

ных отношений человека и животного. Реабилитационная функция. Контакты с животными являются дополнительным каналом взаимодействия личности с окружающим миром, способствующим как психической, так и социальной ее реабилитации. Функция удовлетворения потребности в компетентности. Функция самореализации. Эта функция выполняется путем выработки умения быть значимым для других. Функция общения. Общение с лошадью на языке эмоций исключает боязнь ребенка показаться смешным, неловким, что характерно для человеческого общения.» [4, 5].

Большая численность лошадей в нашей стране, разнообразие пород, наличие большого количества конных заводов и ипподромов, конноспортивных школ и клубов, туристических баз создают возможности для развития экологического туризма в городах и сельской местности: конные прогулки, конные походы, иппотерапия, обучение верховой езде взрослых и детей, катание в санях и экипаже. Лечебная верховая езда предназначена для людей, нуждающихся в физической и духовной (включая психо-эмоциональную и личностную) реабилитации, так как это многофункциональный метод, оказывающий комплексное позитивное воздействие не только на физический статус человека, но и его духовное состояние, способствующий максимальной мобилизации волевой деятельности, социализации, а также формированию более гармоничных отношений с окружающим миром.

Применение лошадей в качестве транспорта во время экологического туризма, обусловлено несравнимым атмосферным комплексом ощущений, чем при передвижении на современных видах транспорта.

Список использованных источников

1. Кусков, А.С. Экотуристские ресурсы территорий: проблемы концептуального анализа, оценки и использования / А.С. Кусков, Е.И. Арсеньева, Н.В. Феоктистова // Сборник науч. тр. по итогам Всерос. Науч.–практ. Конф. «Современный город: социокультурные и экономические перспективы». – Саратов, 2004. – С.186–205.
2. Шульга, Ч. Белорусский экотуризм: проблемы и перспективы / Ч. Шульга // Родная природа. — 2003. — № 6. — С. 6–7.
3. Роберт, Н.С. Эффективная комплексная реабилитация пациентов с ограниченными возможностями на основе лечебной верховой езды и инвалидного конного спорта. М., – 2005. С. 153.
4. Бикнелл, Дж. Знакомьтесь: иппотерапия. Верховая езда как средство реабилитации детей–инвалидов: практическое руководство / Джоан Бикнелл, Хелен Хенн, Джун Вебб // Пер. с англ. – Москва: Аквариум, 1995. – 276 с.
5. Полежаева, А.Б. Иппотерапия: путь к здоровью: (Лечение верховой ездой) / А.Б. Полежаева, Е.А. Зуева. – М.; Ростов–на–Дону: МарТ, 2003. – 155 с.

УДК 338.48

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВОДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА ПРИМЕРЕ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

*А.А. Янкулев, А.А. Артебякин, А.В. Загорский, 2 курс
Научный руководитель – А.Н. Яковлев, к.п.н., доцент
Полесский государственный университет*

Водные ресурсы задействуются в разных сферах, в том числе и в туризме. Водный туризм является одним из течений спортивного туризма, отличительной особенностью которого является передвижение по воде на плавательных средствах. Путешествия по воде могут иметь оттенок экстремального, рекреационного, познавательного, спортивного туризма и удовлетворять различные потребности туристов [3, с. 118–119].

Водный туризм имеет широкое распространение во всем мире. Потенциал для развития и расширения водного туризма в Брестской области довольно высок. Данный регион располагает пригодными для туризма водными объектами – 80 водных объектов, из них это 17 крупных озер и водохранилищ, 12 рек и каналов – и имеет возможности развития данного направления, как дополнительного источника поступлений и объектом привлечения зарубежных и отечественных туристов [2].

Одним из приоритетных направлений развития внутреннего туризма в Республике Беларусь является освоение водных объектов с целью рекреации. Природные условия Беларуси предполагают развитие на водных объектах оздоровительного, сельского, спортивного и экологического туризма, промысловых рекреационных занятий [1, с. 184]. Анализ особенностей туристского предложе-

ния Беларуси показывает, что перечень услуг водного туризма не соответствует в полной мере структуре спроса и ресурсному потенциалу природных комплексов. Это требует внедрения современных инновационных подходов к формированию и продвижению туристского продукта [1, с. 185].

Многообразие форм водных рекреационных занятий определяют их важнейшее место в рекреационно-ресурсном потенциале Беларуси [1, с. 183].

Оптимизация структуры рекреации в озерно-речных туристско-рекреационных системах с целью комплексного использования ресурсного потенциала водных объектов и максимального удовлетворения потребностей отдыхающих может быть основана на развитии сети водных маршрутов, создании условий для распространения активных форм отдыха на воде [1, с. 186].

Результаты исследований отображают необходимость дальнейшего развития и обустройства инфраструктуры зон отдыха на базе водных объектов, расширения ассортимента предлагаемых рекреационных занятий с учетом интересов различных групп населения, активизации рекламной кампании. [1, с. 187].

Завершение реконструкции и обустройства белорусской части Августовского канала позволяет реализовать проект «малого водного кольца», включающего р. Висла, Августовский канал и р. Неман.

В этой связи перспективным является проект «большого водного кольца» через Западный Буг, р. Мухавец, Днепровско-Бугский канал, р. Пину, р. Ясельду, Огинкий канал, р. Щару, р. Неман, Августовский канал и р. Висла, что связано с перспективным проектом д «из варяг в греки», который соединял Черное море с Балтийским по Березине, Днепру, Западной Двине и их притокам [1, с. 185].

Четыре года назад работники заказника «Прибужское Полесье» совместно со служащими границы прошли по белорусской части Западного Буга. Они отметили пригодные для туризма места (возможность сойти на берег и осуществить ночевку места). Однако все ограничилось только пробными турами – процесс согласования решения на пребывание в режимной зоне оказался довольно сложным [2].

Особенно привлекает заказник «Ольманские болота», в котором появилась портативная самоходная плавдача, крайне популярное плавсредство в Европе и Америке. Курсирует данный вид плавательного средства по «Полесской Амазонии» [2].

Более смелые планы строило предприятие «Днепробугводпуть».

Так, по его заказу в Пинске создавался первый в нашей стране круизный теплоход, представляющий собой трехпалубное судно. В автономное плавание продолжительностью до 5 суток может отправиться 28 человек. В прогулочном варианте может участвовать 56 туристов.

По планам лайнер будет курсировать от Бреста до Киева (по Припяти и Киевскому водохранилищу) с остановками по пути и привлечением туристов, таким образом, не только к местной истории и культуре, а также к вкусной белорусской кухне [2].

Развитие водных маршрутов неотделимо от развития прибрежной инфраструктуры. На данном этапе она развита незначительно. Например, в Пинском, Столинском и Лунинецком районах прибрежная инфраструктура представлена гидроузлами «Дубое», «Качановичи» и «Стахово» с зонами отдыха, паромными переправами «Дубое», «Стаховичи», «Домашницы» и «Коробье», речным вокзалом и пристанью прогулочного теплохода в Пинске. Реки Стыр, Горынь, Ясельда из разряда важных средств водных коммуникаций перешли в категорию водного ресурса для активного туризма, рекреации и рыбалки. К сожалению, вдоль этих рек расположено совсем незначительное количество агроусадеб, а имеющиеся агроусадыбы специализируются на пикниковом туризме, рекреации и рыбалке. Агроусадыбами и другими субъектами туризма достаточно редко предлагаются сплавы по рекам [3, с. 119].

Коммерческий спортивный туризм успешно функционирует в Польше, России, развивается в Минской и Гродненской областях. Однако в Беларуси при наличии отдельных предпринимателей и коммерческих структур ниша остается не занятой. Особенно это ощущается на Брестчине [2]. Например, в Бресте практически негде взять байдарку напрокат, а многое ведь зависит и от материальной базы. Туристические фирмы практически не предлагают сплавы по рекам. Хотя область перспективна, но предложений, как видим, очень мало. Ограничивает занятие водным туризмом коммерческим структурам и закон «Об охране и использовании животного мира», запрещающий сплав по рекам с 1 апреля по 1 июня. Разрешение на сплав в данный срок можно получить только в райисполкомах. Данная «бумажная» нагрузка – явный недочет. Кстати, в Европе такой запрет на безмоторные плавательные средства не распространяется.

Была утрачена традиция водного туризма, которая зародилась еще в польский период. Эта традиция была связана с деятельностью филиала польской туристической фирмы «Орбис», а также Пинского отделения Польского краеведческого общества, которые предлагали гостям водные путешествия по Пине, Ясельде, Огинскому каналу, Припяти, Горыни и Стыру [3, с. 119].

Для решения вышеуказанных проблем нужно выработать четкую и сбалансированную программу, в которой прописан механизм наполнения регулярных круизных маршрутов белорусскими и зарубежными туристами. Подобная задача может быть решена только на уровне национального туроператора, специализирующегося на водном туризме и поддерживающего активные деловые связи с подобными туроператорами в других странах мира [3, с. 120]. Для того чтобы привлечь и иностранного туриста к данному виду отдыха, усилий энтузиастов–одиночек мало. Это же, по сути, уже национальный турпродукт, который требует поддержки государства [2].

Таким образом, в Беларуси, в частности в Брестской области, имеется достаточное количество водных ресурсов, пригодных для развития данного направления. Единичные попытки создания водных маршрутов не могут популяризировать водный туризм и заполнить данную нишу.

На данном этапе имеются проблемы развития инфраструктуры, т.к. наличие лишь нетронутой природы не может завлечь иностранного туриста. Нехватка квалифицированных кадров в сфере, знающих не только специфику, но и владеющих языком, также отрицательно влияет на развитие водного туризма в стране.

Запрет на «весенние» сплавы, на наш взгляд, также является достаточно негативным фактором и требует пересмотра и ослабления данного ограничения.

Для развития водного туризма в Республике Беларусь необходимы поддержка государства и наличие туроператора, специализирующегося на данном виде туризма.

Список использованных источников

1. Кириенко, Е.Г. Конкурентоспособность туристского комплекса Республики Беларусь : монография / Е.Г. Кириенко [и др.] / М–во образования Респ. Беларусь, Частное УО «Ин–т предпринимательской деятельности». – Минск : БГПУ, 2010. – 279 с.

2. Портал газеты «Туризм и отдых» [Электронный ресурс] / Режим доступа:– <http://www.tio.by/novosti/Kak-budet-razvivatsya-vodnyj-turizm-na-Brestchine> – Дата доступа: 17.03.2016.

3. Хвагина, Т.А. Перспективы развития водных маршрутов в Припятском Полесье / Т.А. Хвагина // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: сборник трудов VIII международной научно–практической конференции, УО «Полесский государственный университет», г. Пинск, 17 октября 2014 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2014. – С. 118–120.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

УДК 33.338

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ

П.И. Барташевич, 4 курс

Научный руководитель – И.Ф. Скварнюк, м.э.н., старший преподаватель

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

В современном мире любое предприятие функционирует в условиях постоянно меняющихся факторов окружающей среды. Разработка эффективной стратегии и применение её на практике возможна лишь при понимании того, что предприятие является частью сложной, изменчивой среды, с которой оно находится в постоянном и непрерывном взаимодействии на протяжении всего своего существования. И только изучение процесса этого взаимодействия открывает перед предприятием возможности эффективно планировать свою деятельность в долгосрочной перспективе и своевременно и адекватно реагировать на изменения, происходящие во внешней маркетинговой среде.

Маркетинговая среда предприятия находится в постоянном развитии и формирует условия функционирования маркетинговой системы, что требует от неё гибкости и согласования стратегий и тактик со средой. Очевидные и конкретные изменения среды предприятие способно оценить и адекватно отреагировать на них, принимая соответствующие меры. В ситуациях, когда изменения в среде скрыты от предприятия, оценка их состояния возможна лишь по слабым сигналам.

Постоянный контроль за изменениями среды и своевременное поступление информации об этих изменениях позволит оградить компанию от потрясений, что послужит залогом её устойчивости и конкурентоспособности.

Наиболее распространёнными способами изучения маркетинговой среды являются: аудит, сканирование, диагностика, мониторинг.

Каждый из способов имеет свои особенности, но для выявления и распознавания слабых сигналов, поступающих из среды, наиболее подходит мониторинг. Его смысл заключается во всестороннем отслеживании изменений состояния маркетинговой среды и выявлении её отклонений, возможностей и угроз.

В процессе создания системы мониторинга маркетинговой среды решаются такие вопросы, как система показателей, которая обеспечит комплексное представление о маркетинговой среде; методы сбора информации и способы её обработки; программные средства обеспечения мониторинга; форма наглядного представления результатов мониторинга; способ совместимости мониторинга и методов анализа. [1, с.35]

В настоящее время Интернет становится наиболее распространённым и доступным источником информации о внешней среде и даёт возможности для продвижения предприятия, поиска потенциальных клиентов и совершения сделок.

Маркетинговая интернет-среда может рассматриваться как в качестве источника информации о состоянии факторов маркетинговой среды, так и в качестве самостоятельной среды, факторы которой обладают собственными показателями и характеристиками, которые учитываются при ведении бизнеса в сети Интернет.

Современные подходы к исследованию маркетинговой среды основываются на анализе информации, полученной в сети Интернет.

Определение роли Интернета в исследовании маркетинговой среды не ограничивается только рассмотрением его в качестве источника информации об изменениях, происходящих за пределами предприятия. Как отмечалось выше, Интернет может выступать в качестве самостоятельной среды.

Как самостоятельная среда Интернет включает в себя следующие факторы:

– демографический фактор. Так, согласно исследованиям Gemius – фирмы, занимающейся профессиональными маркетинговыми исследованиями в интернете, в 2014 году наблюдается рост интернет-аудитории Беларуси по сравнению с 2013 на 8,2%. Так же исследования показали, что огромное количество Белорусских пользователей (82,7%) используют Интернет каждый день.