

3. Наклоны корпуса вперед и назад из различных И.П. 2-3 серии по 10-15 раз в каждой.

Для развития скорости:

1. Маховые движения в быстром темпе.
2. Бег со старта и с ходу 10-15 м.
3. Бег с высоким подниманием бедра на месте и с продвижением вперед (при различном И.П. рук и высоте поднятия бедра). Выполняется сериями по 15-17 с – скорость высокая, средняя.

Для развития скоростно-силовых качеств:

1. Различные прыжки и многоскоки, 2-3 серии по 5-7 прыжков в каждой.
2. Спрыгивание – напрыгивание, 1-2 серии по 3-7 прыжков в каждой.

Для развития выносливости:

1. Прыжки со скакалкой.
2. Интервальный бег (пробегание отрезков от 100 до 200 метров) на скорость с повторением через 10-15 с.

Литература:

1. Ильин, Е. П. Мотивация и мотивы: учебное пособие / Е. П. Ильин. – СПб.: «Питер», 2000. – 512 с.
2. Романенко, В. А. Круговая тренировка при массовых занятиях физической культурой / В. А. Романенко. – М.: Физкультура и спорт, 1986. – 143 с.
3. Гуревич, И. А. 1500 упражнений для моделирования круговой тренировки / И. А. Гуревич. – Минск: Вышэйшая школа, 1988. – 254 с.

ЭКОНОМИКО - ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Цыркунова Г.М.
(БГУКИ)

Одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь является развитие туризма. В 2004 году была принята первая Национальная про-

грамма развития туризма, что повлияло на значительный рост экспорта туристических услуг, а так же на развитие туристической инфраструктуры в стране. На данный момент в Республике Беларусь принято 13 правовых документов, которые направлены на создание благоприятных условий формирования эффективно-го конкурентоспособного туристического рынка [1].

Однако, по мнению ряда исследователей, например доктора филологических наук И.В Казаковой, туристический продукт, который предлагают отечественные операторы недостаточно разнообразен по сектору предлагаемых услуг и не соответствует международному уровню сервиса, что делает его неконкурентоспособным [2, с.4].

Таким образом, актуальность данного исследования обусловлена необходимостью совершенствования туристического продукта, что предполагает дополнительное изучение особенностей экономико-географического фактора.

Отметим, что данное исследование направлено на выявление особенностей въездного туризма, который подразумевает туристическое путешествие иностранных граждан и лиц без гражданства, за исключением постоянно проживающих в Республике Беларусь, в пределах территории Республики Беларусь [1].

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, в 2015 году численность организованных туристов, посетивших Беларусь в 2015 году, составила около 300 тыс. человек, что является достаточно низким показателем по сравнению с соседними странами. Отметим, что в числе популярных стран для посещения иностранными туристами ведущие места занимают страны-соседи, а именно Польша, Литва и Латвия.

Для выявления основных особенностей влияния экономико-географического фактора на развитие въездного туризма необходимо определить его в качестве определяющего.

Кандидат экономических наук М.М Романова в статье «Факторы, влияющие на развитие индустрии туризма» отмечает, что уровень конкурентоспособности индустрии туризма в той или иной стране связан, прежде всего, с особенностями реализации экономико-географического фактора, что подтверждается

международными исследованиями Всемирной туристской организации ООН [4, с.10].

Экономико-географический фактор исследователь определяет как совокупность пространственных отношений предприятий, населенных пунктов, ареалов, районов, отдельных стран и их групп к внешним объектам, имеющим для них экономическое значение [4, с.8].

Е.Н Сапожникова в своей книге «Теория и методика туристического изучения стран» предлагает исследовать туристические потенциал страны с точки зрения следующих составляющих экономико-географического фактора: расположение страны по отношению к основным поставщикам туристов, экономический уровень принимающей страны и стран-поставщиков, наличие достаточного числа квалифицированных кадров, удаленность от «горячих точек», уровень развития внешних транспортных связей, достаточное количество и высокий уровень рекреационных ресурсов: средств размещения, экскурсионных услуг и т.д. [5, с.44].

Таким образом, мы имеем возможность проанализировать Республику Беларусь с точки зрения экономико-географического положения. Так же считаем необходимым выявить основные особенности экономико-географического положения стран-соседей, которые занимают ведущие места по популярности среди иностранных туристов, чтобы иметь возможность выявить наиболее значимые факторы, которые влияют на развитие индустрии туризма.

В качестве исследуемых стран-соседей были выбраны Литовская Республика и Польская Республика. Под странами-поставщиками будут пониматься все страны входящие в состав ЕС. В качестве ресурса для получения статистических данных была выбрана база Национального статистического комитета Республики Беларусь, а так же данные полученные в результате анализа данных статистических организаций других стран. Дополнительно стоит пояснить, что при исследовании такого фактора, как уровень ценообразования был учтен уровень заработных плат в странах ЕС, а так же необходимость конвертации валюты. Для определения уровня близости исследуемых стран к

«горячим точкам» и странам-участникам военных конфликтов были проанализированы данные мирового сообщества. Результаты исследования представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Фактор Страна	Расположение относительно стран-поставщиков	Уровень относительно стран-поставщиков	Удаленность от «горячих точек» и стран-участников вооруженных конфликтов	Внешний транспорт	Рекреационные услуги
Беларусь	Центральное Установлен визовый режим	Средний	Близость к Украине	Развита система ЖД Воздушные рейсы только Belavia.	375 гостиниц и туристских комплексов, 155 объектов иного типа (мотели, кемпинги и прочее). Экскурсионные услуги оказывают 123 организации.

Польша	Центральное Свободный въезд для граждан ЕС	Средний	Близость к Украине	Развита система ЖД Морской транспорт Развита система бюджетных перелетов	630 гостиниц и туристских комплексов. Экскурсионные услуги оказывают 320 организаций.
Литва	Центральное Свободный въезд для граждан ЕС	Средний	Не имеет границ с «горячими точками».	Развита система ЖД Морской транспорт Развита система бюджетных перелетов	575 гостиниц и туристских комплексов. Развитая сфера оказания экскурсионных услуг

Таким образом, в ходе исследования нам удалось сравнить экономико-географические особенности Республики Беларусь и стран-соседей, которые занимают ведущие места в рейтингах самых посещаемых стран Европейского Союза.

Проанализировав данные таблицы, отметим, что факторы экономико-географического развития анализируемых стран во многом схожи, например, все три страны находятся в центральной части Европы, имеют приблизительно одинаковый уровень

цен на различного рода туристические услуги, а так же имеют развитую систему наземного транспорта.

Так же отметим, что Литва и Польша имеют развитую систему морского транспорта, а так же не имеют визового режима для туристов стран-поставщиков.

Немаловажно, что в Литве и Польше развита система бюджетных перелетов между странами ЕС, в то время как Республика Беларусь имеет лишь одного воздушного оператора.

Проанализировав полученные данные, мы можем сделать ряд выводов:

1. Визовый режим является одним из основных препятствий к посещению Республики Беларусь иностранными туристами.

2. Отсутствие бюджетных альтернатив государственной авиакомпании «Белавиа» препятствует посещению страны иностранными гражданами.

3. В Республике Беларусь достаточно развита сфера рекреационных услуг, которые оказываются фактически во всех областях страны.

Таким образом, нам удалось выявить особенности воздействия экономико-географического фактора на развитие индустрии туризма в Республике Беларусь. Было выявлено, что основными факторами, которые препятствуют посещению страны иностранными гражданами, являются отсутствие бюджетных авиалиний и установленный визовый режим.

Обращая внимание на другие факторы развития индустрии туризма, такие как природно-географические, политические и культурно-исторические стоит отметить, что Республика Беларусь имеет высокий туристический потенциал, что связано с благоприятными климатическими условиями, многочисленностью туристических объектов, а так же толерантностью белорусского народа.

Литература:

1. Национальный интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.belarustourism.by>. – Дата доступа: 24.03.2017.

2. Казакова, И.В. Туристическая политика Республики Беларусь в условиях рыночных преобразований / И. В. Казакова // Журн. междунар. права и междунар. отношений. – 2008. – № 2. – С. 26–29.
3. Карчевская, Е.Н. Организация туризма и экскурсионного обслуживания в Республике Беларусь / Е.Н. Карчевская. – Гомель, 2008. – 58 с.
4. Романова, М. М. Факторы, влияющие на развитие индустрии туризма / М.М. Романова.- Концепт. - 2016. - № 02.
5. Сапожникова, Е. Н. Страноведение : теория и методика турист. изучения стран / Е. Н. Сапожникова. - 3-е изд., испр. - М.: Academia, 2006. - 237 с.

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМИРОВАНИЯ СПОРТИВНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Цыркунова Г.М.
(БГУКИ)

В настоящее время проблематика рекламной сферы рассматривается через призму определенной профессиональной деятельности. В частности, определение термина «реклама», принадлежащее Американской маркетинговой ассоциации, трактуется так: «Реклама – это любая платная форма неличного представления и продвижения идеи или услуг от имени известного спонсора» [2, с 12]. Если анализировать различные трактовки термина «реклама», то можно сказать, что реклама – это распространяемая в любой неличной форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях, которая предназначена для неопределенного или определенного круга лиц.

В XXI веке наблюдается устойчивое стремление в повышении социокультурной роли спортивных учреждений как социальных институтов, усиливается их общекультурная значимость для деятельности социума и положительная роль в процессе общемирового культурогенеза. В современном мире интерес к спорту набирает свои обороты, всё