



# Проблемы и перспективы физического воспитания, спортивной тренировки и адаптивной физической культуры

Сборник материалов  
V Всероссийской научно-практической  
конференции с международным участием  
*Казань, 17 февраля 2023 года*

---

Том II. Секции 3-6



УДК 796.51

## ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ ПОСРЕДСТВОМ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ ДЛЯ ТУРИСТСКОГО КЛУБА «АКАДЕМИЯ»

**Миронов А.А.**

*студент*

**Евграфов И.Е.**

*к.п.н. доцент*

Поволжский государственный университет  
физической культуры спорта и туризма  
Казань, Россия

*Аннотация.* В данной статье рассмотрены механизм работы программы лояльности, для повышения интереса к занятиям спортивно-оздоровительного туризма, посредством деятельности туристского клуба «Академия» на базе Поволжского государственного университета физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, целью которого является: пропаганда здорового образа жизни, а также популяризация спортивно-оздоровительного туризма в студенческой среде.

*Ключевые слова:* спортивно-оздоровительный туризм, туристский клуб, программа лояльности.

**Актуальность.** На сегодняшний день спортивно-оздоровительный туризм в России представляет единое общественное движение, которое не имеет никаких аналогов во всем остальном мире. Спортивно-оздоровительный туризм (СОТ) стал по праву считаться российским национальным видом спорта [1; С.171]. Благодаря средствам СОТ, у населения появилась возможность, иметь не бесцельное путешествие. Но из-за ряда сдерживающих факторов, внутренний туризм на рынке до сих пор прослеживается как не самый распространенный продукт, не смотря на сложившуюся политическую и экономическую ситуации [2]. В ходе этого, мотивы потенциальных покупателей снижаются из-за малой заинтересованности данного продукта. Данная информированность свидетельствует о необходимости раскрытия мотивов и стимулов граждан нашей страны к средствам спортивно-оздоровительной деятельности, для повышения отечественного туризма как продукта на рынке, за счет улучшения количественных и качественных показателей данного продукта [3].

**Цель исследования:** разработать программу лояльности для студентов-активистов, участников туристского клуба «Академия», способствующая росту мотивации к деятельности ТК.