

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Институт социального образования
Факультет туризма и гостиничного сервиса
Кафедра туризма и гостеприимства

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРОГРАММЫ ВЫХОДНОГО ДНЯ
ДЛЯ ГОСТЕЙ ГОСТИНИЦЫ «ИЗУМРУД»**

*Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 43.03.03 – Гостиничное дело*

Исполнитель:
Радыгина Дарья
Андреевна,
студентка группы БД-41z

«___» _____ 201__ г.

Допущена к защите
зав. кафедрой туризма и
гостеприимства
_____ А.И. Фишелева

«___» _____ 201__ г.

Научный руководитель:
Е.Г. Радыгина,
канд. пед. наук, доцент

«___» _____ 201__ г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММ ВЫХОДНОГО ДНЯ В ГОСТИНИЦАХ..	5
1.1. Понятие и особенности разработки программ выходного дня.....	5
1.2. Технология проектирования программ выходного дня в гостиницах.....	19
ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ «СЕМЕЙНЫЙ КВЕСТ» ДЛЯ ГОСТЕЙ ГОСТИНИЦЫ «ИЗУМРУД» ..	29
2.1. Характеристика гостиницы «Изумруд» и анализ потребности в программе выходного дня.....	29
2.2. Содержание программы выходного дня «Семейный квест» для гостей гостиницы Изумруд» ..	36
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	43
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	46
ПРИЛОЖЕНИЕ. Анкета. ..	49

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире гостиницы предоставляют не только услуги по проживанию и питанию, но и широкий спектр дополнительных услуг и развлекательных мероприятий. Гостиница в структуре индустрии туризма предлагает полный пакет услуг для комфортности посетителей: в формировании и продвижении которого принимают участие все сектора индустрии, как туризма, так и гостеприимства.

Растет спрос на программы выходного дня из-за многих причин, таких как повышение активности жизни, снижение уровня безопасности за границей, рост стоимости доллара, а, следовательно, стоимость путевок на привычные 7-14 дней тоже очень выросла, тур выходного дня не так бьет по карману.

В качестве специальных предложений, своим гостям гостиничные предприятия предлагают различные развлекательные программы, в основном рассчитанные на семьи с детьми. Это и программы на сплочение семьи, так и просто развлекательные программы. Многие из них тематические и сезонные, как например Уральская резиденция Деда Мороза. В последнее время, в моду вошли квесты.

Квест (англ. quest), или приключенческая игра (англ. adventure game) — один из основных жанров компьютерных игр, представляющий собой интерактивную историю с главным героем, управляемым игроком [40].

Актуальность состоит в том, что программы выходного дня, помогут привлечь гостей в гостиницу «Изумруд».

Проблема заключается в необходимости разработки программы выходного дня гостиницы «Изумруд».

Объект исследования – комплекс дополнительных услуг гостиницы.

Предмет исследования – программа выходного дня для гостиницы «Изумруд» (г. Новоуральск Свердловской области).

Цель выпускной квалификационной работы – сформировать программу выходного дня для гостиницы «Изумруд».

Задачи работы:

- определить понятие и особенности разработки программ выходного дня;
- изучить технологию проектирования программ выходного дня в гостиницах:
- провести анализ потребности в программе выходного дня;
- разработать программу выходного дня «Семейный Квест» для гостиницы «Изумруд».

Структура работы: введение, две главы, заключение, список источников и литературы, приложения.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММ ВЫХОДНОГО ДНЯ

1.1. Понятие и особенности программ выходного дня

Рекреация выходного дня направлена на удовлетворение жизненно необходимых потребностей человека: отдых, оздоровление, культурное развитие. Кроме того, во многих странах рекреационно-туристическая деятельность является отдельной отраслью экономики, становится важнейшим фактором стабилизации и дальнейшего ее развития. Среди основных ее видов выделяются курортно-оздоровительный отдых и туризм [5, с. 28].

Учитывая возросший интерес к кратковременным видам отдыха, необходимо определить степень теоретической изученности данной сферы, ее востребованности в практической деятельности туристских организаций. Проблемы развития туризма и оздоровления трудящихся в конце рабочей недели, а также направления их решения изучены и представлены в работах В.К. Мамутова, Б.В. Буркинского, В.К. Симоненко, М.И. Долишнего,

А.Г. Бобковой, Г.М. Алейниковой, А.И. Серебрякова, А.П. Юрьева, П.В. Гудзя, И.В. Бережной, С.К. Харичкова и др

Как часто люди ждут выходного дня в надежде немного отдохнуть, но проводят их в домашних хлопотах и делах. Не лучше ли отдохнуть в выходные по-настоящему, позволить себе отдых. Наиболее привлекательно в коротком отдыхе - разнообразие возможностей. Программы выходного дня отличаются своей универсальностью: семейные, в компании друзей, корпоративные или индивидуальные. Влюбленные пары могут найти для себя большое количество разнообразных романтических программ выходного дня. Так же, необходимо отметить, что понятие программа выходного дня пересекается с понятием тур выходного дня, в большинстве источников они употребляются как синонимы. Туры выходного дня,

позволят вырваться из повседневности и отлично отдохнуть. Туристические фирмы, организовывая такие путешествия, продумывают и организуют все до мелочей. И комфортабельный автобус, и питание, и проживание. Такие туры – прекрасная возможность лучше узнать коллег по работе, познакомиться с новыми людьми или укрепить семейные взаимоотношения [17, с. 265].

Программы выходного дня представляют собой двух - трехдневный отдых захватывающие, как правило, только один рабочий день – пятницу.

Изучение исторических и социальных аспектов развития форм отдыха имеет первостепенное значение в современном обществе с кардинальными изменениями во всей системе досуговой деятельности граждан, которые проявились не только в актуализации ценностей досуга, но и в его качестве, сформировав новую идеологию свободного времяпровождения [7, с. 89].

Одной из форм проведения досуга является туризм, который, по определению Всемирной туристской организации, представляет собой деятельность людей, путешествующих и останавливающихся в местах вне их обычного окружения на период не более последовательного года для досуга, бизнеса или с другими целями, не сопряженными с деятельностью, подлежащей вознаграждению в месте пребывания. Туризм как средство проведения досуга позволяет формировать личность и в связи с этим является одной из важных социокультурных ценностей [14, с. 132].

XX век, по мнению большинства исследователей разных отраслей знаний, называют одной из точек бифуркации. Именно этот этап развития человечества характеризуется резким повышением удельного веса обновлений и инноваций, обусловленных целым рядом глобальных эволюционных процессов. Сфера туризма также подверглась влиянию этих процессов. Старые формы культуры отдыха остаются в прошлом, им на смену приходят новые.

Как показывает опыт стран с развитой рыночной экономикой, гостиничный бизнес является одним из рентабельных видов

предпринимательской деятельности, несмотря на то, что он требует значительных финансовых ресурсов для развития материально - технической базы и сферы сервиса [10]. Практика функционирования субъектов гостиничного бизнеса показала, что большинство из них заинтересована в обслуживании иностранных граждан, поскольку эта категория гостей наиболее платежеспособная и пользуется услугами сервиса, тратит средства на развлечения, а главное - может себе позволить занять номера более высокой стоимости. В условиях конкуренции гостиничные предприятия работают в направлении расширения перечня предоставления сервисных услуг, являются дополнительными, источником получения доходов и средством повышения конкурентоспособности. Учитывая возросший интерес к кратковременным видам отдыха, одним из средств повышения конкурентоспособности стали – программы выходного дня.

Изначально программы выходного дня были придуманы для деловых людей, у которых просто не хватает времени на отпуск, которым даже на недельку сложно вырваться, не говоря уж о полноценном месячном отпуске [14, с. 26].

Развлекательный туризм - самый популярный в мире и самый богатый в плане разнообразия вид туризма. Как свидетельствует само название, основной целью развлекательных тур-поездок являются те или иные развлечения. Безусловно, развлекательные туры подразделяются по характеру этих развлечений.

Разовые или периодические туры обычно организовываются в связи с какими-либо праздниками или масштабными массовыми мероприятиями.

Регулярные развлекательные туры – это поездки в постоянно действующие и широко известные места развлечений. В качестве характерных примеров можно привести Московский зоопарк и цирк на проспекте Вернадского.

Развлекательные туры (основа туров выходного дня). Основная их цель, естественно, - развлечение во время туристской поездки. Самыми

распространенными развлекательными турами являются «туры в конце недели» (week-end tour).

Тур выходного дня — это краткосрочная поездка продолжительностью от 3 до 5 суток, поэтому это уникальная возможность совершать путешествия для людей, которые ограничены во времени и никак не могут позволить себе отправиться в долгосрочное путешествие. В настоящий момент это один из самых востребованных видов туристских услуг. В связи с тем что, большая часть населения проживает в больших городах и мегаполисах с постоянным, зачастую агрессивным, информационным потоком и не самой лучшей экологией, то туры и различные рекреационные программы выходного дня, могут решить некоторые проблемы и удовлетворить потребности людей в систематическом кратковременном отдыхе и восстановлении физических и духовных сил. Туристические компании России предлагают широкий выбор развлекательных программ такого рода. Благодаря популярности программ выходного дня появилась возможность рассматривать их как отдельный востребованный турпродукт [34, с. 89].

Программы выходного дня — великолепный вид отдыха, позволяющий в кратчайшие сроки и «без отрыва от производства» стряхнуть с себя офисную пыль, жадно вдохнуть новых впечатлений и обрести заряд бодрости в ожидании полноценного отпуска. За два с половиной дня уикенда (которые при желании отдыхающего расширяются до трёх) можно успеть слетать на море, «хватить» дозу живописи, ваяния и зодчества в европейских столицах, посетить выставку в Шанхае или оперный спектакль в «Ла Скала», наконец, просто расслабиться в горячих источниках Яловы или подмолодиться в клинике в Лозанне. А при современном развитии рынка авиаперевозок, железнодорожного сообщения и автомобильного движения даже самые отдалённые уголки планеты оказываются на расстоянии вытянутой руки [34, с. 90].

Программа выходного дня — явление, появившееся на туристическом рынке сравнительно недавно, но уже успевшее набрать целые армии

почитателей. Особенно актуален такой короткий отдых в условиях постоянной занятости жителя мегаполиса: вырваться в отпуск дважды в год на две недели считается нормой. Так что нет ничего удивительного, что выходные хочется провести увлекательно: не просто валяясь на диване, а насыщаясь новыми впечатлениями и ощущая прилив сил для новых свершений. Да и по стоимости программы выходного дня не сказать чтобы сильно били по карману: конечно, дома сидеть дешевле, но если вы привыкли выходить с семьёй или друзьями «в свет», стоимость такого «похода» будет примерно равна поездке на уикенд по городам Золотого кольца или бюджетному автобусному туру до ближайшей европейской столицы [34, с. 91].

Основные программы - экскурсионные и развлекательные. Экскурсия, как правило, предоставляется одна - обзорная по городу. Основное же направление - развлечения согласно выбранному их виду. Один из видов услуг на таких турах - участие в фестивальных программах, праздничных мероприятиях, проходящих в месте отдыха. При посещении тематических парков - собственно их посещение (обеспечение туристов входными билетами, часто по льготным ценам). Вечерние мероприятия развлекательного характера, как правило, обязательны (ресторан, специальный концерт и т.п.). Питание - чаще всего полупансион (завтрак, ужин). Ужин при этом часто приходится на вечерние мероприятия и может войти или не войти в цену путевки в зависимости от обязательности и привлекательности мероприятия. То есть при планировании питания учитывается, входит или не входит ужин в досуговую или даже вечернюю экскурсионную программу [22, с. 109].

Развлекательные программы могут быть двух разновидностей:

1) Периодические, или разовые программы - организуются на праздники (рождественские туры), во время каникул, на традиционные фестивали (Венецианский, в Рио-де-Жанейро) или могут быть приурочены к

каким-то разовым событиям или мероприятиям (например, 1000-летие христианства или празднование каких-то крупных национальных дат и т.п.).

2) Регулярные, или постоянно действующие, программы - к специально созданным местам постоянно действующих развлечений (Солнцепарк или другие тематические парки); другие более мелкие или менее известные места развлечений, привлекающие туристов [23].

Для успешного проведения программ выходного дня можно выделить две группы важных задач и методик:

- туристскую программу обслуживания;
- проживание;
- досугово-развлекательные услуги;
- питание;
- спортивные программы;
- экскурсионное обслуживание;
- транспортные услуги, бытовые услуги и др.

Из комплекса этих услуг формируется программа обслуживания туристов.

Как и у любого другого вида отдыха, у программ выходного дня есть свои плюсы и минусы. Преимущества очевидны — возможность уложиться в отведённые государством два выходных дня в неделю, развеяться и при этом не вылететь в трубу. Однако есть и недостатки. В первую очередь, это невозможность отдохнуть полноценно: выгнать накопившийся стресс, вдумчиво погулять по достопримечательностям и действительно ощутить неповторимый темп жизни в другой стране. Во-вторых, стоит быть готовым к тому, что при выборе программы выходного дня активность предстоит достаточно серьёзная: перелёт или переезд, расселение в отеле, экскурсии... Расслабиться получится скорее морально, чем физически, и может произойти так, что после уикенда, проведённого в поездке, захочется отдохнуть, а не выходить на рабочую неделю с новыми силами, которых, увы, нет [12, с. 93].

Расширение географии программ выходного дня — характерная (и приятная) особенность последних лет. И связано это не только с развитием туризма в России, ведь сегодня практически в каждом интересном и старинном городе нашей необъятной можно с комфортом остановиться на несколько дней. Весомую лепту вносит и расширение географии полётов российских и иностранных авиакомпаний, увеличение количества рейсов по определённому направлению в день и снижение стоимости авиабилетов. Всё это позволяет без хлопот буквально промчаться галопом по Европам — да с такой скоростью, что гусарам и не снилось. Конечно, в более отдалённые уголки планеты по-прежнему не получится «смотреть на пару дней» (хочется верить, наука позволит сделать это в обозримом будущем), однако стран, расположенных на расстоянии до 4 часов лёта от Екатеринбурга, немало и хватит их определённо не на одни выходные [35].

Мировой туризм имеет ряд важных тенденций, одной из которых является рост краткосрочных поездок на выходные дни или на две-три ночевки. Им отдают предпочтение, в основном, молодые туристы, которые пытаются совершить путешествие на несколько дней, не допуская длительных перерывов на работе.

Организация программ выходного дня становится все более перспективным направлением современного туристического бизнеса. История популярности туров выходного дня началась еще в семидесятых. Считается, что родоначальниками организации туров выходного дня стали молодые британцы, оценившие возможность за одну поездку в динамичном режиме посмотреть сразу несколько стран континентальной Европы, притом за небольшие деньги. Русские туристы начали активно пользоваться этим видом услуг на двадцать лет позже. Основными преимуществами этих туров на тот момент были дешевизна, быстрота, а еще возможность приобрести за границей дефицитные товары в больших количествах. Сегодня туры за покупками имеют резко снижающуюся динамику.

На протяжении последних десяти лет динамика спроса на туризм в выходные дни почти не меняется, резких падений и взлетов не происходит. Пик потребительской активности традиционно попадает на начало мая, затем продажи держатся на стабильно высоком уровне с июня по сентябрь (самый «жаркий» месяц — август), а потом оживляются во время ноябрьских школьных каникул и новогодних праздников. С середины ноября по конец декабря, а также со второй половины января до середины марта наступает низкий сезон [21, с.56].

Большинство туристов, перед тем как обратиться непосредственно в туристическое агентство, ищут информацию о программах в Интернете. При поисках необходимой информации всегда используется одна из поисковых систем. В России наибольшей популярностью пользуются 4 поисковые системы.

Выделим их по популярности именно в нашей стране:

- Yandex. Его доля в поисковом рынке – 54.1%
- Google. долю рынка – 35.1%. Google является крупнейшей поисковой системой в мире.
- Search.mail.ru. Доля рынка 8.3%. Компания Mail.ru начинала свое существование как почтовый сервис, но сейчас она предоставляет, кроме него, еще 40 крупных сервисов, в том числе и поисковый.
- Rambler. Доля рынка - 0.8%.

Проанализируем спрос на программы выходного дня у пользователей основной поисковой системы «Yandex» за «ноябрь 2016».

В результатах подбора выводится статистика запросов на Яндекс, включающих заданное слово или словосочетание, и других запросов, которые делали искавшие его люди.

Цифры рядом с каждым запросом в результатах подбора слов дают предварительный прогноз числа показов в месяц, которое получается, при выборе этого запроса в качестве ключевого слова.

За месяц (среднее значение в месяц в период с ноября 2015 до ноября 2016 г.) общее количество запросов фразы «программа выходного дня» — 56 390.

Рассмотрим региональную популярность фразы «программа выходного дня» по данным поисковой системы «Яндекс» в таблице 1.

Таблица 1

Региональная популярность фразы «программа выходного дня» по данным поисковой системы «Яндекс»

Регион	Показов в месяц	Региональная популярность
Евразия	56 363	100%
Россия	46 646	101%
Центральный федеральный округ	15 317	90%
Москва и Московская область	8 959	76%
Уральский федеральный округ	7 442	192%
Свердловская область	2 556	151%
Екатеринбург	1 976	157%
Смоленская область	1 775	1 088%
Республика Коми	38	15%

Необходимо отметить, что региональная популярность» - это доля, которую занимает регион в показах по данному слову, деленная на долю всех показов результатов поиска, пришедшихся на этот регион. Популярность слова/словосочетания, равная 100%, означает, что данное слово в данном регионе ничем не выделено. Если популярность более 100%, это означает, что в данном регионе существует повышенный интерес к этому слову, если меньше 100% - пониженный.

В качестве сравнения были выбраны самые крупные регионы России, а также регионы с наибольшей и наименьшей региональной популярностью. Самая большая региональная популярность в Смоленской области -1088%, самая низкая – в Республике Коми – 15%. Урал, Свердловская область и Екатеринбург имеют повышенные показатели больше 100%.

Для более объективного видения ситуации относительно спроса на программы выходного дня, рассмотрим данные еще одной поисковой системы. Проанализируем спрос на программы выходного дня у пользователей второй по популярности поисковых систем «Google» за период «ноябрь 2015» - «ноябрь 2016».

У «Google» имеется целых два сервиса, которые можно применять в качестве статистики ключевых запросов. Статистику «Google» для подбора ключевых слов часто используют в качестве дополнительного инструмента для расширения семантического ядра. Этим сервисом обычно самостоятельно определяется язык и регион для поиска, задача оптимизатора – составление стартового набора слов. В результате система предложит вам аналогичные запросы, указав частоту их показов и конкурентность.

Так же рассмотрим данные на рисунке 1

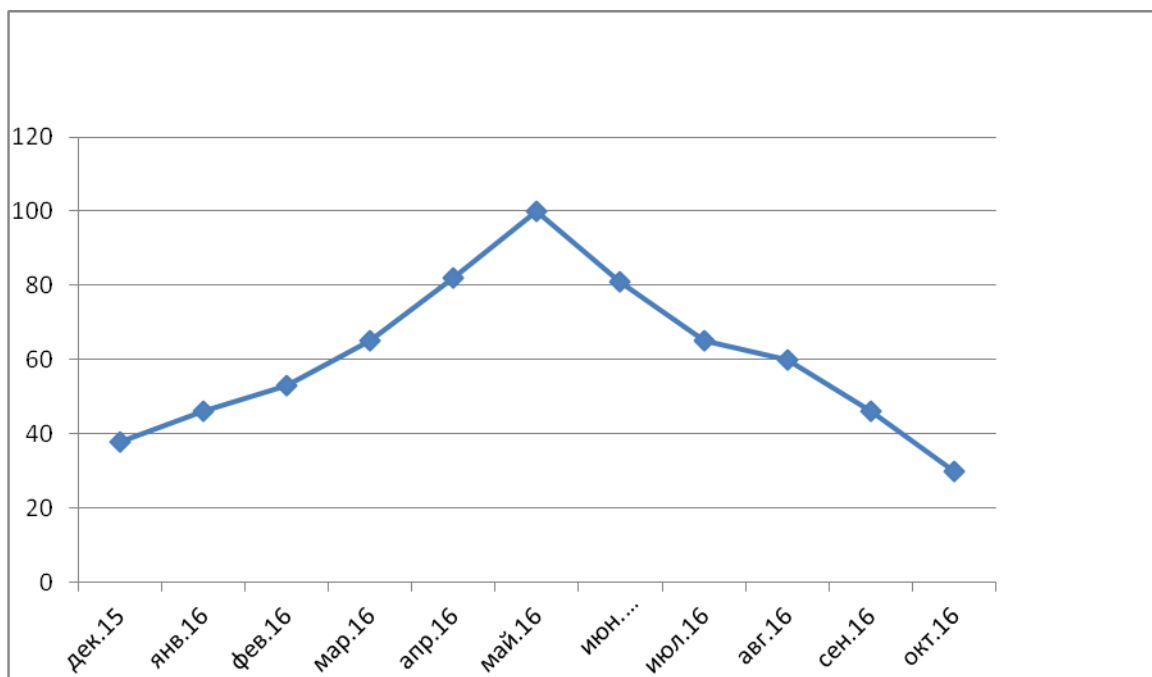


Рис. 1. Спрос выходного дня

Как видно из диаграммы, спрос на программы выходного дня особенно высок в июне, что связано с тем, что июнь всегда был самым популярным месяцем для отпусков в связи с наиболее благоприятными

погодными условиями. В декабре наблюдается спад, больше чем в два раза, по сравнению с летними показателями, но, несмотря на это, показатели по всем месяцам из года в год растут, что свидетельствует об общем увеличении спроса на данный тип программ.

Таким образом, программы выходного дня приобретают всё большую популярность во всём мире, так как имеют ряд преимуществ перед другими видами туров, предлагаемых на туристском рынке.

Анализ плюсов и минусов туров выходного дня представлен в таблице 3.

Таблица 3

Преимущества и недостатки развлекательных программ выходного дня

Плюсы	Минусы
Существенная экономия времени.	Повышенная физическая нагрузка.
Цена.	Эмоциональная нагрузка.
Универсальность	Ограничение времени на осмотр достопримечательностей
	Здоровье.

Более подробно рассмотрим положительные стороны развлекательных программ выходного дня:

1) Существенная экономия времени.

Развлекательные программы на один - два дня — это короткий отдых, помогающий рекреации сил и здоровья.. В современных условиях общей занятости, большинство не может позволить себе отпуск по длительностью в месяц. Поэтому по статистике кадровых агенств, большинство, жителей Росиии разделяют свои ежегодные отпуска по неделе или максимум по 14 дней. Таким образом, у них есть возможность выезжать на отдых 2, а то и 3 раза в год.

2) Цена.

Относительно длинных поездок, короткие путешествия стоят дешевле, но при этом позволяют туристу, откинуть бытовые проблемы и забыть о повседневной жизни, окунувшись в отдых.

3) Универсальность.

Нет ограничений, как именно должен отдыхать турист. С семьей, друзьями, коллегами по работе, а может и индивидуально.

Рассмотрим минусы программ выходного дня более подробно:

1) Повышенная физическая нагрузка.

В первую очередь программы выходного дня, это невозможность отдохнуть полноценно: выгнать накопившийся стресс, вдумчиво погулять по достопримечательностям и действительно ощутить неповторимый темп жизни в другой стране. Во-вторых, стоит быть готовым к тому, что в программе выходного дня активность вам предстоит достаточно серьезная: перелёт или переезд, расселение в отеле, экскурсии... Расслабиться получится скорее морально, чем физически, и может произойти так, что после уикенда, проведённого в поездке, вам захочется отдохнуть, а не выходить на рабочую неделю с новыми силами, которых увы, нет.

2) Эмоциональная нагрузка.

Для тех, кто не может, не любит и не умеет обрабатывать большое количество информации за короткое время, данный вид отдыха так же не из лучших.

3) Ограничение времени. Зачастую программа выходного дня включает в себя еще и экскурсионную часть. И получается, что экскурсионная программа сильно сжата, что не позволяет полностью раскрыть тему поездки и рассмотреть все достопримечательности города

4) Здоровье.

Если говорить о турах выходного дня, то они оставляют печать на здоровье. Будь то поезд или самолёт, нагрузки на него ложатся немалые — и это за короткий промежуток времени. При этом по прибытии на место назначения гостям вряд ли захочется отдыхать, не двигаясь в номере отеля —

впереди достопримечательности, экскурсии, прогулки по городу. Так что если туристы не чувствуют в себе сил на марш-броски, необходимо выбирать программу выходного дня поближе. Ну и отдельная тема — резкая смена климата. Если вы летите на три дня из заснеженной Москвы в жаркий Египет, а потом возвращаетесь опять в холода и метели, готовьтесь к простуде, которая увя, сведёт на нет все душевные и физические результаты поездки. Поэтому на такой краткий период как уикенд лучше выбирать страны со схожим климатом или путешествовать по близлежащим городам России.

Среди недостатков особо бы хотелось выделить цену. Мы прописали ее в плюсах, однако можно, и отнести ее же к минусам. Ведь если говорить об экономии, то за сутки при долгом путешествии, по стоимости выходят туристу дешевле.

Ценовая «вилка» программ выходного дня довольно большая. Поездки на выходные по ближайшим городам Урала обходятся в сумму от 5000 RUB.

Автобусные или железнодорожные туры на выходные в страны Восточной Европы также сравнительно недороги — стоимость самых бюджетных вариантов начинается уже от 250 EUR. Как правило, такие программы включают одну или две ночи в отеле. Первую и последнюю ночь туроператоры целесообразно используют под переезд, чтобы не терять драгоценное время.

Ну и конечно, на выходные вполне можно успеть слетать к морю. Продолжительность перелёта до курортов Средиземного моря из Екатеринбурга — не более 4 часов, до Адриатики — около 3-3,5 часов, а до круглогодично тёплых курортов Красного моря и Персидского залива — 4 часа с небольшим ...

Проанализировав таблицу 3, можно сделать вывод о том, что, несмотря на всю свою привлекательность, программы выходного дня обладают рядом минусов, которые отторгаю значимую часть туристов. Но, несмотря на это, туроператоры стараются наиболее тщательно проработать программы

выходного дня, сделав их наиболее интересными, для минимализации неудобств, которые могут остаться незамеченными, а клиенты были бы удовлетворены качеством предоставляемых услуг.

В первом параграфе главы нам необходимо было выявить, что же является свободным временем, досугом, а что рекреацией. Поскольку эти понятия являются основополагающими, то для более полного и глубокого исследования, нужно было внести ясность и дать точное определение. Так же, что такое туры и программы выходного дня.

В целом можно отметить, что рекреация – часть свободного времени направленная на восстановление сил человека на специализированных территориях, в основном за пределами постоянного места жительства. В то время как досуговая деятельность не ограничена территориальными рамками. Иными словами, рекреационное время – это часть свободного времени, используемого для рекреационной деятельности, удовлетворении рекреационных потребностей.

Программа выходного дня весьма широкое понятие, поэтому необходимо выявить его разновидности, определить методики его проведения, а также мотивы туристов которые влияют на выбор того или иного различного по наполнению программы.

Изначально программы выходного дня были разработаны для деловых людей, у которых просто не хватает времени на отпуск, которым сложно вырваться, не говоря уж о полноценном месячном отпуске.

Мы часто ждем выходного дня в надежде немного отдохнуть, но зачастую проводим их в домашних хлопотах и делах. Целесообразней и полезней с точки зрения последующей продуктивности позволить себе программы выходного дня, с её разнообразием природы, замечательными старинными городами и музеями, предоставляет множество возможностей для туристов. Наиболее привлекательно в этих мини-путешествиях – разнообразие возможностей; предлагаются универсальные программы: семейные путешествия, корпоративные или программы отдыха в компании

друзей. Супружеские пары могут организовать себе программу выходного дня просто как «романтическое" путешествие». Такие мини-путешествия, как программы выходного дня, позволят вырваться из повседневности и отлично отдохнуть.

Программа выходного дня представляют собой 2-3 дневный отдых захватывающие, как правило, только один рабочий день - пятницу, различной направленности:

познавательный туризм - не зависит от возрастной принадлежности туристов, а только от круга его интересов. Интересовать человека может многое, а особенно что-то непривычное и необычное, ранее не виденное и неизвестное. Поэтому при разработке рынка, при рекламе особое внимание нужно уделять освещению именно этих сторон туристского маршрута.

Существуют две разновидности познавательных программ:

- 1) стационарные - с пребыванием туристов в одном городе, туристском центре;
- 2) маршрутные - посещение нескольких населенных пунктов и центров достопримечательностей, выстроенное в виде маршрута путешествия.

3) развлекательные (основа программ выходного дня). Основная их цель, естественно, - развлечение во время туристской поездки. Развлекательные туры все, как правило, имеют непродолжительный срок проведения. Их продолжительность составляет обычно 2-4 дня. Самыми распространенными развлекательными турами являются "туры в конце недели" (week-end tour). Основные программы - экскурсионные и развлекательные.

Особых принципиальных различий между туром и программой выходного дня не выявлено. Тура без программы быть не может, а программа выходного дня без путешествия – может.

Было выявлено, что каждый вид программы выходного дня, имеет особую специфику организации обслуживания туристов, распределения времени и предоставления услуг, технологии обслуживания туристов.

1.2. Технология проектирования программ выходного дня в гостиницах

Программное обслуживание - это набор запланированных услуг, распределенный по дням и времени их предоставления.

Говоря о программном обслуживании туристских программ - это всегда тематическая направленность. Набор услуг, зависящий от цели отдыха и уровня требуемого комфорта, определяется тематикой программы. Содержание любой туристской программы включает:

- основные услуги, которые соответствуют целям целевой аудитории;
- дополнительные и сопутствующие услуги [14, с.56].

Для внедрения программного обслуживания необходимо следующее:

- специальная подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров;
- разработка типовых сценариев и циклов рекреационных занятий;
- активное развитие туристской инфраструктуры;
- государственная поддержка частных предпринимателей;
- гарантия защиты прав потребителей;
- организация системы реализации запроса таким образом, чтобы потребитель мог участвовать в конструировании программы собственного отдыха;
- дифференцированный подход к обслуживанию различных групп населения, связанных общностью социально-психологических признаков и интересов;
- специализация туристских предприятий по отдельным видам программ обслуживания.

В числе параметров для дифференциации программ туристского отдыха и путешествий могут быть выделены:

- основные виды рекреационной деятельности (рекреационные занятия, циклы и системы занятий);
- основные группы населения, на которые рассчитаны программы;
- степень ориентации и зависимости от материально-технической базы, рекреационных ресурсов и туристской инфраструктуры;
- пространственно-временная локализация, социально-функциональная направленность (оздоровление, общение, познание) [12, с.65].

В первую очередь при программном обслуживании должны использоваться желания целевой аудитории. Необходимо отметить, что мотивы и стремления клиентов не всегда отчетливо сформулированы. При описании мотивов и стремлений потенциальных клиентов, необходимо разработать определенную классификацию, при выборе того или иного вида отдыха.

Мотивы клиентов при выборе вида того или иного вида отдыха зависят от многих факторов. Среди которых, можно выделить внутренние факторы: такие как возраст клиента и уровень жизни, а так же внешние: особенности национальной культуры, мода и т.д. Стоит так же отметить, что специалисты, среди всего многообразия, выделяют наиболее похожие мотивы, присутствующие у значительного большинства клиентов. Для них обычно, составляется большинство стандартных программ обслуживания.

Виды программ имеют особую специфику организации обслуживания туристов, распределения времени и предоставления услуг, технологии обслуживания туристов. Программа обслуживания туристов всегда строится основываясь на основной цели путешествия. Но стоит отметить, что, не смотря на все разнообразие программ, всегда соблюдается принцип «Цель отдыха - тип программы» [17].

При невыполнении этого основополагающего принципа, как при организации программы, так и при ее составлении, любая работа становится обреченной на провал, в не зависимости от качества и категории услуг, так как для туриста лишь, когда цель путешествия выполнена, то и обслуживание считается качественным. Если цель отдыха не достигнута (к примеру, цель отдыхающего была полежать на диване, а пришлось лазить по горам) то впечатления его вполне возможно будут отрицательные. А соответственно, спрос на такое туристское обслуживание падает. Это же касается и безликих программ, составленных из услуг различной направленности и тематики и не отвечающих потребностям того или иного сегмента потребителей. Любая программа обслуживания должна быть сориентирована на конкретного потребителя и соответствовать его целевым мотивам [17, с. 88].

Разработка программы выходного дня для каждой гостиницы носит различный характер. Это напрямую зависит от достоинств и недостатков предприятия, а также от того комплекса задач, которое оно перед собой ставит по достижению определенных результатов по сглаживанию разницы между загрузкой в низкий и высокий сезоны. Конкурентным преимуществом и является в данном случае позиционирование на рынке гостиничных услуг своих достоинств, т.е. ключевых факторов успеха и сглаживание недостатков через организацию скидок и дополнительных услуг [5].

Для элемента продвижения следует избрать проведение следующих мероприятий: разработка буклетов с программой выходного дня и специальных программ для молодоженов, а также корпоративных мероприятий для организаций, возможно, для элитных учебных заведений и т.п. Такой компонент коммуникативного маркетинга, как связи с общественностью не потребует больших затрат, но очень важен для создания благоприятного имиджа гостиницы. Это могут быть статьи в журналах о проведении различных мероприятий в отеле с ненавязчивой рекламой широкого набора услуг гостиницы и высокого уровня подготовки персонала

отеля. Также это и создание обзорного стенда на территории гостиницы в доступном для гостей месте с историей отеля, его особенностями и кратким описанием характера и внешних и внутренних данных основных сотрудников гостиницы. Надо отметить, что информация должна быть исключительно положительной, недвусмысленной и в то же время ненавязчивой.

Для персональных продаж как основного и наиболее направленного элемента коммуникативного комплекса маркетинговых мероприятий гостиницы характерны следующие составляющие. Рост качества обслуживания и предлагаемых услуг, для увеличения постоянных клиентов подразумевает, что хорошее обслуживание одного клиента и создание у него благоприятного впечатления о гостинице позволит, используя элемент рекламы из уст в уста, привлечь новых гостей без каких-либо материальных затрат, т.е. одна лишняя улыбка и лишнее участие в решении проблем клиента может в дальнейшем служить лучшей рекомендацией для гостиницы. Здесь очень важна психологическая составляющая работы в отеле, которая должна передаваться от старших и более опытных сотрудников к новым и менее опытным [21, с. 103].

Если говорить о туризме в нашем регионе, то для того, чтобы превратить туризм на Урале в одну из самых эффективных отраслей хозяйства требуется следующее:

- координация всей туристской деятельности на Урале;
- исследование конъюнктуры рынка туристских услуг;
- организация службы маркетинга и рекламы, обеспечивающей все туристские и обслуживающие учреждения и предприятия услугами на коммерческих началах;
- создание единой информационной службы по всем объектам туризма;
- осуществление нормотворческой деятельности;
- проведение сертификации туристских учреждений;

- разработка и осуществление налоговой политики, стимулирующей развитие туризма;
- создание комплексной системы для подготовки кадров по обслуживанию туристов на всех уровнях и в соответствии с международными стандартами сервиса;
- разработка практических мер по активному привлечению отечественного и иностранного капитала в развитие туризма.

Урал обладает ценными ресурсами для развития туризма - природными, культурно-историческими, но в настоящее время они используются недостаточно. В перспективе Уральский край может стать одним из основных рекреационных районов Российской Федерации.

На Урале, все виды отдыха, туризма и санаторно-курортного лечения имеют возможности для высокого развития благодаря разнообразию рекреационных ресурсов и контрастности ландшафтов. В общероссийском масштабе на Урале выделяются следующие виды отдыха:

- санаторно-курортное лечение;
- оздоровительный туризм;
- горно-спортивный туризм;
- экскурсионно-познавательный отдых.

Учитывая большую уязвимость природных зон, в программе необходимо предусматривать организацию сети природоохранных территории, в которых должна быть полностью запрещена любая хозяйственная, в том числе рекреационная деятельность.

Для активизации этого направления в туризме – программ выходного дня, необходимо создать льготы и преференции для предприятий туристической инфраструктуры в малых городах, заинтересовать предпринимателей, изменить систему распределения налогов. Если бы большая часть налогов от продажи основных и дополнительных услуг оставалась в туристическом центре, то и местные власти старались бы активизировать эту деятельность, и местные жители видели бы результат

притока туристов - благоустройство городов, улучшение системы общественного обслуживания. Для этого нужно внесение изменений в налоговое законодательство.

Необходим реальный стимул активизации туристической инфраструктуры на местах (анимация, театрализованные представления, этнографические предприятия питания). Это создало бы attractive рабочие места для выпускников вузов - выходцев из этих мест.

Комплексная оценка рекреационных ресурсов показывает, что природный и историко-культурный материал Урала позволяет организовать многоплановое и содержательное обслуживание различных контингентов отечественных и иностранных туристов на самом высоком уровне, значительно увеличить доходы, как российского федерального бюджета, так и бюджетов республик, краев, областей и округов, сделать туризм важным источником валютных поступлений.

Потенциальные клиенты предприятий гостеприимства Свердловской области - в основном, это приезжие в регион туристы по индивидуальным турам. Их можно классифицировать по двум категориям: туристы, цель которых отдых или оздоровление и туристы, путешествующие небольшой группой, отмечая какой-либо праздник. Как правило, средний возраст индивидуальных гостей от 25 до 50 лет. Если провести анализ стоимости размещения в предприятиях гостеприимства Свердловской области, то видно значительный разброс и явное завышение цен (основная жалоба постояльцев на различных сайтах с отзывами). Так же, очень слабое место гостеприимства в Свердловской области - Интернет, даже не смотря на 2016 год, не везде есть wi-fi, нет собственного сайта и возможностей бронирования через всемирную сеть, при этом многие средства размещения не работают с турфирмами, так же многие не возможен безналичный расчет. Как правило, завышенные цены на услуги не отвечают реальному уровню сервиса. Многие средства размещения не реставрировались с момента их постройки [27, с. 56].

Следует также отметить, что на Уральском туристском рынке очень мало программ выходного дня, которые выделялись бы своей уникальностью и могли бы заинтересовать не только ценой, но и содержанием. Туроператорам стоит задуматься о создании какой-либо «изюминки» в экскурсионной программе, которая бы отличала этот туристический продукт от десятков похожих.

Подведем итоги.

Этапы разработки программы:

- установление нормируемых характеристик тура;
- установление технологии процесса обслуживания туристов;
- разработка технологической документации;
- определение методов контроля качества;
- анализ проекта.

Документация, конкретизирующая требования к процессу обслуживания туристов, должна включать:

- описание процессов, форм и методов обслуживания туристов;
- значение характеристик процесса обслуживания туристов;
- количество персонала и уровень его профессиональной подготовки;
- договорное обеспечение туров.

Анализ проекта - завершающий этап проектирования, целью которого является подтверждение следующей информации:

- характеристики проектируемого тура обеспечивают безопасность жизни и здоровья туристов и охрану окружающей среды;
- требования к процессу обслуживания туристов соответствуют запроектированным характеристикам услуг;
- методы контроля качества обеспечивают объективную оценку характеристик процесса обслуживания [31, с. 165].

В следующей главе, мы предлагаем программу выходного дня для семей, а значит необходимо проанализировать, что требуется при организации семейных программ.

При организации семейных программ необходимо учитывать следующие особенности:

- Возраст. Изменения в возрастной структуре населения так или иначе оказывают влияние фактически на все отрасли бизнеса. Менеджеров гостеприимства больше интересует возраст населения, нежели его фактическая численность. Необходимо следить за тенденциями в возрастных сегментах населения страны и определять их влияние на туристский и гостиничный спрос.

- Дети. Рост количества новорожденных является нежелательным обстоятельством для менеджеров туризма и гостеприимства, так как семьи с младенцами и маленькими детьми больше предпочитают оставаться дома, нежели путешествовать. К тому же в таких семьях часть дохода, которая могла бы быть потрачена на отдых, тратится на маленьких детей.

- Подростки составляют важный сегмент рынка, так как они располагают значительной индивидуальной покупательской способностью и оказывают большое влияние на членов семьи в решениях, относительно совершаемых покупок и мест проведения отпуска, особенно в семьях с большим достатком.

- Сегмент молодых людей на туристском рынке состоит из двух возрастных категорий: от 18 до 24 и от 25 до 34 лет. Эти категории располагают значительной двигательной способностью и влиянием, так как они наиболее многочисленны. Поскольку они представляют собой большую группу людей, можно определить комплексные тенденции в данном сегменте: относительно позднее замужество, появление в семье первого ребенка, небольшое домашнее хозяйство, важность карьеры для обоих взрослых членов семьи. На туристском рынке для молодых людей существуют две наиболее часто встречающиеся подгруппы: молодые одиночки и молодые семьи без детей.

Если рассматривать семьи как потребителей гостиничных услуг, то мы можем выделить основные характеристики:

- цель прибытия в гостиницу;
- возрастная категория гостей;
- по сезону;
- семьи с детьми и без детей.

Во втором параграфе первой главы мы проанализировали программное обслуживание туристских программ. Было выявлено, что эта работа всегда имеет тематическое направление. Набор услуг, зависящий от цели отдыха и уровня требуемого комфорта, определяется тематикой программы.

Также было выявлено, что необходимо для внедрения программного обслуживания. Разработка программы выходного дня для каждой гостиницы носит различный характер. Это напрямую зависит от достоинств и недостатков предприятия, а также от того комплекса задач, которое оно перед собой ставит по достижению определенных результатов по сглаживанию разницы между загрузкой в низкий и высокий сезоны. Рассмотрены особенности программ выходного дня на Урале. Комплексная оценка рекреационных ресурсов показывает, что природный и историко-культурный материал Урала позволяет организовать многоплановое и содержательное обслуживание различных контингентов отечественных и иностранных туристов на самом высоком уровне. Необходим реальный стимул активизации туристической инфраструктуры на местах (анимация, театрализованные представления, этнографические предприятия питания). Это создало бы attractive рабочие места для выпускников вузов - выходцев из этих мест.

Так как во второй главе работы мы рассматриваем семейную программу, то рассмотрены особенности именно для этой категории отдыхающих.

ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ «СЕМЕЙНЫЙ КВЕСТ» ДЛЯ ГОСТЕЙ ГОСТИНИЦЫ «ИЗУМРУД»

Материал удален, так как содержит информацию, представляющую коммерческую ценность.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Разработка программы выходного дня для каждой гостиницы носит различный характер. Это напрямую зависит от достоинств и недостатков предприятия, а также от того комплекса задач, которое оно перед собой ставит по достижению определенных результатов по сглаживанию разницы между загрузкой в низкий и высокий сезоны. Конкурентным преимуществом и является в данном случае позиционирование на рынке гостиничных услуг своих достоинств, т.е. ключевых факторов успеха и сглаживание недостатков через организацию скидок и дополнительных услуг.

В процессе достижения поставленной цели, была изучена и проанализирована специальная литература.

В первом параграфе главы нам необходимо было выявить, что же является свободным временем, досугом, а что рекреацией. Поскольку эти понятия являются основополагающими, то для более полного и глубокого исследования, нужно было внести ясность и дать точное определение. Так же, что такое туры и программы выходного дня.

Программа выходного дня представляют собой 2 – 3х дневный отдых захватывающие, как правило, только один рабочий день - пятницу, различной направленности.

В целом можно отметить, что рекреация – часть свободного времени направленная на восстановление сил человека на специализированных территориях, в основном за пределами постоянного места жительства. В то время как досуговая деятельность не ограничена территориальными рамками. Иными словами, рекреационное время – это часть свободного времени, используемого для рекреационной деятельности, удовлетворении рекреационных потребностей.

Если рассматривать семьи как потребителей гостиничных услуг, то мы можем выделить основные характеристики:

- цель прибытия в гостиницу;
- возрастная категория гостей;
- сезон
- бронирование номеров
- семьи с детьми и без детей.

Во втором параграфе первой главы мы проанализировали программное обслуживание туристских программ. Было выявлено, что эта работа всегда имеет тематическое направление. Набор услуг, зависящий от цели отдыха и уровня требуемого комфорта, определяется тематикой программы.

Также было выявлено, что необходимо для внедрения программного обслуживания. Разработка программы выходного дня для каждой гостиницы носит различный характер. Это напрямую зависит от достоинств и недостатков предприятия, а также от того комплекса задач, которое оно перед собой ставит по достижению определенных результатов по сглаживанию разницы между загрузкой в низкий и высокий сезоны. Рассмотрены особенности программ выходного дня на Урале. Комплексная оценка рекреационных ресурсов показывает, что природный и историко-культурный материал Урала позволяет организовать многоплановое и содержательное обслуживание различных контингентов отечественных и иностранных туристов на самом высоком уровне.

Полученные результаты нашего исследования показывают, что среди опрошенных, наблюдается стремление к совместному семейному досугу. Однако в выходные дни, вне зависимости от желания респондентов, проводить время с семьей редко получается. Сопоставив результаты наблюдений, мы пришли к выводу, что проблема семейного досуга имеет большее значение, а следовательно нами был разработана программа выходного дня для семей с детьми – «Семейный квест».

Было выявлено, что каждый вид программы выходного дня, имеет особую специфику организации обслуживания туристов, распределения времени и предоставления услуг, технологии обслуживания туристов.

В качестве базы для разработки проекта была выбрана гостиница «Изумруд» в г. Новоуральске. Среди гостей с детьми было проведено анкетирование, для выявления потребностей в отдыхе вместе с семьей.

Современные рекреативные методики основаны на психолого-педагогических закономерностях развлекательно-игровой, физкультурно-оздоровительной, художественно-зрелищной деятельности.

Данный тур предоставляет рекреативные и спортивно – оздоровительные технологии, предназначенные для обеспечения и сохранения жизнеспособности человека.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации», [Текст]: федер. закон: принят Гос. Думой 25 апреля 1997 г. № 490
2. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», [Текст]: федер. закон: принят Гос. Думой от 24 ноября 1996 г. № 132 –ФЗ
3. Аванесова, Г. А. Сервисная деятельность. Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент [Текст]: учеб. пособие / Г. А. Аванесова. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 318 с.
4. Биржаков, М. Б. Введение в туризм [Текст] : учеб. пособие /М.Б. Биржаков – СПб.: Герда, 2004. – 320 с.
5. Биржаков, М. Б. Индустрия туризма [Текст] : учеб. пособие /М.Б. Биржаков – СПб.: Герда, 2003. – 400 с.
6. Богушева, В. И. Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров [Текст] / В.И. Богушева - Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. – 435 с.
7. Великанова, Е. В. Методика зрелищно-игрового досуга: учебно-методическое пособие по рекреативным технологиям [Текст] / Е. В. Великанова, Н. В. Апажихова, А. В. Павленко / Федеральное агентство по образованию, Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина. – Тамбов, 2008. – 253с.
8. Воловик, А.Ф., Педагогика досуга [Текст] / А.Ф. Воловик – М., 2010. – 213 с.
9. Ганьшина, Г. В. Социально-культурное проектирование анимационных программ: [Текст] Учебное пособие, / Г. В. Ганьшина. – М.: МГПИ, 2010. – 456 с.

10. Ганьшина, Г. В. Рекреативно-оздоровительные технологии формирования здорового образа жизни молодежи [Текст] / Г.В. Ганьшина. - Тамбов, 2010. – 233 с.
11. Головина, Г. В. Культура досуга и культурное формирование личности [Текст] / Г.В. Головина. // Вестник МГУКИ. – 2007. – № 27. – С. 29.
12. Гуляев, В. Г. Организация туристской деятельности [Текст] : учеб. Пособие / В. Г. Гуляев – М.: Нолидж, 1996. – 348 с.
13. Гловер, Дж. Управление качеством в индустрии гостеприимства [Текст]: учеб. пособие/ Дж. Гловер – М: ЮНИТИ, 1998. – 453 с.
14. Джозеф Уэст Д. Стратегия обслуживания в предприятиях индустрии гостеприимства. [Текст] Учебник. - М.: РМАТ, 2000. – 514 с.
15. Джеральд, Гл. В. Управление качеством в индустрии гостеприимства [Текст]: учеб. пособие / Гловер Дж. - М: ЮНИТИ, 1998. – 453 с.
16. Зайцева, Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме [Текст] : учеб. пособие/ Н.А. Зайцева – М.:ФОРУМ: ИНФРА-М, 2008. – 368 с.
17. Исмаев, Д. К. Международное гостиничное хозяйство [Текст] : учеб. пособие / Д. К. Исмаев – М.: НОУ Луч, 2001. – 360 с.
18. Кабушкин, Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов [Текст] : учеб. пособие / Н. И. Кабушкин – Минск: Новое знание, 2000. – 216 с.
19. Клесова, Т. А. Отдых для молодых семей[Текст] / Т. А. Клесова, //Туризм, – 2009. – № 8. – С. 16 – 18.
20. Котлер, Ф «Маркетинг. Гостеприимство. Туризм» / [Текст] : учеб. пособие/ Ф. Котлер – М.: «Юнити», 2010. – 464 с.

21. Котлер, Ф. «Основы маркетинга» / [Текст] : учеб. пособие/ Ф. Котлер – М., Санкт – Петербург, Киев: Издательский дом «Вильямс», 2009. – 646 с.
22. Кудренко, Т. В. Специфика ценностных приоритетов семьи в сфере досуга [Текст] / Т. В. Кудренко // Проблемы и перспективы развития образования: материалы IV междунар. науч. конф., г. Пермь, июль 2013 г. – Пермь: Меркурий, 2013. – С. 149 - 150.
23. Лесник, Л. Л. Организация и управление гостиничным бизнесом / [Текст] : учеб. пособие/ Л. Л. Лесник – М.: Издательский дом Альпина, 2006. – 212 с.
24. Лихачев, Д. С. Воспоминание. [Текст] / Д. С. Лихачев – М., 2007. – 72 с.
25. Лойко, О. Т. Туризм и гостиничное хозяйство / [Текст] : учеб. пособие/ О. Т. Лойко – Томск: Изд. ШУ, 2005. – 152 с.
26. Медлик, С. Гостиничный бизнес [Текст] : учебник / С. Медлик, Х. Инграм ; пер. с англ. А. В. Павлова. – М. : ЮНИТИ, 2005. – 239 с.
27. Мильграм, Г. А. Социально-педагогические технологии оздоровительно-досугового процесса в рекреационной сфере [Текст] : учеб. пособие / Г. А. Мильграм – Казань, 2007. – 98 с.
28. Муравьева, Ж. В. Организация семейного отдыха в туристских учреждениях [Текст] / Ж. В. Муравьева // Опыт и перспективы развития социально-культурной деятельности и сферы туризма: материалы Всерос. науч .- практ. конф., февраль 2007 / Под общ.ред. докт. культурол., проф. Е. И. Григорьевой. – Тамбов: Издательство Першина Р. В., 2007. – 215 с.
29. Мустаева, Ф. А. Социальные проблемы современной семьи [Текст] / Ф.А. Мустаева – СоцИс. – 2009. – №3. – С.109 - 113.
30. Плотников, И. С. Семейный отдых [Текст] И.С. Плотников // Турист. – 2008. – № 27. – С. 24

31. Скараманга, В. П. Фирменный стиль в гостеприимстве [Текст]: учеб. пособие / В. П. Скараманга. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 192 с.
32. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах [Текст] : учеб. пособие / А. В. Сорокина. – М.: Альфа – М.: ИНФРА–М, 2007. – 304 с.
33. Туризм и гостиничное хозяйство [Текст] : учеб. пособия / под ред. Л. П. Шматько. – М.: Феникс; МарТ, 2010. – 352 с.
34. Туризм и гостиничное хозяйство [Текст] : учеб. пособия / под ред. Л. П. Шматько. – 2-е изд. – М. : МарТ, 2005. – 352 с.
35. Уокер, Дж. «Введение в гостеприимство» / [Текст] : учеб. пособие/ Дж. Уокер – М.: Издательское объединение «Юнити», 2007. –142 с.
36. Чудновский, А. Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве [Текст]: учеб. пособие/ А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2006. – 320 с.
37. Шоул, Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество [Текст] : учеб. пособие/ Дж. Шоул - М.: – Альпина Паблишер, 2013. – 329 с.
38. Шоул, Дж. Лояльный клиент. Как превратить разгневанного покупателя в довольного за 1 минуту / [Текст] : учеб. пособие/ Дж. Шоул – М.: Альпина Паблишер, 2008. – 345 с.
39. Яковлева, Т. П. Обслуживаем семью [Текст] / Т.П. Яковлева // Гостиничный вестник, 2009. – № 26. – С. 34 - 35.

Анкета

1. Как часто проводите время в кругу семьи?

а) Стараемся использовать любую возможность, чтобы провести время вместе с семьей.

б) Собираемся только по особым дням и датам.

в) Редко. Обычно все очень заняты своими делами.

2. Какая форма семейного досуга для вас более предпочтительна? (1 вариант)

а) Выезд на природу

б) Кинотеатр

в) Телевизор

г) Гости

д) Досуговые центры

е) Дача

ж) Спорт

з) Другое (перечислите)

3. Как часто говорите слова любви членам своей семьи?

а) Постоянно

б) Только по случаю

в) Только в переписке, или открытках

г) У нас не принято говорить о своих чувствах. И так понятно, что любим друг друга.

4. Ведете ли Вы ЗОЖ (здоровый образ жизни)?

а) Да

б) Стараемся, на сколько это возможно.

в) Не совсем (вредные привычки все-таки есть)

г) Не следим за этим.

5. Существуют ли традиции в Вашей семье?

- а) Да
- б) Мало
- в) Нет

6. Если имеются традиции, то какие?

.....

7. Собираетесь ли вы с семьей за одним столом на завтрак, обед ужин?

- а) Обязательно собираемся по возможности.
- б) Редко. У всех разные распорядки дня.
- в) Только по праздникам, или особым дням.

8. Что такое йога по Вашему мнению?

- а) Это физические упражнения для тела.
- б) Гимнастика с «закидыванием» ног за голову, и «завязыванием» тела во всевозможные узлы.
- в) Практика для работы с умом и мыслями (медитация), включающая в себя также дыхательные и физические упражнения для поддержания здоровья тела.
- г) Что-то непонятное, сложное для понимания простому человеку.
- д) Не знаю, что это такое.

9. Каким образом чаще всего вы проводите выходные дни:

- а) Дома (телевизор, сон, игры, уборка и т.д.)
- б) Каждый по своим делам и друзьям
- в) Отправимся куда-нибудь с семьей.

10. Кто в Вашей семье продумывает планы (маршруты) отдыха?

- а) Муж
- б) Жена
- в) Все вместе

11. С кем предпочитаете проводить праздники?

- а) В тесном кругу семьи
- б) С друзьями
- в) С родственниками

г) Другое

12. Если в Вашей жизни встанет жесткий выбор: прекрасная карьера, или семья — что вы выберете?

а) Карьера

б) Семья

13. Хотели бы Вы разнообразить семейный досуг?

а) Да.

б) Он итак разнообразный.

14. В отпуск предпочитаете ездить:

а) Всей семьей

б) Супружеской парой. Детей оставляем с родственниками.

в) Несколькоими семьями

г) По-отдельности

Результаты анкетирования

№	а	б	в	г	д	е	ж	з
1	5	4	3	-	-	-	-	-
2	5	5	4	4	5	5	5	5
3	5	4	3	2	-	-	-	-
4	5	4	3	2	-	-	-	-
5	5	4	3	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-	-	-
7	5	4	3	-	-	-	-	-
8	4	4	5	3	3	-	-	-
9	3	3	5	-	-	-	-	-
10	3	3	5	-	-	-	-	-
11	5	3	4	4	-	-	-	-
12	4	5	-	-	-	-	-	-
13	5	4	-	-	-	-	-	-
14	5	3	4	2	-	-	-	-