного сотрудничества между странами в сфере спортивной политики.

Список литературы

1. Право международных организаций: Учебник / Под ред. И.П. Блищенко, А.Х. Абашидзе. – М.: Российский университет дружбы народов, 2013.
2. Алексеев, С.В. Спортивное право России: Учебник / С.В. Алексеев. – М.: Юнити-Дана, 2012.
3. «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»: Федеральный закон от 04.12.2007 г. № 329-ФЗ (ред. от 03.11.2015 г.).

УДК: 796.078

Зайцев В.А. – ст. преподаватель (vzaitsev55@mail.ru); Круглова Ю.В. – ст. преподаватель (kruglova@mesi.ru), РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия; Кулезнев В.Н. – профессор (kuleznev-fv@rambler.ru); Болдырева У.А. – студентка (super.boldyrewa-ulyana@yandex.ru), ЮЗГУ, г. Курск, Россия

Совокупность факторов, влияющих на состояние современного спорта

Аннотация. В данной статье рассмотрено влияние совокупности факторов на состояние современного спорта в условиях мирового экономического кризиса.

Ключевые слова: совокупность факторов, современный спорт, мировой экономический кризис.

Zaycev V.A. – senior lecturer (vzaitsev55@mail.ru); Kruglova YU.V. – senior lecturer (kruglova@mesi.ru), REU G.V. Plehanova, Moscow, Russia; Kuleznev V.N. – professor (kuleznev-fv@rambler.ru); Boldyreva U.A. – student (super.boldyrewa-ulyana@yandex.ru), SWSU, Kursk, Russia

The combination of factors affecting modern sport state

Abstract. This article reviews influence of the combination of factors on the state of modern sport in terms of the world economic crisis.

Key words: combination of factors, modern sport, world economic crisis

Актуальность. Последствием перехода нашей страны на новое политическое устройство стало значительное изменение функционирования спорта. Все сильнее развиваются процессы его слияния с экономической, политической, культурной и другими сферами социальной жизни. Как встраивается современный спорт в российское общество, какое место он занимает в социальных структурах, какие факторы и их совокупность влияют на его функционирование – проблема поиска ответов на эти вопросы является сегодня наиболее актуальной.

Распространенное мнение о том, что спортивная деятельность является только лишь игрой, соревнованием и средством укрепления здоровья давно исчерпало себя. Сегодня границы спорта расширились, он уже не развивается в изоляции от окружающей социальной реальности. На спорт, как на одну из сфер общественной жизни, огромное влияние оказывает ряд факторов: социальных, культурных, экономических, политических, финансовых и так далее. Рассмотрим действие некоторых из них более подробно.

Результаты исследования. Социокультурные факторы посредством образования, воспитания, СМИ, деятельности социальных институтов формируют мировоззрение, общественное сознание, образцы поведения, ценности, нормы и установки. Они определяют направление движения в развитии спорта, придают ему целесообразность, наполняют духовностью, идеологией и ценностным смыслом [3].

На данный момент всесторонне развитая личность является наивысшей социальной ценностью. Неудовлетворенность человека своими физическими и психическими качествами порождает потребность в самосовершенствовании. Наиболее действенным средством реализации такой потребности, по праву, признана спортивная деятельность. Особенность спорта состоит в том, что он соединяет в одно целое социальное и биологическое в человеке, обеспечивая тем самым гармоничное развитие личности. Зависимость двух составляющих человеческой природы еще выражается и в том, что высокий уровень здоровья и физическая подготовленность является своеобразным фундаментом и предпосылкой для усвоения остальных социальных ценностей.

Советский профессор А.Д. Новиков еще в прошлом веке сформулировал основные принципы физического воспитания, одним из которых является принцип о том, что только в процессе деятельности может быть воспитано любое качество: «Нельзя сделать человека смелым, мужественным, коллективистом одними разговорами об этом. Его надо ставить в условия, требующие проявления указанного качества». Спорт позволяет открыть в человеке новые грани его сущности, формирование психических качеств личности происходит путем проигрывания жизненных ситуаций посредством спортивных моментов, через которые также осуществляется переход различных ценностей культуры общества в плоскость внутреннего содержания человека [1].

Вовлечение в спортивную деятельность является неперенным условием воспитания человека, развития его психических и физических качеств [3]. Таким образом, очевидно, что одну из движущих сил развития спорта в современном обществе составляет желание людей удовлетворять социальные потребности посредством спортивной деятельности.

Спорт является одним из важнейших средств международного культурного обмена 21 века. В процессе проведения соревнований в разных городах и странах объединяются представители разных национальностей, что способствует обогащению культур и расширению кругозора. С другой стороны, происходит обмен между многими странами в области новых спортивных технологий: прогрессивные разработки материально-технического и медицинского обеспечения спортивной деятельности становятся достоянием всей мировой спортивной индустрии [3].

Механизм формирования ценностного отношения во многом обусловлен уровнем общественного мнения в отношении полезности спорта, пропаганды, рекламы, качеством спортивного образования и воспитания. Здесь в силу вступает социально-политический фактор Политика воздействует на социальные процессы, на те или иные социальные факты, на образ жизни и поведение людей, социальных общностей, в том числе в сферу ее влияния входит и спортивная действительность. Роль политики состоит в регулировании правовых и идеологических аспектов спортивного движения, в определении его статуса в обществе. Таким образом, политическая сфера создает условия для развития тех социальных функций спорта, которые выгодны государству [3]. Государственная поддержка спорта должна обеспечивать его финансово-экономическую и организационно-правовую осуществимость.

Так как спорт является неотъемлемой частью социума, он имеет также финансово-экономические факторы, определяющие его существование и развитие. Именно экономика создает условия для подготовки и содержания специалистов, а так же финансовое, кадровое, научное обеспечение в обслуживании спортивной деятельности [3].

В настоящее время финансовые расходы государства направлены, в основном, на развитие спорта высших достижений (его материально-техническое обеспечение, участие в подготовке сборных команд, спортсменов-инвалидов РФ к международным соревнованиям, участие в организации межрегиональных, всероссийских и международных официальных спортивных мероприятий, осуществление мер по предотвращению использования допинга в спорте и прочие мероприятия) [5]. Весь этот перечень расходов может быть дополнен и расширен, так как влияние сопутствующих факторов и доминирующая во всех случаях роль прогресса определяет этот процесс как динамический во всех направлениях реализации данного общественного явления. Важным положением всего этого явления есть неперенное условие своевременной реакции общества на факт изменения статуса данного явления.

Следует отметить и тот факт, что возрождение ГТО в том формате, который определяет характер участия каждого желающего и нормативные документы, регламентирующие всю последовательность отношений в этой структуре. Для решения стоящих перед всеми задействованными сторонами государством выделены материальные средства и соответствующие требования к ответственным за организацию и проведения данных мероприятий.

Усиленное развитие профессионального спорта объясняется значительно возросшей за последние годы конкуренцией в международном спорте. Завоевание высших спортивных наград является одной из реальных возможностей заявить о себе на международном уровне, укрепить позиции страны и создать положительный имидж. Для эффективного выступления своих представителей-спортсменов, страны готовы пустить в оборот значительный научный, экономический и политический потенциалы. Роль спортивного бизнеса, как бурно развивающейся отрасли, все больше привлекает к себе интерес государств, в надежде завоевать право проведения самых престижных спортивных мероприятий – Олимпийских игр, кубков мира. Организация, которая повышает авторитет страны организатора, но и подчас приносит значительную прибыль и способствует организации соответствующей инфраструктуры, а также поддерживает экономику. Поэтому часто говорят о том, что высокие спортивные достижения отражают уровень экономического развития страны.

К тому же материальные вложения в развитие спорта многократно окупаются, начиная со здоровья нации и кончая финансовыми доходами с его коммерческой стороны. Спортивная индустрия включает в себя производство спортивных товаров, рекламный спортивный бизнес, профессиональный спорт, средства массовой информации. В спорте стало возможным зарабатывать неплохие деньги, разумеется, в условиях жесткой конкуренции [2].

Как показывает историческая практика, спорт достаточно быстро изменяет свою направленность в зависимости от изменения социально-экономических условий развития социума. Следствием ценностных переориентаций спорта в период последних российских реформ стала его деидеологизация, коммерциализация, профессионализация [3].

Современный спорт превратился в бизнес индустрию, где в той или иной форме ведущей мотивацией является материальное поощрение за продажу зрелища спортивной борьбы: доходов от спонсорской деятельности, от продажи телевизионных прав на трансляцию различных соревнований, от рекламных кампаний, продажи билетов, символики, атрибутики, от средств, получаемых вследствие заключения контрактов со спортсменами и тренерами [4]. Финансовые обороты и общественный резонанс все больше становятся привлекательными для бизнес структур политических группировок и течений в силу их влияния и медийную значимость в общественной среде. Наряду с этим именно в этой сфере реализуются инновационные технологии, которые направлены на повышение зрелищности спортивного мероприятия, что в свою очередь повышает стоимость всех этих услуг. Доходы ведущих тренеров и спортсменов сопоставимы, порой даже превосходят уровень доходов звезд кино и шоу-бизнеса.

По мнению большинства авторов, спорт утрачивает многие функции из разряда гуманистических в силу профессионализации. Все возрастающая роль погони за медалями и достижением максимума в результатах в избранном виде спорта обнажило сопровождающие этот процесс негативные явления в спорте, такие как стремление к победе любой ценой, жестокость, насилие, допинг. Что в настоящее время приобрело масштабы международной эпидемии. Коррупция и допинг стали основными темами в СМИ, став ведущими темами медиа пространства. Подобное явление совместно с современной системой спортивной подготовки в значительной степени является фактором разрушающим здоровье спортсмена, что порой приводит даже к крайним проявлениям – летальному исходу. Согласно данным за последнее десятилетие смертность среди спортсменов по сравнению с предыдущим превысила в 3 раза. Вследствие этого спортивная карьера спортсмена может быстро закончиться.

В заключении стоит отметить, что несмотря на кризисное состояние современного спорта, в его развитии наблюдается прогресс. Ведь потребности общества в спорте никогда

себя не исчерпают, понимая этот факт, государство выделяет сегодня огромные средства на его финансирование, совершает преобразование правового регулирования спортивной деятельности, улучшает материально-техническую базу, повышая научный потенциал, решает проблему кадров во всех структурах определяющих общий успех в этом общественно важном социальном явлении, используя для этого авторитет бывших и действующих спортсменов, привлекая их к участию во всех спортивно массовых мероприятиях, а также, максимально задействуя все средства массовой информации.

Список литературы

1. Физическая культура студента: Учебник / Под ред. В.И. Ильинича. – М.: Гардарики, 2000. – 448 с.
2. Краткий курс лекций по дисциплине «Физическая культура» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.m.studme.org (Дата обращения 23.02.2016).
3. Лубышева, Л.И. Социология физической культуры и спорта: Учебное пособие / Л.И. Лубышева. – М.: Академия, 2001. – 240 с.
4. Переверзин, И.И. О структуре современного спорта высших достижений и социально-правовом статусе спортсменов-профессионалов / И.И. Переверзин, Ф.П. Суслов // Теория и практика физической культуры. – 2002. – №5.
5. «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»: Федеральный закон от 04.12.2007 г., № 329-ФЗ (ред. от 03.11.2015).

УДК: 796.034

Zaitsev V.A. – st. преподаватель (vzaitsev55@mail.ru), РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия; Kuleznev V.N. – профессор (kuleznev-fv@rambler.ru); Stepanova M.E. – аспирант (Stepanova-Mariah@ya.ru), ЮЗГУ, г. Курск, Россия

Факторы, определяющие методические особенности в выявлении индивидуального уровня физической работоспособности

Аннотация. В данной статье рассматриваются варианты определяющие уровень выносливости, существующие виды контроля за данным процессом. Методики определяющие аэробные возможности. Надежность и информативность применяемых тестов.

Ключевые слова. Функциональное состояние, МПК, этапный, текущий оперативной контроль.

Zaycev V.A. – senior lecturer (vzaitsev55@mail.ru); Kruglova YU.V. – senior lecturer (kruglova@mesi.ru), REU G.V. Plehanova, Moscow, Russia; Kuleznev V.N. – professor (kuleznev-fv@rambler.ru); Stepanova M.E. – postgraduate student (super.boldyrewa-ulyana@yandex.ru), SWSU, Kursk, Russia

Factors the defining methodical features in identification of individual level of physical working capacity

Abstract. In this article the options determining endurance level, the existing types of control of this process are considered. Techniques the defining aerobic opportunities. Reliability and informational content of the applied tests.

Keywords: Functional state, MCO, The landmark, flowing quick control.

Введение. Высокие спортивные достижения в любом виде спорта сопровождаются предельными нагрузками, как в тренировочном, так и в соревновательном периоде. И если тренировочный процесс, интенсивность нагрузок не соответствуют возрастным, индивидуальным особенностям спортсмена, уровню подготовленности, при наличии предрасполагающих факторов неизбежно возникают признаки переутомления, перетренированности, сопровождающиеся снижением спортивных результатов,

психомоторной, физической работоспособности, изменением функционального состояния, снижением уровня здоровья спортсмена.

Восстановление и потенцирование оптимального уровня функционирования после тренировочных и соревновательных нагрузок, прогрессирование эффективности всех механизмов транспорта и утилизации кислорода наряду с тренировкой специальных качеств (в зависимости от спортивной специализации) является неотъемлемой частью подготовки и медицинского обеспечения высококвалифицированных спортсменов.

Результаты. Проблемы управления тренировочным процессом квалифицированных спортсменов на современном этапе развития спортивной науки решается комплексно, с учетом всех сторон подготовленности спортсмена. Учитывая и то, что главным в педагогическом контроле предлагалось считать оценку функционального состояния, было выдвинуто положение о выделении трех основных видов контроля: 1) этапный контроль, цель которого – оценить перманентное состояние; 2) текущий контроль – определение повседневных (текущих) колебаний состояний спортсмена; 3) оперативный контроль, его цель – экспресс-оценка того состояния, в котором в данный момент находится спортсмен.

Наиболее широкое распространение в последние годы получил этапный контроль с определением медико-биологических, психологических и педагогических показателей. При этом широко используются упражнения, с помощью которых определяется уровень развития физических качеств и других способностей спортсменов.

При разработке тестов предусматривается, во-первых, регистрация и сопоставление показателей у большой группы спортсменов, во-вторых, сопоставление результатов измерений, зафиксированных у одного и того же спортсмена в разное время.

Показано, что не всякие упражнения могут быть использованы как тесты. Для этого они должны удовлетворять специальным требованиям: надежности, информативности, стандартности процедур тестирования. По направленности и особенностям организации тестирующие процедуры могут быть разделены на две группы: лабораторные унифицированные тесты и специальные тесты, позволяющие установить возможности спортсмена в условиях данного вида спорта.

Уровень выносливости у спортсменов определяется прямыми показателями (работа до отказа в заданном режиме), однако, часто используются также косвенные показатели, главным образом, критерии аэробной и анаэробной производительности.

Аэробные возможности определяются:

- при определении МПК в последнюю минуту глобальной равномерной работы до отказа, продолжительность которой равна 5–6 мин.;
- путем повторных испытаний с увеличивающейся нагрузкой, продолжающейся до тех пор, пока не будет достигнут максимум аэробной производительности;
- путем ступенчатого увеличения на последовательных этапах однократно выполняемой работы вплоть до «выравнивания» кривой кислородного потребления;
- путем непрерывного линейного увеличения мощности работы, продолжающегося до тех пор, пока не будет достигнуто «выравнивание» кривой кислородного потребления;
- путем двух- или трехкратного ступенчатого возрастания нагрузки вплоть до предельного значения после предварительной разминки на уровне около 50 % от максимума аэробной производительности.

Из всех вышечисленных путей измерения МПК наиболее точным являются повторные испытания с постепенно увеличивающейся нагрузкой. Этот способ может быть дополнен специальными процедурами, позволяющим определить МПК без применения работы до полного изнеможения.

Кроме этого существует косвенная оценка аэробных возможностей по данным ЧСС во время выполнения тестирующей нагрузки, которая отличается простотой измерения. Однако эти способы менее точны, чем прямое определение МПК, ошибка может достигнуть 10–15 %.

Помимо измерения МПК, аэробная производительность может быть оценена: показателями, основанными на измерениях «рабочего» потребления кислорода; показателями, основанными на измерениях функции сердечно-сосудистой системы организма;

показателями, характеризующими работу аппарата внешнего дыхания и системы крови; показателями мощности и количества внешней механической работы, выполняемых в аэробных условиях; системой утилизации кислорода.

Изучению влияния физических нагрузок на аппарат кровообращения у спортсменов посвящена обширная литература. Детально рассмотрены различные объекты гемодинамического обеспечения мышечной работы, на основе исследования фазовой структуры сердечного цикла представлены важные сведения, касающиеся сократительной функции миокарда в различных физиологических условиях, изучена динамика биопотенциала сердца у спортсменов, как с нормальной электрокардиограммой, так и с типичными ее изменениями и т.д. Вместе с тем ряд вопросов адаптации сердечно-сосудистой системы к мышечной работе нуждается в дополнительном изучении, в частности, нельзя считать решенным вопрос о характере изменений артериального давления у спортсменов.

Вывод. Таким образом, выраженность реакции организма и, в частности, степень изменения артериального давления у спортсменов в ответ на мышечную работу зависят от индивидуального уровня физической работоспособности. У лиц с более высокой работоспособностью закономерно обнаруживаются меньшие сдвиги артериального давления в ответ на одну и ту же по мощности нагрузки, и в то же время при выполнении различной мощности нагрузки, но вызывающей подъем пульса до одной и той же величины значения артериального давления более высоки [2].

Список литературы

1. Глазачев, О.С. Новый подход к гипоксическим тренировкам в спорте: восстановление спортивной работоспособности и аэробной выносливости / О.С. Глазачев, А.В. Смоленский, Е.Н. Дудник, Л.А. Ярцева, А.В. Платоненко, Г.К. Спирина // Медико-биологическое обеспечение подготовки квалифицированных спортсменов: Материалы научно-практической конференции, Малаховка, 27 мая 2010 г. – Москва-Малаховка, 2010. – 113 с.
2. Белоцерковский, З.Б. Эргометрические и кардиологические критерии физической работоспособности у спортсменов / З.Б. Белоцерковский – 2-е изд., доп. – М.: Советский спорт, 2009. – 348 с.
3. Кулезнев, В.Н. Инновационные технологии в организации контроля за функциональным состоянием юных спортсменов монография: монография / В.Н. Кулезнев и др. – Курск: ФГБОУ ВПО «ЮЗГУ», 2014. – 146 с.

УДК: 796

Касаткина М.А. – студентка (masikkasatka@mail.ru); Шевченко Д.Ю. – доцент (shevden@yandex.ru), СГУ, г. Сочи, Россия

Учет моторной асимметрии при обучении плаванию в группах начальной подготовки

Аннотация. Изучение моторной асимметрии у детей 7–8 лет при обучении плаванию позволит провести анализ симметричности или асимметричности технических действий каждого ребёнка. Использование индивидуального профиля асимметрии при обучении плаванию будет способствовать повышению качества освоения спортивной техники.

Ключевые слова: индивидуальный профиль асимметрии, плавание.

Kasatkina M.A. – student (masikkasatka@mail.ru); Shevchenko D.U. – Associate Professor (shevden@yandex.ru), SSU, Sochi, Russia

Accounting of motor asymmetry in teaching swimming in groups of initial training

Abstract. The study of motor asymmetry in children 7–8 years in teaching swimming will allow us to analyze the symmetry or asymmetry of the technical actions of each child. The use of

individual profile asymmetry in teaching swimming will improve the quality of development of sports equipment.

Keywords: individual profile asymmetry, swimming.

Актуальность. Моторная (двигательная) асимметрия, как частный случай межполушарной асимметрии головного мозга, является одним из факторов, определяющих надёжность двигательных действий, поскольку асимметрия движений выступает некоторым регулятором качественного выполнения структуры движений, что характеризует успешность профессиональной и спортивной деятельности (Е.М. Бердичевская, 2004 и др.).

В изученной нами научно-методической литературе по обучению двигательным действиям в плавании достаточно мало информации по учету моторной асимметрии в группах начальной подготовки. За последние годы была защищена только одна кандидатская диссертация Д.А. Лаврентьевой (2015). В данной работе отмечается, что большинство тренеров не учитывают предрасположенность обучаемого к тому или иному способу плавания. То есть, обучаемый, не владея плавательными навыками и не задумываясь о выполняемых движениях, начинает выполнять такие двигательные действия ногами и руками в воде, которые ему максимально удобны и, как показывает практический опыт, эффективны, с точки зрения, продвижения тела пловца вперед.

Такую закономерность ведущие специалисты в области межполушарных отношений головного мозга у спортсменов объясняют влиянием сложной организации межполушарной асимметрии, а именно, индивидуальным профилем асимметрии, который тесно связан с проявлением особенностей двигательных навыков человека (Е.М. Бердичевская, 2004; Д.Ю. Шевченко, 2012 и др.).

Известно, что методика начального обучения плаванию строится на основе освоения техники работы ног. Это необходимо для создания горизонтального положения тела в воде и продвижению его вперед (Д.А. Лаврентьева, 2015). В связи с этим моторная асимметрия может выступать определяющей в характере рабочих движений ногами в воде на этапе начального обучения плаванию, а это в свою очередь, является основой выбора способа плавания.

Цель научной работы: разработать и проверить на практике эффективность разработанной методики обучения плаванию в группах начальной подготовки. Данная методика обучения включает в себя тестирующую программу оценки физических качеств и определение индивидуального профиля асимметрии у детей 7–8 лет.

На каждого ребёнка мы планируем построить индивидуальный профиль моторной асимметрии, который представляет собой графическое изображение величины среднеквадратических отклонений изучаемых показателей и позволит наглядно отобразить обобщённую характеристику развития индивидуума.

При разработке методики обучения плаванию на основе классификации упражнений В.Н. Назарова мы планируем использовать:

1. *Одновременно-однонаправленные упражнения*, т.е. такие упражнения, когда движения (руками) верхними конечностями выполняются одновременно и в одних и тех же направлениях. Это движение с симметричной координацией из симметричных исходных положений, одновременно работают одноимённые мышцы рук и активизируются оба полушария головного мозга.

2. *Упражнения циклического характера* с перекрёстной координацией верхних и нижних конечностей с одновременной работой мышц-антагонистов при циклическом повторении двигательных сочетаний, работа рук сочетается с движениями ногами и туловищем.

3. *Упражнения последовательные или одновременно-разнонаправленные*, т. е. выполняемые одновременно двумя руками в разных плоскостях с одноимённой работой неоднородных мышц рук и ног, такие упражнения представляют собой движения с асимметричной координацией из асимметричных исходных положений, асимметричной межполушарной активностью.

4. *Разноритмичные упражнения*, т.е. такие упражнения, во время которых, например, одна рука прекращает движение, а потом включается в него. Работа мышечных групп, участвующих в движении, осуществляется с нарушением ритма. Упражнения выполняются как с асимметричными, так и с симметричными движениями и исходным положением. Формируется двигательная память, ритмическая способность, совершенствуется психическая функция – внимание.

Список литературы

1. Бердичевская, Е.М. Координационные характеристики произвольных движений человека в связи с индивидуальным профилем асимметрии / Е.М. Бердичевская // *Физическая культура, спорт – наука и практика*. – 2004. – № 1–4. – С. 45–51.
2. Лаврентьева, Д.А. Влияние особенностей индивидуального профиля асимметрии на выбор структуры движений ног в воде у детей младшего школьного возраста на этапе начального обучения плаванию / Д.А. Лаврентьева // *Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта*. – 2014. – № 6 (112). – С. 100–103.
3. Лаврентьева, Д.А. Начальное обучение плаванию детей младшего школьного возраста с учетом моторных асимметрий: Автореф. дисс. ... канд. пед. наук / Д.А. Лаврентьева. – Москва, 2015. – 25 с.
4. Шевченко, Д.Ю. Совершенствование координационных способностей старших школьников с различной моторной асимметрией: Автореф. дисс. ... канд. пед. наук / Д.Ю. Шевченко.– Набережные Челны, 2012. – 24 с.

Кольцова Е.С. – студентка (koltsova.katerina@bk.ru); Кулезнев В.Н. – профессор (kuleznev-fv@rambler.ru); Зацепин В.И. – доцент (zatsepinvictor@yandex.ru); Пчелинцева А.А. – студентка (alina.pchelinceva@mail.ru), ЮЗГУ, г. Курск, Россия

Ритмическая гимнастика в учебно-тренировочном процессе девушек-дзюдоисток, студенток ВУЗа

Аннотация: Российские специалисты рассматривают ритмическую гимнастику, в ВУЗе, при подготовке девушек-дзюдоисток, как эффективное средство оздоровления. В этом смысле занятия могут нести не только развивающий, но и поддерживающий характер.

Ключевые слова: Ритмическая гимнастика, девушки-дзюдоистки, учебно-тренировочный процесс, танцевальные движения, творческий потенциал.

Kolicova E.S. – student (koltsova.katerina@bk.ru); Kuleznev V.N. – Professor (kuleznev-fv@rambler.ru); Zacepin V.I. – Associate Professor (zatsepinvictor@yandex.ru); Pchelinceva A.A. – student (alina.pchelinceva@mail.ru), SWSU, Kursk, Russia

Rhythmic athletics' in scholastic-burn-in process girl concerning with judo, training in HIGH SCHOOL

Abstract. Russian experts consider the rhythmic gymnastics at the university in preparing girl's judokas as an effective means of improvement. In this sense, classes can be held not only develop but also supporting character.

Keywords: Rhythmic gymnastics, girl's judokas, the training process, dance moves, creativity.

Студенческий возраст, в основном, совпадает со зрелым периодом онтогенеза женского организма, поэтому при организации и проведении занятий важно учитывать эти особенности. Подбирая упражнения, направленные на развитие и укрепление мышечного корсета туловища, необходимо учитывать положение таза и тазового дна, от которого зависит правильное расположение внутренних органов. Упражнения должны быть пластичными, без напряжения и длительного проявления максимальной силы. Под влиянием быстрого повышения внутриутробного давления и резких сотрясений тела, органы могут изменить свое

положение в малом тазу и стать причиной гинекологических заболеваний. Особенности женского организма связаны с деятельностью внутренних половых органов. Вырабатываемые ими гормоны оказывают влияние на обмен веществ в организме, формировании психики, а также на становление особенностей моторики. Женщинам присуща эмоциональность, большая подвижность, поэтому они труднее переносят длительную, монотонную и интенсивную физическую нагрузку.

Особенностью ритмической гимнастики является то, что темп движения задается ритмом музыкального сопровождения. Он увеличивает эффективность выполнения упражнений, придает им пластичность и танцевальный характер. Кроме того, воспитание танца способствует развитию ловкости, координации, мышечной чувствительности и ритмизации движений. Так необычный подход к выполнению упражнений отличает ритмическую гимнастику от других видов оздоровительного спорта.

Главной особенностью проведения занятий является роль инструктора-методиста. Она заключается не только в показе упражнений, но и в определении их последовательности, умении проводить занятия с точным дозированием нагрузки в соответствии с эмоционально-ритмической музыкой. Занятия, проходящие под руководством методиста-лидера, являются более эффективными в отличие от индивидуальной формы проведения. Легкость и доступность упражнений, входящих в состав программы, дают возможность заниматься ритмической гимнастикой лицам различного пола, возраста и уровня физической подготовленности. Занятия ритмической гимнастикой не требуют специального оборудования и инвентаря. Для них достаточно минимум площади.

Комплекс представляет собой набор упражнений, оказывающих воздействие на все части тела. Основной задачей подготовительной части занятия является общая активация организма и, в первую очередь, его эмоциональной, психической сферы. Упражнения, входящие в ее состав, не должны быть трудными, при этом они способствуют разогреванию мышц и подвижности в суставах. В подготовительную часть занятия могут быть включены отдельные танцевальные движения. Они могут быть использованы лишь в качестве дополнительного средства, не нарушая общую композицию. В состав подготовительной части комплексов следует включать как можно меньшее число упражнений, выполняемых при фиксированном положении нижней части туловища.

Последовательность упражнений определяется необходимостью постепенного возрастания нагрузки, которую можно определить путем подсчета частоты сердечных сокращений в момент выполнения упражнений. Одной из основных задач, решаемых в первой части комплекса, является введение в работу как можно большего числа суставов. По этой причине необходимо при выполнении даже простейших упражнений добавлять дополнительные движения верхней части туловища и др. Такого рода упражнения больше всего стимулируют процессы обмена и кровообращения наиболее отдаленных участков тела.

Вторая часть программы (основная) должна быть насыщена более сложными и «нагрузочными» упражнениями, в выполнении которых участвуют многие мышечные группы. Основной задачей второй части занятия является непосредственное воздействие на опорно-двигательный аппарат, сердечнососудистую и дыхательную системы. В зависимости от задач, уровня физической подготовленности и контингента занимающихся, их может быть от 1 до 6 в одном занятии. Достичь такого рода пиков можно различными способами.

В третьей части занятия преимущественно выполняются упражнения на расслабление: дыхательные, а также упражнения сочетающие напряжение и расслабление.

Основной задачей заключительной части является выведение организма из состояния повышенной двигательной активности и подготовка его к последующей деятельности. При выполнении упражнений необходимо акцентировать внимание на увеличение дыхательных движений и предусмотреть ряд упражнений, выполняемых с закрытыми глазами, что способствует большей концентрации внимания, улучшению ориентации в пространстве, координации движений, поможет снять излишнее напряжение.

Роль ритмической гимнастики в учебно-тренировочном процессе девушек-дзюдоисток, студенток ВУЗа, является уместным в силу специфики благоприятного избирательного

влияния на формирующийся организм. Кроме этого, наличие музыкального сопровождения создает благоприятные психологические условия, что в свою очередь снижает морально-волевое напряжение. Что в свою очередь повышает эффект как отдельного тренировочного занятия, так и всего процесса. Творческий потенциал спортсмена имеет важное значение для дальнейшего совершенствования его технико-тактического мастерства.

Список литературы

1. Свищев, И.Д. Компоненты моторно-двигательного интеллекта дзюдоиста / И.Д. Свищев // Спортивный психолог. – 2012. – № 2 (26). – С. 62–66.
2. Бернштейн, Н.А. Очерки по физиологии движений и физиологии активности. – М., 1966.
3. Багадирова, С.К. Организация психологического сопровождения в спорте (на примере команды дзюдоистов) / С.К. Багадирова // Теоретические и прикладные проблемы психологии личности: Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции, г. Пенза, 2010 г. – Пенза, 2010. – С. 105–107.

УДК: 796

Комолкин А.Ю. – студент (komolkin.andrey@gmail.com), СГУ, г. Сочи, Россия

Оценка эффективности физической реабилитации пловцов-ветеранов в переходный период

Аннотация. Индивидуально разработанная программа интенсивной реабилитации оказалась весьма эффективным средством восстановления состояния здоровья пловцов-ветеранов, характеризовалась положительной динамикой при измерении силы и выносливости спортсмена.

Ключевые слова: пловцы-ветераны, эффективность физической реабилитации.

Komolkin A.Y. – student (komolkin.andrey@gmail.com), SSU, Sochi, Russia

Estimation to efficiency to physical rehabilitation swimmer-veteran at connecting period

Abstract. Individually designed program to intensive rehabilitation turned out to be the more efficient facility of the recovering the picture of health swimmer-veteran, was characterized by the positive track record at measurement of power and endurance of the athlete.

Keywords: swimmer-veterans, efficiency to physical rehabilitation.

Актуальность. На практике известно, что спортсмены, достигшие высокой квалификации, вынужденные бороться с предельными физическими и психоэмоциональными нагрузками, в той или иной мере обременены заболеваниями нетравматического характера, требующими серьезных реабилитационных мероприятий.

В этой связи, целью настоящей работы стала оценка состояния здоровья пловцов, завершивших свою профессиональную карьеру – пловцов-ветеранов, продолжающих активно заниматься спортом.

Методы, организация исследований. При выявлении патологии и/или каких-либо функциональных нарушений в состоянии их здоровья, мы апробировали самые современные способы физической реабилитации, хорошо зарекомендовавшие себя в период подготовки и проведения XXII зимних Олимпийских игр 2014 года в г. Сочи.

В своей работе мы решали следующие задачи: 1. Оценка силы и выносливости спортсменов до и после реабилитационных действий, исследуя физические характеристики мышц верхнего плечевого пояса, таза и бёдер. 2. Оценка эффективности технологий физической реабилитации, утверждённых Федеральным медико-биологическим агентством (ФМБА России). 3. На основании полученных данных адаптировать данную технологию и

протокол реабилитационных действий для работы с пловцами-ветеранами в переходный период.

Настоящее исследование выполнено по материалам анализа медицинских карт профессиональных спортсменов из числа первых и вторых сборных команд России, региональных и муниципальных сборных на базе Отдела инновационных биомедицинских технологий (зав., профессор А.А. Лубяко) ФГБУ Научно-исследовательский центр курортологии и реабилитации ФМБА России (директор – А.Ф. Хечумян).

Всего было проанализировано 182 медицинские карты спортсменов высшей квалификации, из них: мастеров спорта международного класса – 24 человека, мастеров спорта – 29 человек, кандидатов в мастера спорта – 40 человек. Мужчин – 152 человека, женщин – 30 человек в возрасте от 21 до 54 лет. Сборных команд России – 2. Из их числа курс физической реабилитации получили 30 человек (велосипедисты, борцы, пловцы).

С их участием выполнены дополнительные исследования по количественной оценке силы и выносливости отдельных групп мышц методом динамометрии на аппаратно-программном комплексе (АПК) КОБС (координация, сила, баланс) до и после исполнения реабилитационных действий.

Всего было выполнено 2160 измерений с общей нагрузкой в 320 тыс. ньютонов, что равно работе, затраченной на перемещение приблизительно 20 тонн груза на один метр за 600 секунд. Для диагностики функционального состояния (ФС) спортсменов ориентировались на показания АПК «АМСАТ-КОВЕРТ™», в основу которого положен принцип дифференциальной импедансометрии и, в связи с коротким сроком процедуры обследования (5 минут), позволяющим быстро оценить не только ФС основных жизненно важных систем и органов, но и функциональный резерв всего организма (ФРО).

Результаты исследования. В результате было подтверждено, что спортсмены, достигшие квалификации КМС, МС, МСМК, в той или иной мере обременены патологией (предпатологией) нетравматического характера, требующей реабилитационных действий (пороговые состояния), где в основном страдают: сердечнососудистая система (44,5 %), выделительная и центральная нервная системы (31,68 %), дыхательная (15,08 %), реже – иммунная и кроветворная (12,08 %). При этом, их ФРО, как правило, находится на уровне «перетренированности», составляя 59–64 % при $N_{\text{ФРО}}=50-54$ %, где риск энергетического истощения и возможных осложнений в состоянии здоровья 55–59 %.

По результатам исследования стало также очевидным, что реабилитационные действия возвращали ФРО в рамки референтных значений. Именно тогда сила различных групп мышц (верхнего плечевого пояса и груди, тазобедренных мышц и приводящих мышц бёдер), увеличивалась на 50, 100 и 150 ньютонов соответственно. Если нет – показатели силы и выносливости, как правило, падали.

Обсуждение полученных результатов со спортсменами и тренерами помогло улучшить индивидуальные показатели при подготовке спортсменов к соревнованиям.

Таким образом, можно с уверенностью говорить о том, что такой интегральный показатель как ФРО, регистрируемый методом дифференциальной импедансометрии (топической донологической скрининговой диагностики), вполне состоятелен для разработки индивидуальных программ физической реабилитации и оценки эффективности реабилитационных мероприятий.

Полученные результаты подтвердили это заключение. Интенсивные реабилитационные мероприятия, подобранные индивидуально и носившие комплексный характер, убедительно показали: за 2–3 дня ФРО увеличивается с 21,37 % (усталость) до 52,47 % ($N_{\text{ФРО}}=50-54$ %).

В абсолютных цифрах, из общего числа спортсменов (30 человек), получивших восстановительную терапию, все 30 человек продолжили спортивную жизнь с диагнозом «Практически здоров», а спортивный результат вырос на 6–10 %.

Это лишний раз подтвердило изначальную концепцию в работе с профессиональными спортсменами высшей квалификации: здоровый спортсмен всегда сможет показать свой наилучший результат.

Выводы. Индивидуально разработанная программа интенсивной реабилитации оказалась весьма эффективным средством восстановления состояния здоровья до уровня «Практически здоров», характеризовалась положительной динамикой при измерении силы и выносливости спортсмена.

Список литературы

1. Лубяко, А.А. Реабилитация и оздоровительное лечение высококвалифицированных спортсменов зимних видов спорта: Методические рекомендации / А.А. Лубяко, К.П. Скипина, Д.В. Волков и др. – М.: 2012. – 23 с.
2. Лубяко, А.А. Применение способа мобилизации резервных возможностей организма человека в условиях повышенных физических и психологических нагрузок путём ингаляции сверхмалых доз биологически активных веществ животного происхождения: Методические рекомендации / А.А. Лубяко, А.С. Тямбина, В.В. Петрушевская и др. – М.: 2012. – 24 с.
3. Остапишин, В.Д. Эффективность современных методов реабилитации лётного состава в условиях военного санатория: Дис. ... канд. мед. наук / В.Д. Остапишин. – М.: 1996. – 93 с.
4. Хавинсон, В.Х. Метод повышения резервных возможностей организма спортсменов высокой квалификации / В.Х. Хавинсон, И.А. Винер, С.В. Трофимова и др. // International journal of Immuno rehabilitation. – 2010. – № 1. – С. 32–35.
5. Панкова, А.Б. Комплексная оценка состояния здоровья, функциональных резервов организма и эффективности их восстановления у военнослужащих / А.Б. Панкова, А.И. Труханов, А.Т. Быков, и др. // Вестник восстановительной медицины.– 2006. – №1(15). – С. 43–53.
6. Лубяко, А.А. Актуальные проблемы профилактики, реабилитации и восстановительного лечения лиц, работающих в экстремальных условиях / Актуальные проблемы диагностики, профилактики и лечения профессионально обусловленных заболеваний: Материалы III Всероссийской научно-практической конференции, г. Сочи, 15–16 октября 2015 г. – Сочи, 2015. – С. 49–53.
7. Курьянов, М.А. Программы санаторно-курортной помощи: в помощь практическому врачу / М.А. Курьянов, Ч.С. Борисевич. – Сочи, 2009. С. 6–82.
8. Приложение к Приказу Министерства здравоохранения и социального развития РФ №3 /156 от 09.03.2007г.

УДК: 338:796

Круглова Ю.В. – ст. преподаватель (kruglova@mesi.ru), РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия; Кулезнев В.Н. – профессор (kuleznev-fv@rambler.ru); Реутова Ю.И. – студентка (j-reutova96@yandex.ru); Латкина А.О. – студентка (latkina_97@bk.ru), ЮЗГУ, г. Курск, Россия

Состояние финансово-экономических отношений в условиях текущего кризиса в преддверии ЧМ по футболу

Аннотация: Текущее состояние экономики и затянувшийся кризис значительно ухудшают состояние отечественного футбола.

Ключевые слова: российский футбол, футбольные клубы, финансирование, экономика, кризис.

Kruglova Y.V. – senior lecturer (kruglova@mesi.ru); Kuleznev V.N. – Professor (kuleznev-fv@rambler.ru); Reutova Y.I. – student (j-reutova96@yandex.ru); Latkina A.O. – student (latkina_97@bk.ru), SWSU, Kursk, Russia

Condition of financial and economic relations in the context of the current crisis on the eve of the World Cup

Abstract. The current state of the economy and the protracted crisis significantly improve the condition of the national football.

Keywords: Russian football, football clubs, finance, economy, crisis.

Российский футбол, как и мировой на пороге очередной революции. Стало известно, что Госдума разработает законопроект о запрете тратить средства госкомпаний на приобретение иностранных футболистов. «Мы приняли решение, Госдума будет вносить проект закона о профессиональном спорте, чтобы госмонополии не могли тратить деньги на покупку иностранных игроков. А приоритет – фармклубы, детские клубы», – заявил министр спорта Виталий Мутко. Данные меры связаны с общим кризисом, в особенности с состоянием банковской системы. Многие банки являлись спонсорами различных клубов, в последнее время Центробанк отзывает все больше и больше лицензий у банков, как следствие, их количество постепенно снижается, а значит, появляются серьезные проблемы с финансированием спортивной сферы [6].

В соответствии с данными Банка РФ по состоянию на 01.01.2016 года количество коммерческих банков и не банковских организаций в России составляет – 733, данных Банка России по величине зарегистрированного уставного капитала пока ещё нет. А по состоянию на 01.01.2015 года количество коммерческих банков и не банковских организаций в России составляло – 834, из них только – 419 (50,24 %) можно твердо отнести к крупным и соответствующим требованиям по величине уставного капитала (табл. 1).

Статистика по количеству банков за два последних года говорит о том, что сокращение банков ускорилося. А именно на 01.01.2014 год и 01.01.2015 год, данные отражают темп сокращения банков, который увеличился в 2,7 раза (89 за 2014 г. / 33 за 2013 г.), и статистика на 01.01.2015 и 01.01.2016 г. тоже даёт ускорение в 1,1 раза (101 за 2015 / 89 за 2014) [7].

С резким заявлением относительно политики ЦБ по регулированию выступил советник президента Сергей Глазьев. Он утверждает, что Сбербанк самоустранился от функции регулятора национальной валюты, этого мнения придерживаются и другие экономисты.

Сложившуюся ситуацию с финансированием усугубили допинг-скандалы, в которых на сегодняшний день замечены уже 10 российских спортсменов. Появившаяся информация в прессе о положительных пробах у сборной команды по футболу опровергнута. Однако в футболе отмечен положительный случай у защитника «Фенербахче» и сборной Турции Гекхан Генюл, который провалил тест на допинг. Сообщается, что проба была взята у капитана стамбульской команды после игры против «Бешикташа» (2:0) в 23 туре чемпионата Турции. Футболисту грозит дисквалификация на срок до двух лет.

Таблица 1

Динамика общего количества действующих банков России в разрезе Федеральных округов, за последние 9 лет

Кол-во действующих банков и не банковских КО РФ	01.01 2008 г.	01.01 2009 г.	01.01 2010 г.	01.01 2011 г.	01.01 2012 г.	01.01 2013 г.	01.01 2014 г.	01.01 2015 г.	01.01 2016 г.
ЦФО	632	621	598	585	572	564	547	504	434
г. Москва	555	543	522	514	502	494	489	450	383
Северо-Западный ФО	81	79	75	71	69	70	70	64	60
Южный ФО	118	115	113	47	45	46	46	43	37
Северо-Кавказский ФО	-	-	-	57	56	50	43	28	22
Приволжский ФО	134	131	125	118	111	106	102	92	85
Уральский ФО	63	58	54	51	45	44	42	35	32
Сибирский ФО	68	68	62	56	54	53	51	44	41
Дальневосточный ФО	40	36	31	27	26	23	22	22	17
Итого по РФ	1 136	1 108	1 058	1 012	978	956	923	834	733

Врач ФК «Спартак» заявил, что они отмониторили тему относительно применения мельдония еще осенью прошлого года, приняли меры по изъятию запрещенного препарата из употребления. По мнению разработчика мельдония, данный препарат внесен в список запрещенных по финансово-экономическим соображениям. И действительно, от запрета данного препарата выиграют фармацевтические фирмы, так как в США аналоги мельдония стоят в три раза дороже, что в значительной степени скажется на бюджете команд [8].

Подобные явления, а именно факты использования допинга спортсменами, оказывают серьезное негативное влияние на финансовое положение клубов, так как спонсоры разрывают ранее заключенные контракты. Примером может послужить отказ компании «Nike» от сотрудничества с Марией Шараповой, которая сообщила об употреблении мельдония.

После негативных последствий руководство вынуждено искать замену убывшим спонсорам. РФС в ближайшие дни планируется подписать два спонсорских контракта, и до трети полученных средств направят на развитие женского футбола. «Мы подписали спонсорский контракт с «НОВАТЭКом». Это не административный ресурс, это крупная компания, и она сама решает, куда ей идти. Следующие контракты мы подпишем с банком и организацией, которая занимается лотерейным бизнесом», – пояснил Мутко.

Данное заявление дает понять, что бюджетная система будет структурирована в пользу женского футбола. Также средства от контрактов пойдут на развитие детско-юношеского футбола, а общий объем финансирования составит 100 млн руб. Министр спорта напомнил, что ко времени его избрания президентом РФС задолженность союза составляла 2,2 млрд руб., сейчас – 1,2 млрд руб.

На данный момент ведутся переговоры с владельцем сети «Магнит» Сергеем Галицким об оказании спонсорской помощи краснодарскому женскому футбольному клубу «Кубаночка». Стоит отметить, что в чемпионате России «Кубаночка» занимает пятое место после 20 матчей [5].

Финансовые проблемы отдельных футбольных клубов оказывают значительное влияние на весь Российский футбольный союз в целом. Для решения сложившихся финансовых проблем РФС было предпринято следующее действие: горно-металлургическая компания «Норильский никель» стала официальным партнером Российского футбольного союза и сборной России по футболу, сообщает РФС. Спонсорский контракт с «Норникелем» был подписан 3 сентября на стадионе «Арена Химки» в Московской области.

Соглашение рассчитано на 4 года. Подписи под документом в присутствии президента РФС Виталия Мутко поставили генеральный директор РФС Александр Алаев и вице-президент российской компании Лариса Зелькова. Согласно договору, «Норильский никель» стал официальным партнером РФС и сборной России и получит статус эксклюзивного партнера РФС в категории «Металлургия» [4].

Существующие регламенты УЕФА и ФИФА предполагают выполнение их внутренних и внешних мероприятий, несоблюдение которых влечет за собой наложение санкций на конкретные клубы и федерации. Как пример может послужить ситуация в розыгрыше кубка Греции между командами «ΠΑΟΚ» и «Олимпиакос». Данная ситуация может продемонстрировать худший вариант развития событий в нашей стране, так как у нас есть внутренние финансовые проблемы, к которым могут добавиться еще и внешние.

ФИФА обвинила греческое правительство во вмешательстве в работу Федерации футбола Греции. Власти страны запретили проведение Кубка из-за столкновений болельщиков. «Кубок должен быть доигран. Есть много других мер борьбы с драками. К примеру, матчи с пустыми трибунами или на нейтральном поле. Мы дадим еще время министерству, чтобы решение было изменено. Но я боюсь, что этого не произойдет», – заявил глава делегации ФИФА Костакис Куцукумнис.

Таким образом, влияние экономического кризиса и санкций на финансово-экономические отношения в отечественном футболе сопряжено с рядом факторов, оказывающих негативное влияние на состояние всей футбольной индустрии и ее внутренней структуры в преддверии ЧМ по футболу. При этом руководство федерации заставляет изыскивать необходимые ресурсы для погашения материальных затрат, снижения или полного

устранения того негативного влияния, которое имеет место быть в настоящее время.

Список литературы

6. Галкин, В.В. Экономика спорта и спортивный бизнес: Учебное пособие / В.В. Галкин. – Москва, 2005 – 253 с.
7. Починкин, А.В. История физической культуры и спорта: Учебное пособие / А.В. Починкин. – Малаховка, 2004. – 312 с.
8. Починкин, А.В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта: Учебное пособие / А.В. Починкин. – Малаховка, 2005.
9. Кулезнев, В.Н. Финансово-экономические отношения в области физической культуры, спорта и туризма России, детерминированные кризисом и санкциями: Материалы Международной научно-практической конференции / В.Н. Кулезнев, А.О. Латкина, Ю.И. Реутова, В.Н. Харланова. – Сочи-РИЦ ФГБОУ ВПО «СГУ», 2015. – 331 с.
10. VERSIA.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.versia.ru (Дата обращения 23.04.2016).
11. БЮДЖЕТ.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.bujet.ru (Дата обращения 23.04.2016).
12. KOMMERSANT.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.kommersant.ru (Дата обращения 23.04.2016).
13. EURO-FOOTBALL.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: euro-football.ru (Дата обращения 23.04.2016).

УДК: 62

Максимов А.А. – студент (Simbiroks@yandex.ru и), СГУ, г. Сочи, Россия

Перспективы использования отработанного масла

Аннотация. В данной статье проанализированы перспективы использования отработанного автомобильного масла. Рассчитаны технологии регенерации отработанного масла.

Ключевые слова: отработанное автомобильное масло, регенерация.

Maksimov A.A. – student (Simbiroks@yandex.ru и), SSU, Sochi, Russia

Prospects of the use the perfected butter

Abstract. In given article are analysed prospects of the use perfected car butter. Calculated technology to regenerations of the perfected butter.

Keywords: perfected car butter, regeneration.

Введение. Учитывая бурный рост автомобилизации по всему миру, остро встает вопрос о защите окружающей среды от продуктов сгорания топлива и захоронения отходов, не поддающихся переработке и вторичному использованию. Одним из таких продуктов являются моторные масла.

Ежегодно в мире потребляется около 50 млн. тонн моторных масел. Как это ни прискорбно, но только четверть из них используются повторно, подвергаются утилизации или хотя бы сжигается. Остальное сливается в водоемы, почву, канализацию, распыляется в атмосфере. Это огромная экологическая проблема, касающаяся каждого из нас. Ведь попадая в окружающую среду отработанные масла (трансмиссионные, моторные, гидравлические, индустриальные и т.д.) представляют большую опасность для здоровья человека.

Потребление смазочных масел в России составляет около 8 млн. тонн в год. Только 4 % от этого количества перерабатывается и регенерируется экологически безопасным способом. Остальное в лучшем случае сжигается, в худшем – просто выливается в окружающую среду.

Цель работы – определить возможные пути решения проблемы использования отработанного масла.

Результаты исследования. Одним из способов использования отработанного масла является использование его в качестве топлива. Такой метод является довольно дешевым и не вредным для экологии. Однако, если подходить к нему с точки зрения исчерпаемости ресурсов, то он не является весьма рациональным.

Другим методом является регенерация. Регенерация – самый предпочтительный для окружающей среды способ утилизации отработанного масла. Это такой вид обработки, при котором из отработанного масла удаляются все загрязнители. Результат регенерации используют для производства того же самого масла. Это позволяет продлить срок годности смазки до бесконечности. Такой способ помогает экономить сырье, а также является экологически безопасным.

Использование масла в качестве топлива. Отработанное масло – прекрасное высококалорийное топливо. В мире существует множество компаний, производящих отопительное оборудование на отработанных маслах (воздухонагреватели, котлы).

Масляная печь – отопительный прибор на тяжелом, плохо горящем и сильно загрязненном топливе сложного состава. Чтобы оно сгорело полностью, его тяжелые компоненты нужно расщепить на более легкие; окислить все, что есть в масле, кислороду не по зубам. Дожечь полностью то, что уже расщепилось – задача попроще. Процесс расщепления называется пиролизом, или пламенным расщеплением. В конечном итоге для пиролиза используется теплота сгорания самого топлива; это процесс самоподдерживающийся и саморегулирующийся, и это очень хорошо. Но для начала пиролиза топливо нужно испарить, а пары нагреть до некой стартовой температуры (300–400 градусов), после которой пиролиз пойдет по нарастающей, и сгорит все.

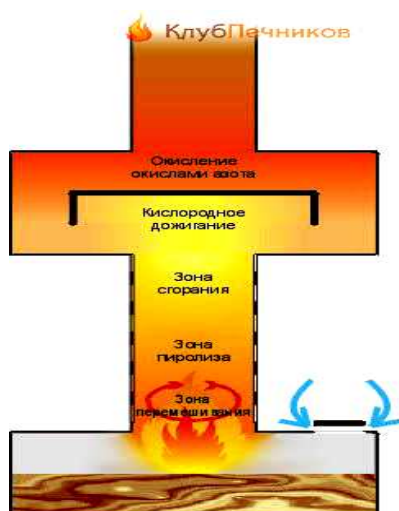


Рис. 1. Принцип работы печи на отработанном масле

По первому способу масло в резервуаре просто поджигают. Оно разогревается и начинает испаряться, а дальше все происходит в простой вертикальной трубе с расширениями и, возможно, с изгибами. Принципиальная схема устройства такой печи показана на рисунке.

Воздух в резервуар с горящим маслом поступает через его горловину с дроссельной заслонкой; с ее помощью регулируют силу горения, т.е. тепловую мощность печи, не нарушая режима сгорания. Чтобы это было возможно, газозодушная смесь должна непрерывно, по ходу трубы, перемешиваться.

Также в камеру сгорания, в которую переходит резервуар, необходим практически свободный приток воздуха – печь нормально работает при избытке кислорода. Поэтому камера сгорания дырчатая. Колпак к камере дожигания (расширение над камерой сгорания) не обязательно должен быть колпаком, как на схеме. Это может быть и неполная перегородка при разном выходе камеры сгорания с дымоходом по горизонтали. Но разделить зону кислородного дожигания и окисно-азотного, и организовать соответствующий скачок температур между ними, совершенно необходимо, иначе еще слишком горячий кислород

отнимет «пищу» у окислов азота, а те тем временем остынут до ямы на фазовой диаграмме и уйдут в трубу во всей своей вредоносности.

Технология регенерации моторных масел. Первый этап включает в себя грубую очистку от воды и продуктов износа деталей двигателя автомобиля. Происходит это так: масло нагревается до рабочей температуры (100–120 градусов Цельсия) и поступает в центрифугу. Там под действием температуры из масла выпаривается вода а, под действием центробежных сил от масла отделяются крупные частицы продуктов износа двигателя и сажа.

Второй этап включает химическую очистку. Так как под воздействием автомобильных топлив и продуктов его горения меняется химический состав масла, то необходимо отделить эти элементы. Проводится это перемешиванием горячего масла с жидким стеклом (силикат натрия $\text{Na}_2\text{O}(\text{SiO}_2)_n$ или калия $\text{K}_2\text{O}(\text{SiO}_2)_n$) в течение 20–30 минут. В конце процедуры жидкое стекло, впитав в себя остатки топлива и другие примеси, оседает на дно емкости осадком.

Третий этап включает тонкую очистку. Горячее масло под давлением подается в фильтр тонкой очистки. Таким фильтром может быть топливный фильтр инжекторного бензинового двигателя, который задерживает частицы менее 1 микрон. Обычный масляный фильтр задерживает частицы величиной около 10 микрон.

После этого этапа получается полностью очищенное масло.

На протяжении всех ступеней очистки должна поддерживаться постоянная температура масла – 100 градусов Цельсия. Это необходимо для обеспечения минимальной вязкости масла, а значит и минимальной сопротивляемости при прохождении фильтров.

Возможности использования регенерированного масла. Так как одной лишь очисткой и перегонкой масла не удастся вернуть все свойства моторного масла, есть несколько различных вариантов применения очищенных масел.

После очистки масло можно использовать как промышленное, так как к нему не предъявляется таких жестких требований как к моторному.

Чтобы улучшить свойства масла, в него можно добавить необходимый комплекс присадок, в зависимости от требований, предъявляемых к регенерированному маслу. Так, например, при добавке определенных присадок можно поднять уровень классности масла с SJ до SL по классификации API (Американский Институт Нефти). После этого масло можно использовать повторно по прямому назначению.

Экономическая выгода от регенерации масел. На сегодняшний день 10 литров жидкого стекла стоит 300–400 рублей. То есть, исходя из расчета, 1 литр жидкого стекла на 8 литров отработанного масла, получается, что, потратив вышеуказанную сумму можно очистить 80 литров отработанного масла.

Если данную технологию применить на каком-либо крупном автотранспортном предприятии, которое для обслуживания своего автопарка применяет однотипное масло, то эта технология может принести существенную выгоду. Это обуславливается тем, что отпадает надобность в подборе необходимого пакета присадок после каждого раза очистки масла- его можно вычислить после первой же очистки и использовать подобранную дозировку в дальнейшем.

Резюме. На данный момент исследования находятся на этапе подготовки эксперимента. Собирается установка для очистки масла, и ведутся поиски лабораторной базы для более точной отладки технологии регенерации. После доводки технологии и получения желаемого результата регенерации будут проводиться ресурсные испытания масла в естественных условиях эксплуатации автомобилей.

Используемая литература

1. Масляный фильтр для грузовых машин и оборудования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://promautosnab.ru/blog/11-maslyaniy-filtr> (Дата обращения 06.03.2016).
2. Утилизация отходов синтетических и минеральных масел [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecobrain.ru/othodi/utilization-of-sintetic-materials> (Дата обращения 06.03.2016).
3. Регенерация масла [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://aviaciaportal.ru/regeneracija-masla-zhidkim-steklom/> (Дата обращения 06.03.2016)

4. Регенерация отработанного масла [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.termoport.ru/forum29/thread1539.html> (Дата обращения 06.03.2016).
5. Печь на отработке – как работает, схемы, изготовление, усовершенствования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://clubpechnikov.ru/pech-na-otrabotke/> (Дата обращения 06.03.2016).

УДК: 796.034.2

Нестеренко А.Г. – студент; Соловьёва Е.В. – к.п.н. (soloviovaev@yandex.ru), СГПИ филиал в г. Ессентуки, Россия

Методика проведения занятий по корригирующей гимнастике при нарушениях осанки

Аннотация: автор рассматривает проблемы детей, обладающих нарушениями осанки, т.к. занятия корригирующей гимнастикой повышают и нормализуют течения нервных процессов, улучшает эмоциональный тонус ребенка, увеличивает сопротивляемость организма; активизирует обменные процессы мышц туловища; образует мышечный корсет позвоночника; исправляет дефекты осанки; фиксирует и формирует правильную осанку.

Ключевые слова: корригирующая гимнастика, осанка, нарушение осанки, фитбол – гимнастика.

Nesterenko A.G. – student; Solov'eva E.V. – Ph.D. (soloviovaev@yandex.ru), SGPI, Yessentuki, Russia

Methods of classes in corrective gymnastics in postural disorders

Abstract. The author examines the problems of children with impaired posture, because the classes of corrective gymnastics increase and normalize the flow of nerve processes, improves emotional tone of the child, increases the body's resistance; activates metabolic processes in the muscles of the body; forms a muscular corset of a spine; corrects postural defects; records and forms the correct posture

Keywords: corrective exercises, posture, postural disorder, fitball – gymnastics.

Актуальность. Нарушение осанки – самое известное заболевание опорно-двигательного аппарата у детей. По некоторым данным, число детей с нарушениями осанки составляет 30–60 % [1, с. 19].

Осанка – это положение тела стоящего человека, которое он принимает без излишнего мышечного напряжения. Правильное положение тела – это поставленная прямо голова, плечи отведены назад и расположены на одном уровне, грудная клетка свободно развернута, живот подобран, в пояснице небольшой изгиб вперед. На негативное воздействие формирования осанки влияют: условия окружающей среды, социальные и гигиенические факторы, долгое пребывание в неправильном положении, малоподвижный образ жизни.

Нарушение осанки – не является заболеванием, это состояние, которое при вовремя начатых мерах не развивается, и будет являться обратимым процессом. Нарушение осанки может вызвать понижение подвижности грудной клетки, падению рессорной функции позвоночника, что в итоге может перейти к хроническим заболеваниям. Для исправления дефектов осанки принимают меры: режим дня, питание, соблюдение личной гигиены, регулярные занятия спортом [2, с. 39].

Корригирующая гимнастика показана всем детям, обладающим нарушениями осанки, т.к. занятия корригирующей гимнастикой повышают и нормализуют течения нервных процессов, улучшает эмоциональный тонус ребенка, увеличивает сопротивляемость организма; активизирует обменные процессы мышц туловища; образует мышечный корсет

позвоночника; исправляет дефекты осанки; фиксирует и формирует правильную осанку [4, с. 26].

Занятия по гимнастике необходимо выполнять ежедневно, желательно два раза в сутки: утром и вечером. Это может быть утренняя гимнастика, в которую входят три-пять корригирующих упражнений. Упражнения проводятся в виде комплексов, которые проходят в установленном порядке и выполняются определенное количество раз. Каждая тренировка составляет от пятнадцати до тридцати минут. В комплекс упражнений входят помимо специальных корригирующих упражнений – общеразвивающие упражнения.

Регулярная физическая нагрузка развивает привычную активную осанку, которая удерживается только при постоянно поддерживаемой тренировке мышц и связок.

На занятиях с детьми, имеющих дефекты осанки, следует соблюдать два необходимых условия. 1. наличие гладкой стены без плинтуса, что предоставляет ребенку, встать спиной к стене, принять правильную осанку где должно присутствовать пять точек соприкосновений: затылок, лопатки, ягодицы, икроножные мышцы, пятки и 2. в спортзале должно быть большое зеркало, чтобы ребенок видел себя в полный рост, развивал и фиксировал образ правильной осанки [5, с. 7].

Фитбол-гимнастика – это современная форма занятий по физическому развитию и коррекции осанки у детей, связанная с занятиями на больших упругих мячах. Диаметр мяча зависит от возраста и роста занимающихся. Для исправления дефектов осанки, в лечебной и профилактической целях, используется менее упругий фитбол. Благодаря шаровидной форме, неправильно сидеть на мяче невозможно, в связи с тем, что теряется равновесие и баланс, что уже способствует закреплению навыка правильной осанки.

В ходе проведения тренировки на фитболе нагрузку получает большинство групп мышц. Форма мяча дает возможность выполнять элементы с большей амплитудой, что способствует развитию координации движения, а благодаря неустойчивости мяча мышцы непрерывно находятся в тонусе. Из чего следует, что во время тренировки фитбол-гимнастикой задействованы те группы мышц, которым обычно не уделяют должного внимания. Благодаря сочетанию корригирующих упражнений, которые направлены на тренировку мышц, с постоянной балансировкой на мяче улучшается кровообращение и обмен веществ [3, с. 9].

Инструкторы по фитнесу советуют пользоваться фитболом в домашних условиях. Мяч можно использовать взамен кресла или стула, при работе за компьютером, для чтения или просмотра кино. Роль фитбол-гимнастики очень важна в решении проблем исправлении дефектов осанки у детей, ведь детский позвоночник гибок и покладист, ведь еще не произошел процесс окостенения [6].

Методы, организация исследований. На основе анализа литературных источников по теме исследования были составлены различные комплексы упражнений: при сутулости, круглой спине, кругло-вогнутой, плоской и плоско-вогнутой спине, упражнения для мышц спины и живота.

В январе – марте 2016 г. проводилось педагогическое исследование на базе МКОУ СОШ № 10 г. Ессентуки. В исследовании приняли участие 28 школьников 7 класса. Школьники, занимались на уроках корригирующей гимнастикой по разработанным комплексам упражнений.

Для оценки состояния позвоночника использовался тест. Основным приемом для выявления нарушений осанки являлся осмотр туловища при медленном наклоне вперед.

При осмотре был важен правильный наклон: голова опущена, подбородок прижат к груди, прямые ноги, руки свободно опущены. Осмотр спины проходил со стороны головы, и сзади. Асимметрия частей туловища при наклоне, поворот плечевого пояса, одна рука опущена ниже другой, выступающие ребра на одной из сторон позвоночника – признаки нарушений осанки. В начале и по окончании исследования было проведено тестирование уровня нарушения осанки

Результаты исследования. В начале исследования из 28 тестируемых школьников 9 выявлено с нормальной осанкой, 14 с незначительными нарушениями осанки, 5 школьников с выраженными нарушениями.

По окончании исследования детей с нормальной осанкой стало 15, с незначительными нарушениями 8 человек. С выраженными нарушениями количество школьников не изменилось т.к. коррекция значительных отклонений в нарушении осанки требует более длительного времени.

Выводы. Результаты исследования подтверждают эффективность занятий корригирующей гимнастикой для детей с нарушениями осанки.

Список литературы

1. Кабак, С.Л. Актуальные проблемы современной медицины 2006: Материалы международной научной конференции студентов и молодых ученых, посвященных 85-летию БГМУ, в 2-х ч. Ч –2 / С.Л. Кабак, А.С. Леонтьук. – Мн.: БГМУ, 2006. – 290 с.
2. Калюжнова, И.А. Лечебная физическая культура / И.А. Калюжнова. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 349с.
3. Милюкова, И.В. Лечебная гимнастика при заболеваниях позвоночника / И.В. Милюкова, Т.А. Евдокимова. – СПб-б.: «Сова», 2003. – 144 с.
4. Мирская, Н.Б. Нарушения осанки, типичные ситуации / Н.Б. Мирская. – М.: Чистые пруды, 2005. – 30 с.
5. Фомин И.А., Филин В.Т. Возрастные основы физического воспитания / И.А. Фомин, В.Т. Филин. – М.: Физкультура и спорт, 2004 – 33 с.
6. Фитбол-аэробика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pigulka.ru/fitbol.php> (Дата обращения 11.11.2012).

Итоги работы Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Молодежь – науке – VII. Актуальные проблемы туризма, спорта и бизнеса»

В работе Всероссийской научно-практической конференции (20–22 апреля 2016 года, г. Сочи, ул. Пластунская, 94, корпус №2, ФТСиС СГУ) приняло участие более 165 человек (рис. 1–2). На пленарном и 4 секционных заседаниях сделано 52 доклада; отмечено дипломами лауреатов 32 выступавших.



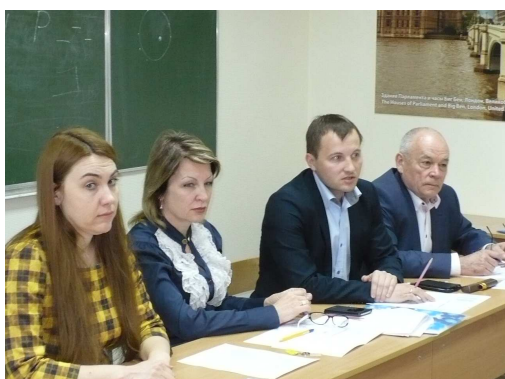
Рис. 1. Проведение пленарного заседания молодежной научно-практической конференции





**СЕКЦИЯ: «Теоретические
и прикладные аспекты
научного обеспечения
туристской деятельности»**

**Школа «Молодого
исследователя»**



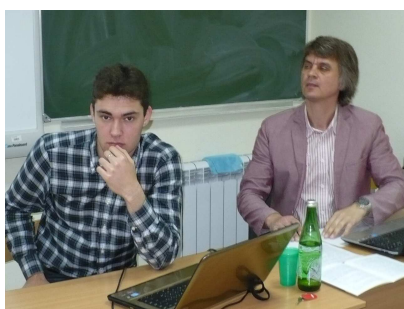
**СЕКЦИЯ: «Развитие
индустрии гостеприимства»,
«Питание в обеспечении
здорового образа жизни»**



Рис. 2. Проведение секционных заседаний молодежной научно-практической конференции



СЕКЦИЯ: «Исследования в области технического и транспортного сервиса»



СЕКЦИЯ: «Научно-методические проблемы физической культуры, спорта и адаптивной физической культуры»



Экскурсионная программа





Научное издание

**МОЛОДЕЖЬ-НАУКЕ – VII.
Актуальные проблемы туризма,
спорта и бизнеса**

Материалы

Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов
и молодых ученых, г. Сочи, 20–22 апреля 2016 года

Ответственный за выпуск: к.п.н., доц. К.Г. Томилин

Статьи печатаются в авторской редакции

Подписано в печать 07.05.2016.

Формат 29,7 × 42/4. Бумага офсетная.

Печать трафаретная. Гарнитура Times New Roman.

Уч.-изд. л. 23,66. Усл. печ. л. 16,79.

Тираж 100 экз.

Редакционно-издательский центр ФГБОУ ВПО «СГУ»

354003, г. Сочи, ул. Пластунская, 94. Тел. 268-25-73.

Отпечатано с готового оригинал-макета в типографии РИЦ ФГБОУ ВПО «СГУ».

354003, г. Сочи, ул. Пластунская, 94.