

of the Republic of Komi in the relationship between business and government // Corporate management and innovative development of the economy of the North: Bulletin of the Research Center of corporate management and venture investment Syktyvkar State University. 2012. № 1. P. 197—209.

10. Strategy of social and economic development of the Republic of Komi in 2020 (as amended. Lent. Government of the Republic of Komi from 26.01.2009 № 22, from 22.12.2009 № 390, from 22.12.2010 № 460) // ATP ConsultantPlus: Legislation [Electronic resource] (date of viewing: 12.04.2015).

---

**Как цитировать статью:** Шихвердиев А. П., Чужмаров А. И., Калина А. В. Организационно-экономический механизм развития частно-государственного партнерства в регионе // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2015. № 4 (33). С. 50—55.

**For citation:** Shihverdiev A. P., Chuzhmarov A. I., Kalina A. V. Organizational and economic development mechanism for public-private partnerships in region // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2015. № 4 (33). P. 50—55.

---

**УДК 338.48+378**

**ББК 65.433+74.58**

**Belikova Ekaterina Vladimirovna,**  
candidate of economics, assistant professor  
of the department of financial and economic disciplines  
of Volgograd Business Institute,

Volgograd,  
e-mail: polabel@mail.ru

**Stepanyan Vera Mihailovna,**  
candidate of pedagogical sciences, associate professor  
of the department of hotel and tourism management  
of Volgograd State Academy of Physical Culture,  
Volgograd,  
e-mail: step-v2006@yandex.ru

**Беликова Екатерина Владимировна,**  
канд. экон. наук, доцент кафедры финансово-экономических  
дисциплин Волгоградского института бизнеса,

г. Волгоград,  
e-mail: polabel@mail.ru

**Степанян Вера Михайловна,**  
канд. пед. наук, доцент кафедры  
гостиничного и туристического менеджмента  
Волгоградской государственной академии  
физической культуры,  
г. Волгоград,  
e-mail: step-v2006@yandex.ru

## ОТКРЫТИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ «РЕКРЕАЦИЯ И СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ» В СПОРТИВНОМ ВУЗЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

### OPENING OF SPECIALTY «RECREATION AND SPORT TOURISM» AT THE SPORTS UNIVERSITY AS THE FACTOR OF DEVELOPMENT OF THE REGION

*В статье дается обобщенный анализ индустрии туризма и гостеприимства города Волгограда, перечисляются проблемы, сдерживающие рост туристической привлекательности города. Определяется основная проблема, заключающаяся в потребности в квалифицированных трудовых ресурсах, способных гарантировать нужное качество туристских услуг. Актуализируется важность открытия направления подготовки «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» в спортивном вузе Волгограда. Определяются конкурентные преимущества выпускников данного направления, позволяющие обеспечить профессиональную подготовку специалистов для осуществления педагогической и рекреационно-оздоровительной деятельности в образовательных, санаторно-курортных, туристско-краеведческих учреждениях.*

*The article provides analysis of the tourism and hospitality industry in Volgograd; lists the main problems hindering growth of the tourist attraction of the city. The main problem consisting in demand for qualified labor forces capable to guarantee the required quality of tourist services is determined. The importance of opening the training course «Recreation and sport tourism» at the sport higher educational institution of Volgograd is actualized. Competitive advantages of the graduates of this training course are determined, which allow ensuring professional training of specialists in pedagogical and*

*recreational and health activities in educational, health resorts, tourist and local history institutions.*

*Ключевые слова: направление подготовки, бакалавриат, туризм, рекреация, образовательный стандарт, профессиональная деятельность, конкурентные преимущества, специалисты, инфраструктура, индустрия.*

*Keywords: direction of training, bachelor's degree program, tourism, recreation, educational standard, professional activity, competitive advantages, experts, infrastructure, industry.*

Развитая индустрия туризма и оказания услуг гостеприимства в Волгограде — это большие возможности для развития малого и среднего бизнеса в городе и, соответственно, улучшения социально-экономического положения жителей.

Индустрия туризма активно содействует процессу создания дополнительных рабочих мест. Таким образом, происходит повышение трудовой занятости населения как на предприятиях первичных услуг, так и на предприятиях по предоставлению вторичных услуг (предприятия питания гостиничного хозяйства, банки, химчистки, лечебные заведения и т. д.). Указанные факторы имеют значительное влияние на развитие мелкого и среднего бизнеса и способствуют общему оздоровлению экономики [1].

Развитая индустрия туризма содействует увеличению

притока туристов, что, в свою очередь, приводит к повышению денежных поступлений в бюджет города через налоговые отчисления предприятий, задействованных в процессе обслуживания туристов.

Несмотря на существенную культурно-историческую значимость Волгограда и его богатые природные ресурсы, туристические потоки в городе можно охарактеризовать как малые и слабо развивающиеся.

За 2012—2014 годы основной количественный показатель отрасли — число туристов, посетивших город-герой Волгоград, — хотя и растет в среднем на 4—6% в год, но по итогам 2014-го остается невысоким и составляет всего 404,7 тыс. человек. В сравнении с 2 млн туристов, посещавших Волгоград в советские годы, количество туристских прибытий в текущий период можно оценить как низкое и требующее принятия комплексных мер к его увеличению [2].

Анализ нынешней ситуации в туристической сфере города позволяет выявить следующие основные проблемы, сдерживающие рост туристической привлекательности Волгограда:

- низкий уровень развития туристской инфраструктуры и сервиса (недостаточность благоустроенных средств размещения туристов и объектов досуга, используемых для рекреации, туристских объектов показа, оригинальных малых архитектурных форм), невысокий уровень качества услуг, оказываемых в туристической сфере;

- неудовлетворительное состояние транспортно-логистической, обслуживающей и информационной инфраструктуры (дороги, тротуары, велодорожки, пандусы, парковки, причалы, пристани, туалеты, информационные указатели, подвижной состав транспорта и т. д.);

- отсутствие привлекательного конкурентоспособного туристского продукта;

- недостаточное имиджевое продвижение города-героя Волгограда как привлекательного туристического центра, недостаток информации о туристских ресурсах города, слабое информационно-рекламное обеспечение туристской деятельности;

- малое количество ярких крупномасштабных мероприятий межрегионального, всероссийского и международного уровня, способных стать источниками событийного туризма.

В Волгограде действует 108 средств коллективного размещения (гостиницы, хостелы, турбазы, санатории) общей емкостью 6675 койко-мест. Однако в городе недостаточно гостиниц, ориентированных на массового потребителя со средним уровнем достатка и для размещения молодежных и детских туристических групп. Нет также отелей категории 4 и 5 звезд с высоким уровнем комфорта, ориентированных на деловых и иностранных туристов. Уровень сервиса, предоставляемый в гостиницах Волгограда, не всегда соответствует международным требованиям, предъявляемым к гостиницам такого класса, и уровню цен на гостиничные услуги. В городе более 1500 предприятий общественного питания. Однако лишь ограниченное число ресторанов и кафе имеет меню на иностранных языках, бесплатную Wi-Fi зону, малая часть заведений оборудована для беспрепятственного перемещения лиц с ограниченными возможностями здоровья. В Волгограде работает более 50 музейных учреждений и выставочных галерей, но посещаемыми и интересными для туристов из них являются не более 10, а это приводит к тому, что знакомство с достопримечательностями Волгограда занимает у туристов не более двух дней. Средний чек

туриста составляет 4500 рублей в день (на основании информации, полученной от туроператоров региона) [3].

Такая ситуация негативным образом сказывается на средней длительности пребывания туриста в городе. За исключением памятников военной истории малые скульптурные, архитектурные формы и образцы садово-паркового и дизайнерского искусства Волгограда, привлекательные для туристских фото, немногочисленны. Культурно-досуговое обслуживание населения и гостей города осуществляют 7 театров, 9 кинотеатров, 2 концертных зала, 8 крупных торгово-развлекательных центров. Волгоград занимает 10-е место из 15 городов с количеством жителей более миллиона по обеспеченности кинотеатрами. Уровень обеспеченности развлекательными центрами составляет 152 м<sup>2</sup> на 1000 человек при показателях лидеров в данной сфере от 750 до 1500 м<sup>2</sup> на 1000 человек. При общем дефиците досуговых учреждений реализуемые ими программы обладают невысокой привлекательностью для туристов. Озелененность территории Волгограда вдвое меньше нормативной величины, парки и скверы города требуют обновления и реконструкции. Предлагаемые туроператорами туристические маршруты по Волгограду не отличаются разнообразием и оригинальностью и представляют собой в том или ином порядке скомплектованный набор одних и тех же экскурсий [4].

Состояние дорожного покрытия в Волгограде требует комплексного решения. Общая площадь тротуаров Волгограда составляет 1634400 м<sup>2</sup> [5], при этом более 70% тротуарной сети требует ремонта. Отсутствуют специальные выделенные дорожки для движения велосипедистов.

Город характеризуется отсутствием надлежащего транспортного обеспечения.

Уровень обеспеченностью трамвайной и троллейбусной сетью составляет 20—40% от нормативной, более 50% подвижного состава транспортных предприятий морально и физически устарело [Там же].

Низкий пассажиропоток и отсутствие инвестиций привели к постепенному вымиранию комфортабельного речного транспорта, уменьшению количества оснащенных пристаней, при этом в городе наличествует большое количество неблагоустроенных пристаней и стоянок катеров, нарушающих его эстетический облик и препятствующих развитию современной системы базирования маломерных речных спортивных, туристических и прогулочных судов [6].

Прямое воздушное, железнодорожное и автобусное сообщение связывает Волгоград с 47 городами России, ближнего и дальнего зарубежья (свыше 300 тыс. жителей), что является невысоким показателем для города с населением более миллиона и, соответственно, также накладывает свои ограничения на количество туристских прибытий.

Информационная туристическая инфраструктура: вывески, указатели, информационные терминалы, справочные, в том числе электронные, единый специализированный туристический портал — находится в неудовлетворительном состоянии.

Город крайне низко обеспечен общественными туалетами. Перечисленные проблемы делают пребывание в Волгограде некомфортным и недостаточно насыщенным, что значительно ухудшает туристическую привлекательность города [7].

Туристические организации не предлагают туристических продуктов по городу-герою Волгограду, способных конкурировать на рынке российских и международных туристических услуг.

Соотношение цена/качество имеет существенный перекос в сторону цены. На специализированном рынке практически отсутствуют готовые туристические пакеты, организации формируют предложения по запросу клиентов, не сформирована система продвижения и рекламного сопровождения туристического продукта.

Объекты культурно-познавательного туризма в городе не предполагают многократного посещения, прочие виды туризма, исключая деловой (лечебно-оздоровительный, активный, пляжно-рекреационный и др.), развиты незначительно.

Уровень квалификации кадров в сфере туристической индустрии невысок, общественность не принимает значительного участия в процессе продвижения туристического имиджа города.

Отсутствует система продвижения Волгограда как туристического центра, город не воспринимается как качественный туристический бренд. Слабо информационно-рекламное обеспечение туристской деятельности и, как следствие, низок уровень осведомленности туристов о городе и его туристских возможностях.

В Волгограде не существует единого туристического портала с регулярно обновляемым контентом и современными методами подачи и оформления информации, работающие порталы дублируют друг друга и непопулярны у пользователей. Существующие туристические продукты не имеют масштабной рекламно-информационной поддержки.

В городе редко проходят крупномасштабные яркие межрегиональные, всероссийские и международные мероприятия: конкурсы, фестивали, конференции, форумы, слеты, концерты и другие события в различных направлениях научной, деловой, экономической, творческой, спортивной деятельности, способные стать дополнительным стимулом для посещения Волгограда. Те мероприятия, которые проводятся в городе и потенциально интересны туристам, недостаточно анонсированы. Не сформирован единый актуальный календарь событийного туризма [8].

Таким образом, несмотря на большое количество проблем, необходимо скоординировать работу многих организаций, что будет способствовать развитию регионального туристического рынка и увеличит привлекательность Волгоградской области для путешественников.

Основная же проблема заключается в потребности в квалифицированных трудовых ресурсах, способных гарантировать нужные условия качества туристских услуг, так как качество создает условия достижения конкурентоспособности. Все прогнозы указывают на то, что в ходе следующего десятилетия туристская активность достигнет новых высот и поэтому продолжит вносить значительный вклад в создание рабочих мест и увеличение благосостояния общества. Туризм может стать важным фактором в сохранении природных и культурных ресурсов города и области, их выгодном, но сбалансированном и жизнеспособном использовании. Все это свидетельствует о том, что в современных условиях инновационной экономики, при возрастающих потребностях туристов возникает необходимость нового профессионального подхода в подготовке кадров для сферы туризма.

В 2014 году Министерством образования был утвержден ФГОС ВО по направлению подготовки 49.03.03 «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» (уровень бакалавриата). Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц. Срок получения образования по программе бакалавриата по направлению подготовки в очной форме обучения составляет четыре года. Объем программы бакалавриата в очной форме обучения, реализуемый за один учебный год,

составляет 60 зачетных единиц. Это направление в своем роде уникальное и пока не имеет аналогов в нашем регионе. Ни один вуз Волгограда не обучает бакалавров по данному направлению. На данный момент в России не более десяти государственных вузов, осуществляющих подготовку специалистов этого направления. По последним же исследованиям потребность в профессионалах данного профиля достаточно высока и в десятки раз превышает количество выпускников [9]. Востребованность в специалистах по рекреации и спортивно-оздоровительному туризму продиктована особенностями нашей области. Природа и климатические условия, благоприятные для отдыха и занятий спортом, экстремальным туризмом, наличие природных минеральных вод и грязей способствуют отдыху, оздоровлению и лечению.

Направление «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» создано на стыке следующих областей деятельности: организационно-управленческой, спортивной и оздоровительной.

Программа «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» направлена на подготовку специалистов, основой деятельности которых станет организация туристско-оздоровительной, краеведческой, экскурсионно-методической и туроператорской деятельности, организация развлечений и физкультурно-спортивного проведения досуга в туристских группах, клубах и фирмах и рекреационно-оздоровительных структурах. Специалист будет владеть основами спортивно-оздоровительного туризма, также основами по оздоровлению населения средствами физической культуры, спорта и туризма; индустрии туризма, досуга и рекреации; туристско-рекреационных учреждений и системы; иных услуг в сфере рекреации и туризма и, конечно же, основами физической культуры и спорта.

Фундаментальные знания в сфере рекреации и туризма дадут специалисту возможность проектировать, конструировать и развивать деятельность в различных областях применения рекреационно-туристской деятельности. Потребность общества в подготовке этих специалистов не зависит от ведомственной принадлежности туризма и санаторно-курортного комплекса.

Данное направление предполагает разработку и реализацию специальных двигательных режимов, ориентированных на профилактику и устранение психических и физических перенапряжений; социально-культурное, экологическое, краеведческое и физическое воспитание личности; конструирование рекреационно-оздоровительных циклов обслуживания туристов; организационно-методическую, управленческую деятельность в сфере туризма, краеведения и рекреационного комплекса; разработку и утверждение принципов активного здорового образа жизни, их практическую реализацию средствами рекреации, туризма и краеведения: процесс формирования личности, ее приобщение к общечеловеческим и культурным ценностям, к рекреационно-оздоровительным формам занятий, туристско-краеведческим мероприятиям и туризму.

Данное направление считается профильным для спортивных вузов, в процессе обучения студентов данного направления, как правило, задействовано большинство теоретических и практических кафедр, так как в учебном плане представлен широкий спектр учебных дисциплин, которые должны усвоить обучающиеся: психология и педагогика, иностранный язык, русский язык и культура речи, экология, география рекреационных систем и туризма, рекреология, курортология, анатомия и морфология человека, теория и методика физической культуры и многие, многие другие.



Таким образом, открытие направления подготовки «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» позволит обеспечить профессиональную подготовку специалистов:

— к рекреационно-оздоровительной деятельности и педагогической во всех типах образовательных учреждений и организациях туристско-краеведческого профиля, санаторно-курортного профиля, в детско-юношеских командах по основным видам туризма, на предприятиях различной формы собственности;

— к выполнению рекреационно-оздоровительных, эколого-краеведческих задач факторами физической культуры, спорта, туризма и краеведения в физкультурно-спортивных, туристско-краеведческих, спортивно-зрелищных, культур-

но-досуговых, лечебных, реабилитационно-профилактических учреждениях любой формы собственности;

— к деятельности по проведению туристско-краеведческих поездок и рекреационно-оздоровительных мероприятий на туристских маршрутах.

У выпускника данного направления будут такие конкурентные преимущества, как высокая квалификация и практическая компетентность в области рекреации и спортивно-оздоровительного туризма; ценностное отношение к физической культуре, спорту и туризму как факторам, обеспечивающим здоровье, физическую и функциональную подготовку и в целом положительную тенденцию в качестве жизни.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Беликова Е. В., Сырбу А. Н. Комплексная оценка факторов формирования ресурсов Волгоградской области // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014. № 2 (27). С. 131—134.
2. Беликова Е. В. Проблемы развития туризма в Волгоградской области // Современное состояние и перспективы общественно-политического развития России и зарубежных стран: мат. II Междунар. науч.-практ. конф. 15 мая 2013 года. Волгоград: МИРИА, 2013. С. 17—19.
3. Ващенко А. Н., Зубова О. Г., Даева Т. В. Мониторинг инвестиционной активности сельских территорий // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014. № 1 (26). С. 53—55.
4. Полякова Т. В., Поляков В. Н. Методологические основы территориального маркетинга // Известия Волгоградского государственного технического университета. Сер. «Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива)». 2010. № 13. Вып. 10. С. 108—112.
5. Официальный сайт Администрации Волгоградской области [Электронный ресурс]. URL: <http://www.volgadmin.ru> (дата обращения: 10.10.2015).
6. Степанян В. М. Профессиональная управленческая компетентность будущих менеджеров // Философия социальных коммуникаций. 2014. № 2 (27). С. 99—106.
7. Степанян В. М. Некоторые аспекты подготовки студентов вузов физической культуры к должности менеджера по туризму // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 2. С. 25—28.
8. Чернявская Е. Ю. Проблемы воспроизводства человеческих ресурсов в современной России // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014. № 3 (28). С. 186—191.
9. Российский союз туриндустрии [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rostourunion.ru/> (дата обращения: 01.10.2015).

#### REFERENCES

1. Belikova E. V., Syrbu A. N. Complex assessment of the resources formation factors of the Volgograd region // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2014. № 2 (27). P. 131—134.
2. Belikova E. V. Problems of development of tourism in Volgograd region // Current state and prospects of socio-political development of Russia and foreign countries: materials of the II International scientific and practical conference, May 15, 2013. Volgograd: LLC MIRIA, 2013. P. 17—19.
3. Vashchenko A. N., Zubov O. G., Daeva T. V. Monitoring of investment activity of rural areas // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2014. № 1 (26). P. 53—55.
4. Polyakova T. V., Polyakov V. N. Methodological bases of territorial marketing // Bulletin of Volgograd State Technical University (Actual problems of reforming the Russian economy (theory, practice, perspective). 2010. № 13. Vol. 10. P. 108—112.
5. Official site of the Administration of Volgograd region [Electronic resource]. URL: <http://www.volgadmin.ru> (date of viewing: 10.10.2015).
6. Stepanyan V. M. Professional managerial competence of future managers // Philosophy of social communications. 2014. № 2 (27). P. 99—106.
7. Stepanyan V. M. Some aspects of training of the physical culture universities' students for the position of tourism management // Modern problems of science and education. 2014. № 2. P. 25—28.
8. Cherniavskaya E. Yu. Problems of reproduction of human resources in modern Russia // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2014. № 3 (28). P. 186—191.
9. Russian Union of travel industry [Electronic resource]. URL: <http://www.rostourunion.ru> (date of viewing: 01.10.2015).

---

**Как цитировать статью:** Беликова Е. В., Степанян В. М. Открытие направления подготовки «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» в спортивном вузе как фактор развития региона // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2015. № 4 (33). С. 55—58.

**For citation:** Belikova E. V., Stepanyan V. M. Opening of specialty «Recreation and sport tourism» at the sports university as the factor of development of the region // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2015. № 4 (33). P. 55—58.

---