

Наша цель — акцентировать основные причины, которые влияют на развитие спортивного туризма, а также просто попытаться актуализировать более влиятельную интенцию, но в культурном аспекте. Это попытка сознательно присоединиться к стимулированию таких аспектов, как:

- распространение плюралистического мышления о научном анализе спортивного туризма;
- распространение различных мнений в сфере демократического сотрудничества научных идей;
- самоанализ деятельности.

Проблему развития спортивного туризма можно объяснить следующими аспектами.

1. Когда рынок наполнен многосторонними туристическими услугами при различных социальных трансформациях, проблемы управления и развития спортивного туризма сложно усваиваются потому, что причины удаchi или неудачи такой деятельности лежат в основном в среде этой деятельности: эффективность ее анализируется тогда, когда все внимание фокусируется на достигнутых результатах.

2. С теоретической точки зрения, услуги спортивного туризма не анализируются с позиций многих междисциплинарных параметров. Такой взгляд, это не просто поза, но результат методологической рефлексии сегодняшнего социального исследования.

3. Конструктивная направленность и отлаженность таких услуг очень важна тем, что общественность сегодня переживает процесс преодоления коренного социального кризиса; переход к рыночной экономике, интеграция в международное спортивно-туристическое движение, когда в это время еще происходит и демократизация и гуманизация общественной жизни. Поэтому, когда услуга находит связь с окружающей средой, нужно отзываться на ее требования и тем самым в деятельности услуги подчеркивать конструктивную направленность.

4. Чаще всего внедрение таких специфических услуг опирается на влияние недостаточного мышления и опыта деятельности. Это проблема компетентности и ответственности людей, работающих в сфере обслуживания. Все таки, в этой деятельности важно правильно формировать интеллектуальные мыслительные возможности и практический опыт, а при этом — управленческие предпосылки, накапливающие этот опыт. Есть и другая причина — доброжелательные и очень рациональные предложения международных экспертов автоматически переброшены в другую культурную среду и превращаются, увы, в профанацию.

5. Популярность услуг спортивного туризма определяется и демографическим фактором. Потому что специфическая культурная ситуация сравнительно небольших государств предъявляет и высокие специфические управленческие и деятельностные требования к тому, кто предлагает такие услуги. При этом обязательно нужно обратить внимание на интерпретацию минимальных и максимальных человеческих сил: минимальность легко обвинить не критичностью человеческой деятельности, слишком большой конкретностью по отношению к человеческим ценностям; максимальность может подействовать на функционирующий или будущий управленческий уровень, когда предоставляются услуги. Поэтому при освоении новых технологий социальных услуг нужно организовать такие условия, чтобы те, кто предоставляет такие услуги, самосовершенствовались.

Ю.О. Николаев, Л.Д. Гринько

Одесский национальный университет им. И.И. Мечникова

БИОСФЕРОСОВМЕСТИМОСТЬ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ КРИТЕРИЙ ЭКОЛОГИЗАЦИИ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Современная технология туристической отрасли по-прежнему остается одним из важнейших факторов дестабилизации в системе «общество—природа». Таким образом, необходимой предпосылкой устойчивого развития туристической отрасли является экологизация ее научно-технологического развития на основе новых научных знаний. Разработка теоретических основ экологизации научно-технологического развития связана с преобразованием всего комплекса научного, инженерного и технологического знаний в сфере туризма. В настоящее время теоретические основы

слабо разработаны, а в практике управления туризмом задействованы только отдельные их элементы, относящиеся к природной среде, загрязнению водного бассейна, лесных и прочих природных массивов. В результате ускорение развития туристической отрасли, оцениваемое, прежде всего, по экономическим критериям, расширение масштабов туризма на базе действующих технологий приводят к усилению негативного воздействия туристической отрасли на среду жизнедеятельности человека.

Обменные процессы (вещество, энергия, информация) в системе «общество—природа» позволяют выделить в качестве фундаментальной характеристики научно-технологического развития туристической отрасли свойство ее «биосферосовместимости», поскольку общество (туристическая отрасль) и природа не могут рассматриваться изолированно. Они представляют единую систему, критерии развития которой должны устанавливаться исходя из сущности и характера процессов и отношений, свойственных ей. При таком подходе биосферосовместимость представляет собой относительное свойство, определяемое соотношением собственных характеристик технологических систем (системы), вызывающих техногенную нагрузку, и ограничениями, налагаемыми на хозяйственное развитие туристической отрасли, исходя из состояния здоровья населения и эколого-ресурсного потенциала принимающих туристов территорий.

С практической точки зрения это означает, что, прежде всего, нужно развивать экологически чистые виды туризма. Чтобы представить общую картину состояния иностранного рынка туризма относительно экологически чистого туристического продукта г. Одессы, мы провели маркетинговое исследование туристического спроса на него. В исследовании был применен метод выборочного наблюдения. Выборочную совокупность представили 300 иностранных туристов. По данным Одесского пограничного округа, количество иностранных туристов, посетивших Одессу в 2000 г., практически не изменилось, по сравнению с 1999 г., и составило приблизительно 47,5 тыс. человек. Это число в нашем исследовании представляло генеральную совокупность. На базе данных, полученных на основе выборки, для всей генеральной совокупности с доверительной вероятностью 94,5 % были определены средняя и предельная ошибки выборки для каждого показателя, а также верхние и нижние границы средней генеральной совокупности. Данные исследования свидетельствуют о наличии интереса у иностранного туриста к Одессе как к туристическому центру, позволяющему реализовать путешествия по различным мотивам, в том числе экологическим. Огромный культурно-исторический потенциал города, предоставляющий возможность отдыха и познания, по праву оправдывают к нему большой туристический интерес. Вполне оправданно, что основным видом туризма, реализуемым в Одессе, является культурно-познавательный туризм (65 % опрошенных иностранных туристов). Достаточно большой процент опрошенных иностранных туристов (23 %) прибыли в Одессу с деловой миссией, что определило данный вид туризма вторым по значимости. Он имеет большие перспективы в г. Одессе и до кризиса осени 1998 г. развивался достаточно быстрыми темпами. Туристы, имеющие целью своей поездки в Одессу изучение русского или украинского языка, согласно исследованию, вынуждены в 100 % случаев самостоятельно организовывать свое пребывание в городе, так как практически отсутствуют туристические предложения данного профиля. Иностранные туроператоры не принимают во внимание наличие рыночного сегмента для желающих изучить и практиковать русский или украинский язык, в то время как для этого в странах Запада имеется достаточно большой интерес к изучению русского и украинского языков. На одесском же рынке туристических услуг лишь два туроператора предлагают лингвистические туры. Стоимость данных турпакетов, конечно, не соответствует финансовым возможностям западного студента, являющегося главным их потребителем: тур обойдется туристу в 30 дол. США в день за проживание плюс стоимость авиабилетов. Таким образом, рассматриваемый рыночный сегмент практически не учитывается, а он мог бы увеличить спрос на экологически чистый турпродукт г. Одессы.

Т.И. Парицкая

Белорусский государственный экономический университет (Минск)

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В БЕЛАРУСИ

В экономике Беларуси туризм играет не первостепенную роль: доходы от него в структуре ВВП составляют лишь 0,5 %, в общем товарообороте сферы услуг — около