

УДК 796/799 ББК 75.81

Даниленко А.В.
УО «БрГУ имени А.С. Пушкина», г. Брест, Республика Беларусь

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОТНОШЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ К АКТИВНОМУ ТУРИЗМУ И РЕКРЕАЦИИ

Аннотация. Даниленко А.В. Психологические особенности отношения студенческой молодежи к активному туризму и рекреации. Приоритетными направлениями государственного регулирования в сфере туризма в Республике Беларусь являются поддержка и развитие туристической индустрии, международного въездного и внутреннего туризма. Особую значимость для нашей страны имеют виды активного туризма, к которым относится разнообразный спектр рекреационно-познавательных, рекреационно-оздоровительных, рекреационно-спортивных путешествий и мероприятий, основанных на двигательной физической активности туристов. В работе мы исследовали отношение студентов к разным видам туризма.

Ключевые слова: туристическая индустрия, активный туризм, рекреация, рекреационно-познавательный, рекреационно-оздоровительный туризм

Анотація. Даниленко А.В. Психологічні особливості ставлення студентської молоді до активного туризму і рекреації. Пріоритетними напрямками державного регулювання в сфері туризму в Республіці Білорусь є підтримка і розвиток туристичної індустрії, міжнародного в'їзного та внутрішнього туризму. Особливу значущість для нашої країни мають види активного туризму, до яких відносяться різноманітний спектр рекреаційно-пізнавальних, рекреаційно-оздоровчих, рекреаційно-спортивних подорожей і заходів, заснованих на руховій фізичній активності туристів. У роботі ми досліджували ставлення студентів до різних видів туризму.

Ключові слова: туристична індустрія, активний туризм, рекреація, рекреаційно-пізнавальний, рекреаційно-оздоровчий туризм.

Danylenko A. V. Psychological features of the student youth's attitude towards active tourism and recreation.

Support and development of the tourism industry, international inbound and domestic tourism are the priority directions of state regulation in the sphere of tourism in the Republic of Belarus. Of particular importance for our country are those types of active tourism, which include a diverse range of recreational, educational, and sports travel and activities based on physical activity of tourists. In the work we investigated the attitude of students towards different types of tourism.

With a view to solving the task, we conducted a survey among students in order to identify the needs for various types of active tourism and recreation.

With the help of the survey, we also determined: the main types of services provided in the active leisure and tourism market; the volume (saturation) of the active tourism market, as well as the volume of segments of this market.

In the paper, consumer properties and characteristics of specialized tourist products were analyzed, including active recreation and sports activities in their structure.

Specialization and possibilities: organization and conduct of adventure races and active recreation festivals; the organization of corporate leisure (weekend hikes and tourist walks, games, "mini" adventure races, tourist rallies, training programs); rental of tourist equipment; organization and holding of events.

During the investigation we used the method of closed, frontal questionnaire, the method of primary mathematical and statistical processing of the results of the study.

Key words: Tourist industry, active tourism, recreation, recreational and educational, recreational and health tourism.

Введення. Приоритетними напрямками государственного регулирования в сфере туризма в Республике Беларусь являются поддержка и развитие туристической индустрии, международного въездного и внутреннего туризма [3]. Причем среди разнообразных видов въездного и внутреннего туризма, особую значимость, перспективу для нашей страны имеют виды т.н. активного туризма, к которым относится разнообразный спектр рекреационно-познавательных, рекреационно-оздоровительных, рекреационно-спортивных путешествий и мероприятий, основанных на двигательной физической активности туристов. Сущность такого вида отдыха заключается в расширенном восстановлении физических, интеллектуальных, эмоциональных сил, затраченных человеком в период производственной деятельности, укреплении здоровья.

Необходимость развития в Республике Беларусь активных видов туристской деятельности обоснована, с одной стороны – имеющимся в стране рекреационно-туристским потенциалом (природными и культурными ресурсами, возможностями и условиями формирования и внедрения на рынок соответствующих туристских продуктов). С другой стороны – развитие активного туризма диктует спрос на данные виды услуг, мотивацию потребителей услуг. Действительно, исследователями в области организации туристской деятельности отмечается тот факт, что в настоящее время приоритеты туристов в выборе видов и содержания отдыха в значительной степени изменились в сравнении с недавним прошлым. В мотивациях туристских поездок усиливается влияние активных форм отдыха и наблюдается углубление его сегментации. Для значимого контингента туристов основными побудительными мотивами в выборе отдыха являются возможность участия в соревнованиях различного характера, самовыражения и самоутверждения, а также оздоровления [4].

Кроме того, необходимо отметить тот факт, что участие в активных туристских мероприятиях в наибольшей степени способствует гармоничному развитию личности (духовному и физическому). В частности, это можно проиллюстрировать на примере туристского похода. Активное (с помощью мышечной силы) передвижение по маршруту и преодоление естественных препятствий способствует физическому оздоровлению, развитию. Красота окружающей природы, знакомство с экскурсионно-познавательными объектами на маршруте (историческими, природными, культурными памятниками), обуславливают эстетическое воспитание, расширение кругозора, культурное обогащение человека и удовлетворение его познавательных запросов. Установка бивака, приготовление пищи и пр. – являются средствами трудового воспитания. Взаимоотношение участников похода, необходимость взаимопомощи, дисциплины, ответственности обуславливают морально-нравственное оздоровление личности и развитие межличностных коммуникаций.

Несмотря на значимость развития активных видов туризма, следует признать тот факт, что «ниша» активного туризма в Беларуси является в настоящее время недостаточно заполненной. Активный туризм, как и десятилетия ранее, во многом является туризмом самодельным, т.е. туризмом, где сами участники путешествий, соревнований их планируют, финансируют и проводят [2]. Активный спортивный туризм в Беларуси представлен двумя любительскими (не олимпийскими) видами спорта: «Туристско-прикладные многоборья» и «Туризм спортивный» [5]. Причем спортивные походы в основной своей массе являются походами самодельными. В то же время предложения туристических компаний по организации и проведению оздоровительных велосипедных, водных, пешеходных туров выходного дня и многодневных туров, активных экологических, приключенческих туров для граждан Беларуси и иностранных граждан единичны. Туристские компании Беларуси не учитывают в полной мере изменения потребностей клиентов, не ведут «агрессивной» политики по формированию «новых» потребностей (мотивации) в активном отдыхе, не создают в необходимом объеме и необходимого качества неординарные туристские продукты, которые дополнили бы традиционные предложения и обусловили бы лидерство организации на туристском рынке. В целом, эксперты считают, что в Беларуси пока «не найден» и не сформирован свой особый (активный) туристский продукт [1; 6; 7].

Таким образом, проблема формирования и продвижения на туристический рынок Республики Беларусь специализированных продуктов (туров), содержащих в качестве основных услуг участие туристов в активных мероприятиях (походах, соревнованиях, тренингах, фестивалях и пр.) является весьма актуальной. Требуются исследования в области определения содержания данных мероприятий, маркетинговые исследования рынка услуг активного отдыха, исследование и обоснование экономической эффективности включения рекреационно-спортивных мероприятий в систему туристского продукта.

Цель исследования: изучить отношение молодежи к различным видам туристической активности и рекреации.

Организация и методы исследования. С целью решения поставленной задачи мы провели опрос среди студенческой молодежи, на предмет выявления потребностей в различных видах активного туризма и отдыха.

С помощью опроса мы определяли также: основные виды услуг, предоставляемых на рынке активного отдыха и туризма; объем (насыщенность) рынка активного туристского отдыха, а также объемы сегментов данного рынка.

В работе анализировались потребительские свойства и характеристики специализированных туристских продуктов, включающих в свою структуру активные рекреационно-спортивные мероприятия.

Специализация и возможности:

- 1) организация и проведение приключенческих гонок и фестивалей активного отдыха;
- 2) организация корпоративного отдыха (походы выходного дня и туристские прогулки, игры, «мини» приключенческие гонки, туристские слёты, тренинговые программы);
- 3) прокат туристского снаряжения и оборудования;
- 4) организация и проведение мероприятий.

В работе мы использовали метод закрытого, фронтального анкетного опроса, метод первичной математической и статистической обработки результатов исследования.

Для выявления места туризма в системе ценностей современной студенческой молодежи был проведен опрос среди студентов УО «БрГУ имени А.С. Пушкина». В данном опросе приняли участие молодые люди в возрасте от 20 до 25 лет. Всего было опрошено 100 человек.

Результаты исследования. В ходе опроса нами выявлялась частота (интенсивность) путешествий. Результаты ответа на этот вопрос представлены на диаграмме на рисунке 1.

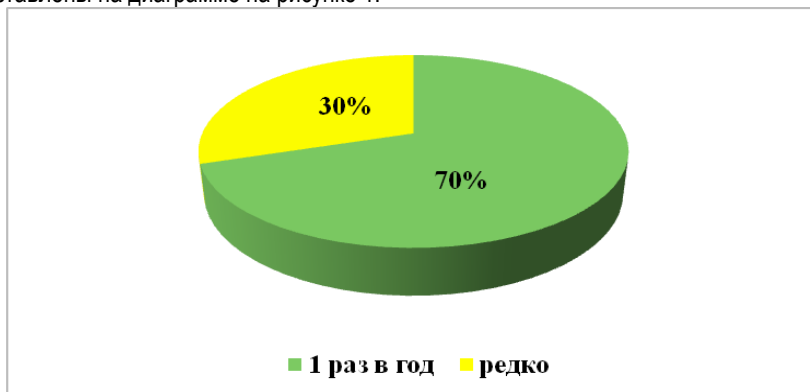


Рисунок 1 – Интенсивность путешествий

Как мы видим из представленной диаграммы, большая часть молодёжи (70%) путешествует один раз в год, что зависит от сложившихся обстоятельств. Но это говорит о том, что молодые люди не исключают возможности проведения своего досуга в активной форме. Следовательно, в пропаганде и организации активной досуговой деятельности молодёжи вполне возможной его формой может выступать туризм в различных его проявлениях.



Рисунок 2 – Виды отдыха

Далее нами уточнялось, какой вид отдыха предпочитают молодые люди, результаты показаны на рисунке 2. Большинство (57,5%) предпочитает «комбинированный» отдых у моря с экскурсионной программой, затем следует пляжный (40,5%) отдых. Ещё 2,7% молодёжи выбирают экстремальный вид туризма. Таким образом, современная молодёжь проявляет склонность к познанию, знакомству с новым.

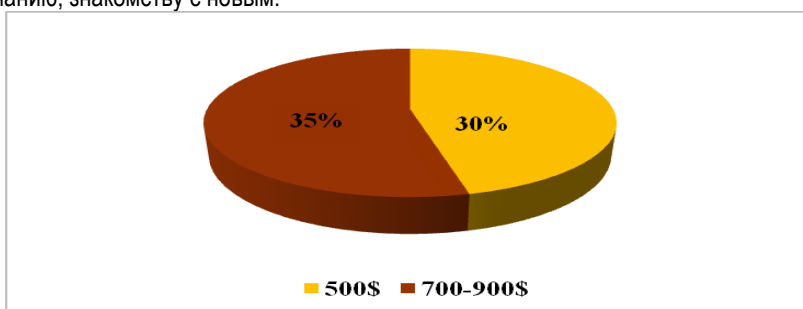


Рисунок 3 – Оптимальная стоимость недельного тура

Наиболее оптимальной стоимостью недельного тура считают варианты: менее 500\$ – 30% и 700-900\$ – 35%, что мы и видим на рисунке 3. Таким образом, современная молодёжь при выборе тура ориентируются в первую очередь на месторасположение средства размещения и, конечно же, на стоимость тура, так как молодёжь довольно ограничена в финансах и в основном зависит от решения родителей.

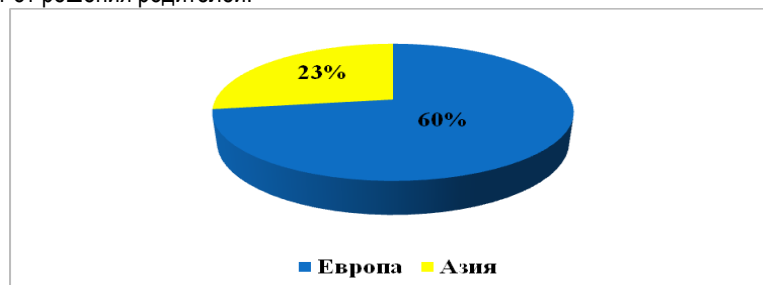


Рисунок 4 – Наиболее предпочтительные места отдыха

Большая часть молодёжи предпочитает отдыхать в Европе (60%), а также, часть выбирает Азию (22,5%).

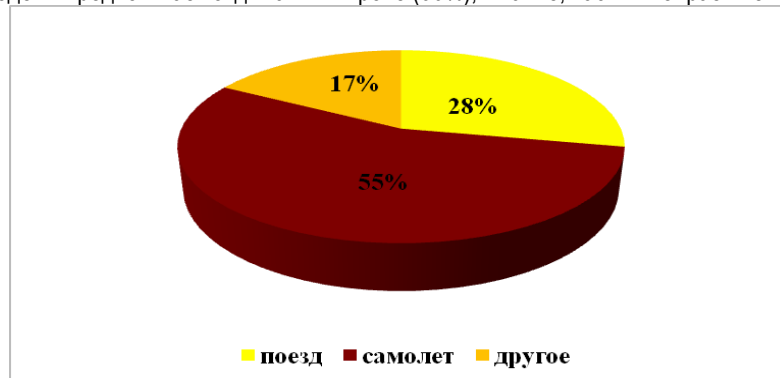


Рисунок 5 – Виды перемещения к месту отдыха

Современную молодёжь привлекает авиаперелёт (55%), а железнодорожный транспорт – 27,5%. Данная тенденция может объясняться тем, что молодые люди хотят как можно меньше времени потратить на дорогу.

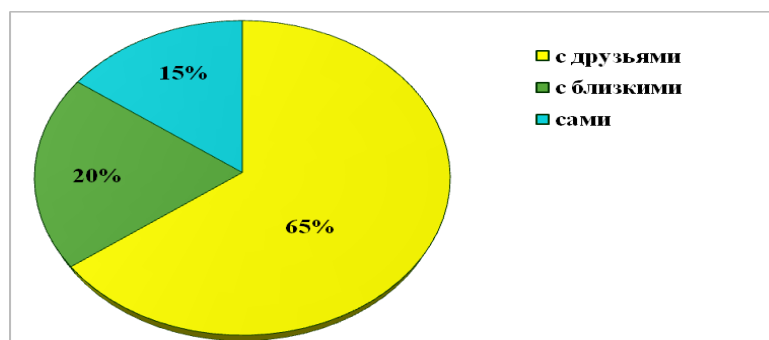


Рисунок 6 – Предпочтения компании

Как мы видим из рисунка 6, большинство молодых людей предпочитают отдыхать шумной компанией с друзьями (65%), на втором месте располагается отдых вдвоём (20%), на третьем – молодые люди предпочитают отдыхать сами (15%). Последнее место среди предпочтений в отдыхе занимают различные позиции.

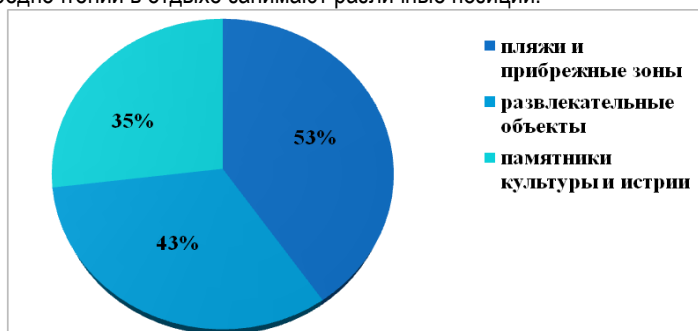


Рисунок 7 – Наиболее привлекательные объекты

Красота места пребывания для большинства молодых людей очень значима во время отдыха. Наиболее привлекательные объекты – пляжи и прибрежные зоны (52,5%), развлекательные объекты (42,5%). Также значимой является гармония между архитектурным и природным наполнением местности и самобытность места отдыха, памятники истории и культуры (35%).

Как мы видим, очень значимым для большинства молодых людей является красота места пребывания. Значимым во время отдыха для большинства становится стильность оформления места проживания, прилегающих территорий, гармония между архитектурным и природным наполнением местности, самобытность места отдыха и новизна места посещения с целями отдыха. Следует обратить внимание на факт того, что для большинства молодёжи не имеет значения следование традициям в месте туристского отдыха, что может говорить о том, что молодые люди проявляют явную склонность к неуважению чужой страны, культуры.

Опрос показал, что для молодых людей наиболее важными составляющими турпакета является наличие объектов туристического интереса (60%). Большой процент опрошенных молодых людей указали, что им практически не важен класс гостиницы, в которой они проживают во время путешествия (40%). Самым оптимальным режимом питания, во время путешествия опрошенные считают вариант «двухразовое» (55%), но многие так же отметили вариант «трехразовое» (30%) и в основном это – мужчины. Собираясь в путешествие, большинство респондентов производят предварительное бронирование (77,5%) и лишь 22,5% ориентируются на «горящие туры». На вопрос «Хотели бы Вы совершить путешествие «дикарем»?» 67,5% ответили утвердительно, а отказались 32,5% и большинство из них – девушки. Примерно половина опрошенных указала на желание снизить стоимость путешествия за счет выбора средств размещения эконом-класса (45%), а 30% выразили неготовность экономить на комфорте проживания.

В результате проведённого исследования мы можем сделать следующие выводы. Молодые люди стремятся разнообразить свой отдых, наполнить его развлечениями и культурно-познавательной деятельностью, готовы экономить на размещении, но не на питании. Лишь 5% опрошенных, могут питаться самостоятельно. Необходимо уделять огромное внимание развитию молодежного туризма, популяризации и повышению качества проведения молодежных спортивно-туристских мероприятий, пропаганде здорового образа жизни, а также созданию оптимальных условий для путешествий как внутри своей страны, так и за ее пределами.

Выводы. В современных условиях осуществления туристской деятельности происходит изменение структуры и содержания потребностей туристов. Значимыми тенденциями в изменении спроса на туристские продукты и услуги являются, в частности, рост популярности туров выходных и праздничных дней, спроса на специализированные туры с включением активных форм отдыха и развлечений. С учетом данных тенденций, в Республике Беларусь назрела необходимость разработки соответствующих направлений, форм туристской деятельности, новых туристских продуктов. Такие, специализированные туристские продукты должны формироваться в научно-методологическом контексте программного туризма и предусматривать ориентацию на активную и содержательную деятельность туристов, учитывать индивидуальные потребности каждого туриста.

В системе ценностей молодёжи туризм занимает одно из ведущих мест. Это подтверждается тем, что самой главной ценностью туризма для современной молодёжи является то, что они рассматривают туризм как средство познания

окружающего мира и именно туризм они признают как один из способов расширения их кругозора. То, что туризм является одним из способов изучения мира, молодые люди подтвердили, выбрав самым популярным видом туризма именно познавательный, направленный на ознакомление с историко-культурными достопримечательностями и уникальными природными объектами. Главной его целью является удовлетворение любознательности путешествующих туристов.

Туризм и путешествия рассматриваются молодыми людьми как способ проведения своего досуга, особенно когда это касается его активного направления. Этот активный досуг рассматривается молодёжью как способ проведения своего времени в компании интересных им людей.

Полученные результаты работы позволяют дать некоторые практические рекомендации по реализации «активного» туристского продукта. Необходимо уделять огромное внимание развитию молодежного туризма, популяризации и повышению качества проведения молодежных спортивно-туристских мероприятий, пропаганде здорового образа жизни, а также созданию оптимальных условий для путешествий как внутри своей страны, так и за ее пределами.

Нормой поведения современной молодёжи является временность потребления вещей и окружающих их людей. Кроме того, потребности современной молодёжи соответствуют характеристикам постиндустриального общества. Большинство молодых людей вступают в ряды трудовой силы только после завершения своего образования. Именно этот отрезок времени в жизни молодёжи, соответствующий времени получения профессионального образования, идеально подходит для того, чтобы молодые люди путешествовали и знакомились с окружающим миром.

Следует отметить то, что для большинства молодых людей наблюдается нехватка времени на путешествия и туризм, хотя на досуг им времени хватает. Большинство современной студенческой молодёжи не могут позволить себе путешествия и, следовательно, не пользуются услугами туристских предприятий. Если же молодёжи удаётся выбраться на отдых, то они предпочитают отдыхать одну неделю. Следовательно, необходимо содействие в организации досуга молодёжи в сфере путешествий и туризма.

Литература

1. Здравомыслов, А.Г. Потребности. Интересы. Ценности/ А.Г. Здравомыслов. – М.: Политиздат, 2006. – 25 с.
2. Константинов, Ю.С. Туристские слеты и соревнования учащихся: учебно-методическое пособие / Ю.С. Константинов. – М.: ЦДЮТК МО РФ, 2003. – 228 с.
3. О туризме: Закон Респ. Беларусь от 9 января 2007г. № 206-З: с изм. и доп.: текст по состоянию на 1 дек. 2008г. – Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2008. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>.
4. Пасечный, П.С., Фадеев Б.Г. Основы организации и управления самостоятельным туризмом: Учебное пособие/ П.С. Пасечный, Б.Г. Фадеев. – М.: Центральный совет по туризму и экскурсиям, Центральное рекламно-информационное бюро "Турист", 1980. – 232 с.
5. Fedotov U.N. Sportivno ozdorovitelnyi turizm / U.N.Fedotov, I.E Vostokov. – М. ; Sovetskiy sport, 2003. – 357 s.
6. Portal po turizmu [Elektronnyi resurs]. – 2002. – Regym dostupa: <http://www.tourism.tut.by>.
7. Sait o turizme "X-tur". [Elektronnyi resurs]. – 2006. – Regym dostupa: <http://www.xtur.by>.

УДК 796.012.412.5:612.19-057.87

Довганик М.

Львівський національний університет ім. Івана Франка

Чичкан О., Котов С., Кмицяк М.

Львівський державний університет внутрішніх справ, м.Львів

ЗМІНИ ПАРАМЕТРІВ АЛЬФА - РИТМУ І РЕАКЦІЇ "РОЗПЛЮЩИТИ І ЗАПЛЮЩИТИ ОЧІ" ТА КОНЦЕНТРАЦІЇ КИСНЮ В КРОВІ У СТУДЕНТІВ, ЯКІ ЗАЙМАЮТЬСЯ ОЗДОРОВЧИМ БІГОМ

Анотація. За показниками електроенцефалограми у тих, хто займається оздоровчим бігом знижена енергетика процесів мозку, вказує на розвиток економічних процесів. Альфа-індекс в обох групах не відрізняється, що підкреслює однаковий рівень активації в нижніх відділеннях мозку. Рівень концентрації кисню в крові підтверджує правильність біологічних процесів в організмі людини.

Ключові слова: оздоровчий біг, кількість кисню у крові, електроенцефалограма.

Аннотация. Николай Довганык, Оксана Чичкан, Сергей Котов, Николай Кмыцяк. Параметры альфа-ритма и реакции "открыть и закрыть глаза", концентрация кислорода у студентов, занимающихся оздоровительным бегом. За показателями электроэнцефалограммы у занимающихся оздоровительным бегом, снижение энергетических процессов мозга свидетельствует о развитии экономических процессов. Альфа-индекс в обеих группах не различается, что свидетельствует об одинаковом уровне активации в нижних отделах мозга. Уровень концентрации кислорода в крови подтверждает достоверность биологических процессов в организме человека.

Ключевые слова: Оздоровительный бег, количество кислорода в крови, электроэнцефалограмма.

Annotation. Mykola Dovhanyk, Oksana Chychkan, Sergiy Kotov, Mykola Kmytskyak Change of alpha - rhythm parameters reaction "close and to open the eyes" and oxygen concentration in blood the students who practice curative running. The general health of young people today are problematic. This is indicated by the statistics of mortality in the classroom for