

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 ДЕЛОВОГО ТУРА
В ХАНТЫ – МАНСИЙСКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ ДЛЯ
СОТРУДНИКОВ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА**

*Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 43.03.02 Туризм*

Исполнитель:
Харитонов Александр
Алексеевич,
студент группы БТ-41

«__» _____ 2017 г.

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

«__» _____ 2017 г.

Научный руководитель:
А.В. Карева,
канд. пед. наук, доцент

«__» _____ 2017 г.

Екатеринбург 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ДЕЛОВОГО ТУРА.....	6
1.1. Понятие «делового тура» и анализ развития делового туризма в России.....	6
1.2. Методика проектирования деловых туров.....	12
1.3. Ханты-Мансийский автономный округ как объект делового туризма.....	24
ГЛАВА 2. ЭТАПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ДЕЛОВОГО ТУРА В ХАНТЫ – МАНСИЙСКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ (ХМАО) ДЛЯ СОТРУДНИКОВ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА.....	34
2.1. Маркетинговое исследование необходимости проектирования делового тура в ХМАО для сотрудников нефтегазового комплекса.....	34
2.2. Описание программы делового тура в ХМАО для сотрудников нефтегазового комплекса.....	50
2.3. Экономическое обоснование делового тура в ХМАО для сотрудников нефтегазового комплекса.....	52
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	57
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	61
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Программа выставки «Сургут. Нефть и газ - 2017» на 27.09.17.....	66
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Анкета.....	67
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Технологическая карта делового тура в Ханты – Мансийский автономный округ для сотрудников нефтегазового комплекса.....	69

ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Информационный лист.....	71
---	-----------

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время каждый десятый из миллионов человек, ежедневно покидающих свой дом, чтобы отправиться в поездки ближние и дальние, краткосрочные и длительные, делает это по служебной надобности. И весь огромный сектор поездок, совершаемых с самыми разнообразными деловыми целями, именуется деловым туризмом.

Деловой туризм – наиболее быстро развивающееся направление современного туризма [37]. Вместе с понятием «бизнес-туризм» часто используется английский термин-аббревиатура – MICE, точно отражающий структуру этого вида туризма: Meetings / Incentives / Conferences / Exhibitions, что в переводе означает: Деловые встречи / Инсентив – туризм / Конференции / Выставки.

Business Travel сегодня – развитая индустрия по обслуживанию деловых поездок. Деловые поездки – необходимый инструмент развития бизнеса в любой отрасли.

Организация бизнес – туров имеет свою специфику. Организация деловых поездок требует индивидуального подхода, так как цели поездки разнообразны: кто-то едет на выставки и конференции и т.д., кто-то совмещает приятное с полезным, когда удается провести и деловые переговоры, и отдохнуть в новых местах.

Ханты-Мансийский автономный округ является комфортной площадкой для проведения как конгресс-мероприятий, так и для культурного времяпрепровождения.

Актуальность темы исследования обусловлена развитием сферы делового туризма в Ханты – Мансийском автономном округе. Ханты-Мансийский автономный округ удобная и комфортная площадка для проведения конгрессов, форумов, конференций и выставок, однако, его потенциал недостаточно используется. Таким образом, возникает

противоречие:

– большим потенциалом Ханты – Мансийского автономного округа в развитии делового туризма и недостаточным использованием его возможностей в практике туристской деятельности.

Проблема исследования: необходимость проектирования делового тура в Ханты-Мансийский автономный округ.

Тема выпускной квалификационной работы: «Проектирование делового тура в Ханты – Мансийский автономный округ для сотрудников нефтегазового комплекса».

Объект: деловой туризм.

Предмет: основные этапы проектирования делового тура в Ханты – Мансийский автономный округ для сотрудников нефтегазового комплекса.

Цель: спроектировать деловой тур в Ханты – Мансийский автономный округ для сотрудников нефтегазового комплекса.

Задачи:

1. Рассмотреть понятие «деловые туры» и развитие делового туризма в России.
2. Изучить методику проектирования туров.
3. Исследовать Ханты – Мансийский автономный округ как объект делового туризма.
4. Провести маркетинговое исследование для того, чтобы выявить необходимость делового тура для сотрудников нефтегазового комплекса.
5. Спроектировать деловой тур в Ханты – Мансийский автономный округ для сотрудников нефтегазового комплекса.
6. Дать экономическое обоснование деловому туру.

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

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ДЕЛОВОГО ТУРА

1.1. Понятие «делового тура» и анализ развития делового туризма в России

Большой энциклопедический словарь русского языка трактует понятие «туризм» как «путешествие в свободное время, один из видов активного отдыха» [17].

Туризм в традиционном смысле этого слова возник в середине XIX века. Его популярность росла вместе с созданием и развитием транспортной инфраструктуры и индустрии гостеприимства - строительством железных дорог, морских лайнеров, гостиниц, открытием электричества и появлением телеграфной и телефонной связи. Неудивительно, что появившееся в нашем обиходе сравнительно недавно словосочетание «деловой туризм» вызывает у многих недоумение. Ведь еще совсем недавно такие понятия как «деловой туризм», «индустрия встреч», «инсентив – туризм» практически были знакомы людям исключительно из учебников по гостеприимству. Сегодня же деловой туризм становится неотъемлемой частью ежедневной туристической практики, и является одним из ведущих и динамично развивающихся видов мирового турбизнеса.

Определенно ситуации в определении понятия «туризм», до сих пор нет однозначного определения понятия «бизнес - туризм». Существует множество мнений авторов, независимых экспертов и всевозможных организаций. Возьмем самое распространенное и понятное.

Деловой или корпоративный туризм — это командировки предпринимателей, их участие в конференциях, семинарах, тренингах, а также инсентив-туризм (поощрительные поездки), организация корпоративных мероприятий (рис. 1).



Рис. 1. Виды корпоративного туризма

К инcentив – туризму относится тимбилдинг, событийно – корпоративный и поощрительный туризм.

Тимбилдинг – это формирование командного духа коллектива. Мероприятия тимбилдинг осуществляются в виде тренинговых деловых игр. Обычно проводятся на природе вне рабочей среды. Мероприятия тимбилдинг построены таким образом, что каждый член команды должен выполнить действия для выполнения общей задачи.

Событийно-корпоративный туризм – это особый вид с целью празднования корпоративного мероприятия. Такие путешествия становятся хорошей традицией для компании, способствуют развитию неформальных отношений в рабочей группе, что способствует выявлению скрытых лидеров, являющихся кадровым резервом фирмы [13].

Событийный туризм начал развиваться в России не так давно [15]. Поэтому, событий, способных привлечь туристов в Россию, пока не слишком много. Среди событий, привлекающих туристов, — крупные спортивные соревнования, культурные события, этнические праздники и религиозные. Событийный туризм в большинстве своем это индивидуальный вид отдыха, который наполнен постоянной атмосферой праздника. Люди, отправляющиеся в подобное путешествие, несомненно, испытают множество ярких незабываемых моментов, которые запомнятся им на всю жизнь.

Особенность событийного туризма в том, что ежегодно он пополняется новыми событийными турами, которые из случайных переходят в разряд регулярных. Весь событийный туризм можно разбить на несколько категорий, которые отобраны по масштабу события. По этому признаку выделяют национальные и международные события. Также в событийном туризме можно выделить несколько направлений, которые делятся в зависимости от тематик:

- кинофестивали;
- театрализованные шоу;
- карнавалы;
- ярмарки;
- модные показы;
- народные праздники;
- гастрономические фестивали;
- религиозные праздники;
- экономические форумы и др.

Следует отметить, что событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию. Ряд экспертов полагает, что в недалеком будущем число участников событийных туров превысит число участников экскурсионных туров.

Поощрительный туризм – это, своего рода, премия, удовлетворение потребности человека в уважении. Ведь материальное стимулирование является лишь подтверждением вклада работника в развитие предприятия, а вот поощрительный тур – это доказательство незаменимости сотрудника в деятельности корпорации. Деловой турист, удовлетворивший неповторимые образовательные, познавательные, досуговые потребности будет совершенно по-другому относиться к своей работе, причем это касается любых направлений деятельности.

В деловые путешествия в силу специфики своей работы отправляются представители самых разных профессий. К основным целям совершения бизнес-поездки относятся:

- проведение встреч и переговоров с партнёрами;
- установление и налаживание деловых контактов, привлечение новых клиентов, инвесторов, поставщиков и т. д.;
- посещение профессиональных мероприятий (конгрессов, конференций, выставок, семинаров и т. д.);
- проведение совещаний и встреч с руководством и коллегами, представителями филиалов и дочерних структур компании, инспекция работы представительств и филиалов;
- обучение, участие в тренингах и программах по обмену опытом (например, международном обмене преподавателями/научными сотрудниками и т. д.);
- инсентив-туры (то есть поощрительные или мотивационные поездки, устраиваемые компанией для сотрудников или партнеров);
- получение сертификатов, лицензий, разрешений и т. п. в госструктурах других стран;
- несение госслужбы (военными, дипломатами);
- неправительственная деятельность и международные благотворительные мероприятия, научные экспедиции (НКО, НПО).

Деловой туризм – это уникальное явление туристской отрасли. Деловой турист может совершать путешествие по рабочим вопросам, и в то же время приобрести досуговые услуги. Деловой туризм относится к специализированным направлениям туристской индустрии и отличается рядом особенностей.

Во-первых, этот вид путешествий не имеет сезонного характера. Так, путешественник-бизнесмен отправляется налаживать партнерские отношения независимо от времени года, а выставки, конгрессы и другие

мероприятия делового назначения проводятся независимо от того, какая погода на улице.

Во-вторых, деловой путешественник тратит на поездку в 11 раз больше, чем турист с рюкзаком и в три раза больше, чем путешествующий турист, хотя непосредственно деловой турист тур не оплачивает, поскольку это находится в компетенции отправляющей организации.

В-третьих, деловой туризм ориентирован как на развитие бизнеса, так и на развитие личности работника компании, в частности. Так, например, ин센див-туризм – это направление делового туризма, способствующего развитию членов рабочего коллектива. Для повышения компетенции работника, а также слаженной работе внутри коллектива проводятся мероприятия – инсендив, которые отличает интенсивное развитие личностных качеств каждого сотрудника.

С помощью инсендив программ можно решить следующие задачи:

- расширить круг клиентов и партнеров, укрепить деловые отношения увеличить объем продаж товаров различных категорий;
- повысить узнаваемость компании, интереса к продукции;
- повысить лояльность персонала к компании.

Инсендив – туры являются неотъемлемой частью корпоративной культуры компаний. На рисунке 2 наглядно представлены факторы мотивации и их доля в поощрительной системе российских компаний таких как «Роснефть», «Лукойл», «Сургутнефтегаз» и т.д. согласно опросу, проведённому в 2015–2016 годах из 150 респондентов [38].

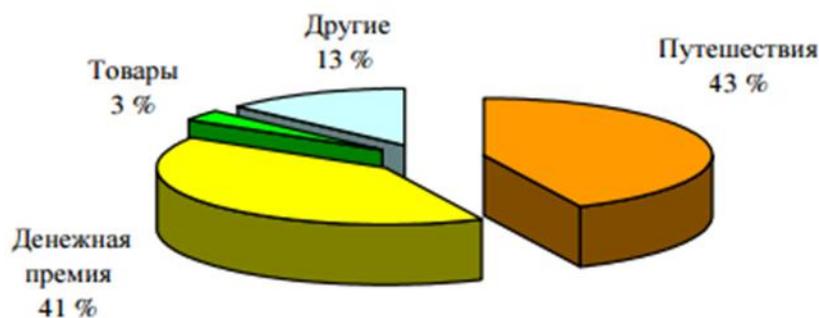


Рис. 2. Факторы мотивации в поощрительной системе российских предприятий в 2015 – 2016 годах

Исходя из диаграммы, делаем вывод о том, что большинство предприятий используют путешествия в качестве стимула к работе персонала.

В нашей стране очень много интересных уголков, городов, природных объектов и занятий. В то же время имеются хорошие отели, современные конференц-центры.

В российских городах ежедневно проходят десятки конференций, тренингов, форумов и круглых столов с участием чиновников, менеджеров госкомпаний и простых бизнесменов. Индустрия делового туризма растет, несмотря на спад экономики. Основное увеличение расходов на деловой туризм обеспечивают госбюджет и бюджеты госкомпаний.

В 2015 году объем рынка делового туризма в России достиг 670 миллиардов рублей. Эти цифры превышают показатели 2014 года почти на 100 миллиардов.

Объясняется это тем, что организаторы деловых мероприятий активно переориентируются с зарубежных площадок на российские. До 2015 года более 80 % бизнес-мероприятий российские компании проводили за рубежом. В 2015-м этот показатель упал до 20 %. То есть расклад изменился на противоположный.

Сейчас сегмент российского конгрессно – выставочного рынка оценивается примерно в 80 миллиардов рублей. Но это далеко не предел. По

меньшей мере, 165 российских городов обладают всеми необходимыми возможностями для проведения крупных деловых мероприятий, конгрессов и конференций. Однако этот потенциал используется пока не до конца.

По данным исследования «BSI GROUP», 64 % мероприятий сегодня проводится в Москве и Санкт-Петербурге, и только 36 % – в других городах России [18]. По мнению экспертов, это соотношение может и должно меняться.

Другая причина роста рынка делового туризма заключается в увеличении интереса со стороны иностранных компаний к российским деловым мероприятиям и площадкам для их проведения. Наряду с тем, что в 2015 году Россию стали реже посещать деловые туристы из США и Европы, показатели въезда в Россию представителей бизнеса из Азии и Ближнего Востока стали подниматься. Еще в 2014 году их рост составлял 24 %, в 2015-м было уже 39 %.

Таким образом, деловой туризм – это туризм, основные цели которого связаны с профессиональными и коммерческими интересами туриста. Включает как деловые поездки, так и проведение различных мероприятий. В деловом туризме выделяют корпоративный туризм и индустрию встреч.

Понимание уникальной роли делового туризма в развитии контактов, активной государственной политики и поддержки на государственном уровне развивает данную отрасль, способствует дальнейшему росту.

1.2. Методика проектирования деловых туров

Современная действительность требует инновационных подходов к организации туристской деятельности. Это касается особенностей организации туров различной направленности. Методика проектирования в этом направлении практически не отличается от создания проектов в каких-либо других областях. Различаться проекты будут только содержательно: кого вы отправите в путешествие, какая программа будет внедряться, какой

тип отдыха предпочитает турист – активный (поход в горы) или пассивный отдых (у камина в уютной гостиной маленького пансионата).

Проектирование делового тура состоит из следующих этапов:

1. Определение актуальности проекта. Актуальность выявляется посредством маркетингового исследования (исследуются запросы потенциальных потребителей в тех или иных услугах, выявляется туристско-рекреационный потенциал, определяется значимость их для будущих заказчиков).

2. Определение целей и задач. Цель необходимо формулировать ясно и четко, в противном случае, ее будет очень тяжело достигнуть. Цель определяется относительно всей деятельности, а также ставятся промежуточные цели, касаемо каждого отдельного этапа. Для того чтобы достигнуть результата более эффективно, следует определить задачи для каждого этапа деятельности.

3. Определение целевой аудитории. Нужно составлять проект тура с ориентацией на конкретного потребителя с учетом его возраста, статуса, физиологических возможностей и т.д.

4. Содержание проекта. На этой стадии необходимо разработать сам тур, то есть определить время, место проведения, продолжительность, форму проведения, просчитать особенности тура, его материально-техническую составляющую. Необходимым и важным моментом является расчет бюджета туристской программы. Необходимо помнить, что программа должна соответствовать поставленной цели.

В процессе разработки делового тура туроператору необходимо знать, как правильно взаимодействовать со следующими объектами внешней среды: потребители (рынки потребления), конкуренты (рынок предложения), а также поставщики и партнеры.

В процессе формирования и планирования тура потребители являются основным и определяющим объектом. Туристское предприятие в первую очередь ориентируется на изучение потребителей, чтобы правильно

сформировать идею, замысел и непосредственную разработку тура. Изучение контингента потребителей будет охватывать выявление их предпочтений, возможностей и вкусов в проведении туристического отдыха, покупательной способности, размеров рынка и состояния спроса на нем. Также необходимо учитывать ряд других факторов и характеристик, которые определяют поведение потребителей по отношению к туру. Изучение потребителей проводится на основе анализа комплекса маркетинговых исследований.

Конкуренты являются важным аспектом при проведении исследований и прогнозировании. Изучение конкурентов при разработке тура предполагает маркетинговые исследования рынка предложения, а также анализ конкурирующих туров и ближайших конкурентов. На основе такого анализа туроператор разрабатывает свой замысел и реальное воплощение тура. При этом в тур закладываются конкурентные преимущества, его необходимо сделать более привлекательным для потребителей, а также следует предусмотреть ряд мер, направленных на противодействие конкурентов на выбранном сегменте рынка. У туроператора есть возможность выбрать для себя такой продукт или потребительский сегмент рынка, на котором конкуренция отсутствует, а если и присутствует, то минимальная.

Партнеры и поставщики – позиция, которая является одним из основных направлений взаимодействия туристского предприятия. При такой ситуации необходимо проводить изучение, поиск и выбор партнеров и поставщиков для продвижения и сбыта своего конкурентоспособного продукта, который максимально отвечает потребностям потребителей. Также туроператор организывает сотрудничество со своими партнерами и поставщиками. Под партнерами следует понимать другие туристические предприятия, как отечественные, так и зарубежные, которые принимают участие в полном или частичном формировании туристского продукта туроператора. Поставщиками являются производители первичных услуг туристского характера, которые включаются в тур. Сюда относятся отели, транспортные предприятия, предприятия питания, страховые, финансовые,

транспортные компании, а так же ряд других организаций, чьи услуги можно включать в состав тура, как основные, так и дополнительные.

Большую роль в работе туристического предприятия играет также внешняя среда, которая включает в себя правительственные и другие государственные организации, а также профессиональные и общественные объединения, различные представительства иностранных государств, союзы и различные объединения потребителей.

Очень часто считают, что туристическая организация не может в полной мере воздействовать на внешнюю среду. Считается, что такая связь носит исключительно однонаправленный характер, и что туристическая организация должна только учитывать влияние внешней среды на свою деятельность. Но в действительности это не совсем так, так как обратное воздействие является очень важным, и оно заключается в формировании приемами и методами PR благоприятного влияния со стороны внешней среды по отношению к деятельности туристических организаций. В конечном результате это дает возможность спланировать и организовать четкую работу туристической организации, и в конечном итоге снизить угрозы со стороны внешней среды.

Порядок формирования туров регламентирует ГОСТ Р 50681-2010. «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» [9]. Основу для разработки тура составляет его краткое описание. Сюда будет входить набор необходимых требований, которые выявлены в результате исследования рынка туристических услуг, согласованных с заказчиком с учетом возможностей исполнителя.

Базовый пакет услуг для организации туристической и бизнес – поездки одинаковый - гостиница, билеты, транспорт.

Разница целевой аудитории в том, что деловые люди знают, чего хотят и стараются уделять не так много времени организации своей поездки, нежели туристы. Люди, уезжающие отдыхать (путешественники, туристы), подходят к вопросу организации своего отдыха более тщательно (например,

при выборе отеля смотрят дополнительный набор услуг: тренажерный зал, сауна и т.д.)

Основные требования к обычному туристу и деловому похожи:

1. Ответственность за несвоевременное прибытие (не прибытие) к месту сбора группы полностью ложится на туриста. Турист, опоздавший к отправлению автобуса, догоняет группу самостоятельно и за свой счет. При неявке туриста на посадку - тур аннулируется, а деньги за тур не возвращаются.

2. Турист единолично отвечает: за ущерб, который он нанес имуществу других лиц, перевозчику, гостинице и пр.; за сохранность своего багажа, своих документов и ценностей; за действия, которые могут создать угрозу для жизни и здоровья, как окружающих людей, так и его самого.

3. Руководитель группы, гид, водители не несут ответственности за сохранность личных вещей туриста, а также за действия/бездействие должностных лиц, за погодные условия, состояние движения по маршруту, которые могут повлиять на программу тура.

4. Руководитель группы, водитель автобуса в период тура имеют право: требовать от пассажиров выполнения правил и их обязанностей; не допускать к поездке туриста, который нарушает общественный порядок, загрязняет транспорт, недопустимо ведет себя по отношению к пассажирам транспорта или их вещам.

5. По решению руководителя группы и/или по инициативе водителя транспортного средства турист (пассажир) может быть снят с маршрута (не допущен к туру) без компенсации неиспользованных услуг, если он: находится в состоянии алкогольного или наркотического опьянения; нарушает общественный порядок; предъявляет запрещенный к перевозке багаж или багаж, который по габаритам не соответствует установленным нормам; нарушает другие требования правил предоставления услуг пассажирского автомобильного транспорта.

6. Во время технических (санитарных) остановок турист обязан организовать свое свободное время таким образом, чтобы не опаздывать к отправлению автобуса. Если турист опаздывает, он обязан об этом сообщить руководителю группы, который в свою очередь может скорректировать время отправления автобуса, но не более чем на 10 минут. Однако туристу необходимо помнить, что его опоздание - не является основанием для задержки отправления группы по маршруту тура. Опоздавший турист догоняет группу самостоятельно и за свой счет.

7. Во избежание несчастных случаев запрещается во время движения автобуса пить горячие напитки или принимать горячую пищу, а также класть в салоне на верхнюю полку тяжелые предметы.

8. В транспорте категорически запрещается: употреблять спиртные напитки; перевозить пассажиров в состоянии опьянения; курить; мусорить; отвлекать водителя во время движения.

9. Туристы обязаны бережно обращаться с имуществом и техническими средствами транспорта, гостиницы, экскурсоводов.

10. Во время остановок спинки кресел/кресла необходимо возвращать в исходное положение.

11. Туристы должны всегда оставлять проход в салоне свободным, чтобы исключить неудобства при передвижении по салону.

12. При страховом случае, произошедшем с туристом в ходе тура, он немедленно оповещает об этом руководителя группы и связывается со страховой компанией.

13. При заселении в отель туристу необходимо уточнить у администрации режим работы отеля и правила проживания в номере, а также о наличии платных услуг (напитки в мини баре, сейф, телефон, интернет, платные каналы TV). Дополнительные платные услуги турист оплачивает самостоятельно.

Основное требование при выборе гостиницы для деловых людей – это удобное месторасположение отеля (в зависимости от места проведения выставки, местоположения головного офиса и так далее) и цена.

Требования к гостинице для размещения линейного состава предприятия: класс гостиницы не всегда имеет значение; главное, чтобы проживание обошлось недорого, цены от 1 500 руб. до 3 000 руб. в сутки.

В выборе авиаперевозчика основным требованием остается безопасность и возможность быстро и недорого добраться из аэропорта в центр города, а также хорошее питание, даже если рейс непродолжительный.

При организации конференций: при выборе зала большое значение имеет его месторасположение, наличие необходимого оборудования, возможность воспользоваться услугами технического специалиста, хорошие и недорогие кофе-паузы, а также приемлемая цена.

Итак, методика проектирования – это конструктивная творческая деятельность, направленная на достижение цели с наименьшими ресурсными затратами (временными, материальными, финансовыми, трудовыми, человеческими и т.д.) с использованием целесообразных форм, методов и средств.

Разработка турпродукта – достаточно сложный, многоступенчатый процесс, требующий комплексного, системного анализа и осуществляемый при выполнении ряда условий:

- проведение маркетингового исследования рынка для определения потенциального потребительского спроса на различные виды туристского продукта;
- определение видов, форм и элементов турпродукта, периодичность его предоставления;
- анализ реальных затрат на разработку и реализацию предполагаемого к продаже турпродукта;

– оценка экономической эффективности и целесообразности разработки турпродукта на основе данных о его предполагаемых доходах и расходах.

Существует большое количество правовых и нормативных документов, регулирующих туристскую деятельность, так как специфика туристского бизнеса заключается в комплектации турпродукта из различных услуг: транспорта, питания, размещения и т.п.

Национальное туристское законодательство можно разделить на две группы. В первую входят общие нормативные правовые акты: Конституция РФ, Гражданский кодекс РФ, Закон «О защите прав потребителей», Федеральные законы «О техническом регулировании», «Об охране окружающей среды» [5], «О рекламе» и др.;

Вторую группу составляют специальные нормативные правовые акты: Федеральные законы «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [4]. К национальному туристскому законодательству относятся также нормативные правовые акты, принятые субъектами РФ, регулирующие эту отрасль. В Свердловской области одним из таких документов является Закон Свердловской области «О туризме и туристской деятельности в Свердловской области».

В соответствии с задачами выпускной работы рассмотрим более подробно некоторые нормативно-правовые документы, касающиеся проектирования тура.

Основным законом государства, имеющим высшую юридическую силу и регулирующим наиболее важные общественные отношения, является Конституция РФ. Согласно статье 41, «...поощряется деятельность, способствующая укреплению здоровья человека, развитию физической культуры и спорта...» [5]. В статье 44 отмечено, что «каждый имеет право на участие в культурной жизни и пользование учреждениями культуры, на доступ к культурным ценностям». Вместе с тем «каждый обязан заботиться о

сохранении исторического и культурного наследия, беречь памятники истории и культуры».

Отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, продавцами при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг) регулирует Закон «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г. Настоящий Закон также устанавливает права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни и здоровья потребителей, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав [2].

В статье 7 п. 1 данного Закона сказано, что «потребитель имеет право на то, чтобы ...услуга при обычных условиях использования... была безопасна для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды...». В п. 3 этой же статьи отмечено: «если для безопасного использования... услуги необходимо соблюдать специальные правила, изготовитель (исполнитель) обязан указать эти правила в сопроводительной документации на... услугу, а продавец (исполнитель) обязан довести эти правила до сведения потребителя».

Важным документом является Федеральный закон «О техническом регулировании» от 27 декабря 2002 г. [3]. Данный Закон регулирует отношения, возникающие при разработке, принятии, применении и исполнении обязательных, а также на добровольной основе, требований к продукции, процессам производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнению работ или оказанию услуг. Настоящий Федеральный закон также определяет права и обязанности участников, регулируемых данным законом отношений.

Основным специальным нормативным правовым актом является Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. [4]. В нем подробно изложены основные

принципы туристской деятельности на территории Российской Федерации. В Законе указаны основные цели, приоритетные направления и способы государственного регулирования туристской деятельности. В статье 4 отмечается, что «первостепенное значение имеет поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самодеятельного туризма».

Постановление Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2009 г. № 112 г. «Об утверждении Правил перевозок пассажиров и багажа автомобильным транспортом и городским наземным электрическим транспортом» устанавливает порядок организации различных видов перевозок пассажиров и багажа [7], предусмотренных Федеральным законом «Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта» [6], в том числе требования к перевозчикам, фрахтовщикам и владельцам объектов транспортной инфраструктуры, условия таких перевозок, а также условия предоставления транспортных средств для таких перевозок.

Данный Закон содержит подробное описание прав и обязанностей туриста, порядок предоставления льгот отдельным категориям туристов. Кроме того, документ дает определение понятия безопасности туристов, указывая возможные способы по ее обеспечению.

В соответствии с международной практикой в Законе представлен порядок формирования, продвижения и реализации туристского продукта и создания объединений туроператоров, турагентов и туристов.

Более узкую «специализацию» имеют государственные стандарты, которые опираются на различные законы. Например, ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования» [10]. Этот стандарт устанавливает общие требования к туристским услугам, требования безопасности услуг для жизни, здоровья туристов, сохранности их имущества и охраны окружающей среды. Наряду с этим документ содержит требования к информации о туре для потребителей. Более полно требования этого стандарта указаны в конкретных стандартах.

Безопасность экскурсантов (туристов) обеспечивается в соответствии с требованиями ГОСТ 32611-2014 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов». Настоящий стандарт устанавливает требования к туристским и экскурсионным услугам, обеспечивающие безопасность жизни и здоровья туристов и экскурсантов. В соответствии с пунктом 4.1, «при оказании туристских услуг должен быть обеспечен приемлемый уровень риска для жизни и здоровья туристов, как в обычных условиях, так и в чрезвычайных ситуациях (стихийных бедствиях и т.п.)». Пункт 4.7 обязывает туристские предприятия «ознакомить туристов с элементами риска каждой конкретной туристской услуги и мерами по его предотвращению». Информация, необходимая для туристов в целях охраны их жизни и здоровья, предоставляется заблаговременно, до начала отдыха и в процессе обслуживания. Информация, характеризующая природные сложности туристской трассы, необходимый уровень личной физической подготовки туриста, особенности индивидуальной экипировки, должна содержаться в рекламно-информационных материалах и в тексте информационного листка к туристской путевке.

При составлении модели туристской услуги используют ГОСТ Р 53522 – 2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения» [12].

Порядок разработки документации при проектировании туристских услуг устанавливает ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» [9]. Согласно пункту 5.1 этого документа, основой для проектирования услуги является ее краткое описание – набор требований, выявленных в результате исследования рынка, согласованных с заказчиком услуг и учитывающих возможности исполнителя услуги.

Кроме того, данный стандарт содержит требования к проектированию отдельных видов туристских услуг.

Краткое описание услуги «туристское путешествие» конкретизируют в проекте программы обслуживания туристов в соответствии с ГОСТом.

Разработка программы отдельного тура включает определение:

- маршрута путешествия;
- перечня туристских предприятий – исполнителей услуги;
- периода предоставления туров каждым предприятием-исполнителем услуги;
- состава экскурсий и достопримечательных объектов;
- перечня туристских походов, прогулок;
- комплекса досуговых мероприятий;
- продолжительности пребывания в каждом пункте маршрута;
- количества туристов, участвующих в путешествии;
- видов транспорта для внутри маршрутных перевозок;
- потребности в инструкторах – методистах по туризму, экскурсоводах, гидах-переводчиках, другом обслуживающем персонале и необходимой дополнительной их подготовки;
- необходимого количества транспортных средств;
- форм и подготовку рекламных, информационных и картографических материалов, описания путешествия для информационных листов к туристским путевкам.

Рассмотренные нормативно-правовые акты действительны на всей территории Российской Федерации.

Рассмотренные выше законы и стандарты являются документальной основой проектирования тура. В соответствии с этими документами обеспечивается безопасность услуг для жизни, здоровья туристов, сохранности их имущества и охраны окружающей среды, регламентируется содержание информации о туре и порядок ее предоставления потребителям.

Изучив методику проектирования деловых туров, делаем выводы:

1. Методика проектирования – это конструктивная творческая деятельность, направленная на достижение цели с наименьшими ресурсными затратами (временными, материальными, финансовыми, трудовыми,

человеческими и т.д.) с использованием целесообразных форм, методов и средств.

2. Разработка турпродукта – достаточной сложный, многоступенчатый процесс, требующий комплексного, системного анализа и осуществляемый при выполнении ряда условий, таких как: проведение маркетингового исследования рынка для определения потенциального потребительского спроса на различные виды туристского продукта, определение видов, форм и элементов турпродукта, периодичность его предоставления, анализ реальных затрат на разработку и реализацию предполагаемого к продаже турпродукта, оценка экономической эффективности и целесообразности разработки турпродукта на основе данных о его предполагаемых доходах и расходах.

3. Закон «О защите прав потребителей», Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил перевозок пассажиров и багажа автомобильным транспортом и городским наземным электрическим транспортом», Федеральный закон «О техническом регулировании», Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования», ГОСТ Р 53522-2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения», ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» - основные документы нормативно – правовой базы, регулирующие деловые туры.

1.3. Ханты-Мансийский автономный округ как объект делового туризма

Туризм в Ханты – Мансийский автономный округ (ХМАО) с каждым годом набирает обороты. Ханты – Мансийский округ – Югра – центр нефтяной промышленности, где добывают 80% нефти всего западносибирского региона [39]. Активное развитие нефтегазодобывающей

отрасли всегда привлекало и привлекает в округ деловых туристов. На сегодняшний день этот вид туризма является одним из наиболее популярных и многочисленных. Югра считается удобной и комфортной площадкой для проведения конгрессов, форумов, конференций и выставок. Наиболее активные сферы проведения конгрессно-выставочных мероприятий: физкультура и спорт, культура и искусство, информационные технологии, охрана окружающей среды, государственное управление и туризм. Проведение крупных культурных и спортивных мероприятий привлекает в Югру десятки тысяч жителей других регионов России и зарубежных стран.

Ханты-Мансийский автономный округ – Югра обладает уникальными природными и культурно-историческими ресурсами для развития отдыха и туризма. На территории автономного округа находятся памятники истории и культуры: музеи, театры, археологические комплексы, а также современная инфраструктура для любителей культурно-познавательного, рекреационного и активного отдыха.

Ханты-Мансийск является центром не только событийного, но и делового туризма. В окружной столице проводится основная часть международных и российских деловых, научных, культурных и спортивных мероприятий. Это чемпионаты мира и России по биатлону, Международный фестиваль кинематографических дебютов «Дух огня», Международная экологическая акция «Спасти и сохранить», Кубок мира и этап кубка России по шахматам, Всемирная Шахматная Олимпиада, Всемирный конгресс финно-угорских народов.

С 2001 года проводится туристическая выставка «Югратур», в которой участвуют туристические компании округа и регионов России, транспортные организации, предприятия гостиничного и ресторанного бизнеса, а также учреждения культуры.

Социологи подсчитали, что ежегодно с территории ХМАО в сторону признанных мировых курортов улетало, уезжало и уплывало около 200 млн. долларов США (около 16 млрд. руб.). Эта цифра подтверждает, какие суммы

могли бы стать бюджетнообразующей частью туризма. Доход, получаемый от каждого туриста на месте пребывания, составляет более 75000 рублей. По данным всемирной статистики [38], 1 турист тратит в среднем 18000 – 30000 рублей в месте своего пребывания. При этом каждые 30 дополнительно прибывших туристов способствуют созданию одного рабочего места в «прямом» туризме (туроператоры, турагенты и т.д.), а 16 туристов – одного рабочего места в инфраструктуре туризма (администраторы гостиниц, горничные, повара и т.д.). Именно поэтому во многих странах государство оказывает сфере туризма существенную поддержку в виде прямых инвестиций, налоговых и таможенных льгот, стимулирующих развитие различных форм туризма.

Успешное развитие туристской отрасли в округе окажет стимулирующее воздействие на развитие таких сфер экономической деятельности как услуги коллективных средств размещения, транспорт, связь, торговля, производство сувенирной продукции, общественное питание, а также выступит катализатором социально-экономического развития муниципальных образований автономного округа.

Осознавая значимость въездного туризма, Правительство ХМАО-Югры разработало Концепцию развития внутреннего и въездного туризма и государственную программу «Развитие культуры и туризма в ХМАО – Югре на 2014-2020 годы», в которых главной задачей округ ставило устойчивое поступательное развитие туризма, пополнение национальных, региональных и местных бюджетов, рост занятости и самозанятости населения, создание условий для восстановления работоспособности, поддержания и укрепления здоровья людей.

Ханты-Мансийский автономный округ располагает большими возможностями по приёму и размещению гостей. На территории округа расположено 138 гостиниц высокого уровня комфортности, 22 общежития для приезжих, 13 пансионатов и 6 санаториев, которые одновременно могут вместить около 9 тыс. человек. По итогам ежегодно проводимого

мониторинга сайта «Booking» на 2016 год [45], пик спроса в округе приходится на зимний период. Заполняемость отелей в это время составляет в среднем 60%, в остальные месяцы - 20-30%.

Осуществляемая политика по продвижению туристских возможностей автономного округа на внутренних и внешних туристических рынках, посредством взаимодействия с окружными, региональными, российскими и международными СМИ, а также в рамках участия в крупнейших российских и международных выставочных проектах способствует сохранению численности прибывших в округ туристов. Имидж Югры, как одного из стабильно развивающихся регионов России и одного из наиболее динамично развивающихся центров культуры и искусства, спорта и туризма позволяет укрепиться на мировом туристском рынке. Что в свою очередь приводит к ежегодному увеличению туристов и деловых партнёров из Германии, Венгрии, Финляндии, Черногории, Чехии, Греции, и других зарубежных стран. Количество туристов посетивших Югру, в том числе и иностранных туристов представлено в таблице 1.

Таблица 1

Количество туристов посетивших Югру,
в том числе и иностранных туристов

Год	Количество туристов, тыс.чел.	Количество иностранных туристов, тыс.чел.
2014 год	506,8	9,8
2015 год	462,2	8,32
2016 год	465	8,84

Доходы от продажи туристических путевок и экскурсионных программ, а также от услуг, оказанными гостиничными комплексами представлены в таблице 2. Приведенные цифры доказывают, что туризм – одно из перспективных направлений в развитии экономики региона.

Таблица 2

Доходы от продажи туристических путевок и экскурсионных программ

Год	Объем платных туристических услуг, млн.руб.	Объем платных услуг, оказанных гостиницами, млн.руб.
2014	1444,2	1881,9
2015	1498,9	2033,8
2016	1644,7	2209,04

Реализация Концепции и Программы развития туризма Правительством округа привели к следующим достижениям в туристской деятельности:

- создано 3 общественных организации (Ассоциация экскурсоводов, «Союз турпредприятий Югры», Федерация спортивного туризма);
- на территории автономного округа действует 14 туристско-информационных центров;
- туристско-информационный центр города Ханты-Мансийска получил гран-при Национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards - 2015»;
- велась работа по установке системы дорожных указателей к объектам культурного наследия и иных носителей информации, только в 2015 году было установлено 37 знаков;
- сформирован Реестр туристских ресурсов и организаций туристской индустрии автономного округа, в него включены более 1200 объектов и организаций муниципальных образований автономного округа;
- Югра стала одним из первых субъектов Российской Федерации, вошедших в первый пул проекта федерального значения «TopTripTrip – Путеводитель по России»;
- создана рабочая группа при Деловом совете по развитию туризма Торгово-промышленной палаты автономного округа;
- в сентябре 2015 года принята туристская символика ХМАО-Югры, выбранная в результате конкурсов;

– с конца 2015 года велась подготовка унифицированного туристского паспорта Югры;

– г. Сургут стал победителем Всероссийской открытой ярмарки событийного туризма «Russian open event expo» в номинации «Столица событийного туризма», в 2016 году ярмарка прошла в Сургуте.

– количество посетителей тематического сайта «Туризм в Югре» за 2015 года составило 86 694 чел.

За последние 10 лет облик культуры автономного округа значительно изменился под воздействием как общественных перемен, так и других факторов, среди которых немалую роль играют новые технологии и телекоммуникации. Потребность населения Югры в культурных услугах остается стабильной на протяжении 10 лет, одновременно повышаются требования к качеству их предоставления.

Существенное влияние на развитие туризма в автономном округе оказывают ряд факторов, которые условно подразделяются на внутренние (эндогенные) и внешние (экзогенные). Внешние факторы воздействуют на региональный туризм посредством природных, социальных и экономических изменений. Данная группа факторов включает: возраст населения региона; увеличение числа работающих женщин, изменение дохода на каждую семью; рост пропорции одиноких людей; тенденции к более позднему вступлению в брак и образованию семьи; рост числа бездетных пар в составе населения региона; уменьшение иммиграционных ограничений; увеличение оплаченных командировок и более гибких графиков рабочего времени; более ранний выход на пенсию, увеличение осознания туристских возможностей. Практически все перечисленные выше показатели в той или иной степени влияют на структуру свободного времени населения, которая создает объективные социально-демографические условия развития туризма.

К числу внешних факторов, воздействующих на региональный туризм, относятся экономические и финансовые факторы: улучшение (ухудшение)

экономической ситуации, увеличение (снижение) персонального дохода: более высокая (низкая) туристская активность в зависимости от выделенной на отдых части доходов, возрастание (снижение) доли общественно выделяемых средств на покрытие расходов на туризм и путешествия.

К социально – экономическим факторам, влияющим на увеличение масштабов регионального туризма, относится повышение уровня образования, культуры, эстетических потребностей населения. Как элемент эстетических потребностей можно рассматривать стремление людей познакомиться с бытом, историей, культурой, условиями жизни в различных странах. Кроме того, к внешним факторам относятся изменения политического и правового регулирования; технологические изменения: развитие транспортной инфраструктуры и торговли, а также изменения условий безопасности путешествий.

Внутренние (эндогенные) факторы – это факторы, воздействующие непосредственно в сфере регионального туризма. К ним относятся материально-технические факторы, имеющие важнейшее значение для развития туризма в регионе. Главные из них связаны с развитием средств размещения, транспорта, предприятий общественного питания, рекреационной сферы, розничной торговли и т. д.

К внутренним факторам относятся также факторы туристского рынка:

– процессы спроса, предложения и распространения турпродукта (в качестве особенности современных рыночных факторов можно выделить, например, превращение спроса на турпродукты в постоянный спрос, а также рост индивидуального туризма);

– возрастание роли сегментации рынка (появление новых внутри региональных туристских сегментов, увеличение расстояний путешествий, разнообразие форм проведения каникул, рост краткосрочного пребывания, возрастание диверсификации туристского развития в устоявшемся туристском пространстве и т. д.);

– возрастание роли координации деятельности в туризме и процессов монополизации (усиление горизонтальной интеграции, т. е. рост партнерских отношений крупных фирм со средним и малым бизнесом, вертикальной интеграции через создание стратегических туристских союзов и т. д.);

– возрастание роли средств массовой информации и связей с общественностью в продвижении, рекламе и реализации разрабатываемых турпродуктов;

– возрастание роли кадров в туризме (увеличение численности работников, развитие профессионально-квалификационной структуры, повышение значения профессиональной подготовки, улучшение организации труда и т. д.);

– возрастание роли частного туристского бизнеса (создание условий, при которых на рынке действует ограниченное число больших транснациональных операторов и значительное количество малых предприятий, осуществляется эффективная реализация турпродукта на основе профессионального маркетинга, что порождает потребность в повышении квалификации персонала) [24].

Таким образом, вышеприведенные факты доказывают значимость и необходимость развития делового туризма в округе как одного из факторов экономического роста Югры и России.

Из исследования Ханты-Мансийского автономного округа, делаем вывод, что Югра – это территория нескончаемого очарования живописной природы и современных туристских объектов. Деловые туристы смогут не только решить рабочие вопросы, но получат возможность сполна насладиться несравненными пейзажами и щедрым Югорским гостеприимством.

В первой главе были изучены теоретические аспекты делового тура. Данное изучение позволило сделать ряд выводов.

Деловой туризм - это поездки сотрудников компаний/организаций с деловыми целями, либо организация корпоративных мероприятий. К деловому туру относятся командировки персонала, с участием в конференциях, семинарах, тренингах, а также инсентив-туризм (поощрительные поездки), организация корпоративных мероприятий.

К нормативно – правовой базе, регулирующей деловые туры, относят:

- закон «О защите прав потребителей»;
- Постановление Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2009 г. N 112 г. Москва «Об утверждении Правил перевозок пассажиров и багажа автомобильным транспортом и городским наземным электрическим транспортом» [7];
- Федеральный закон «О техническом регулировании»;
- Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;
- ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования»;
- ГОСТ Р 53522-2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения» [12];
- ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» [9].

Туристы должны быть ознакомлены с нормами и правилами поведения туристов во время тура.

Рассмотренные выше законы и стандарты являются документальной основой проектирования тура. В соответствии с этими документами обеспечивается безопасность услуг для жизни, здоровья туристов, сохранности их имущества и охраны окружающей среды, регламентируется содержание информации о туре и порядок ее предоставления потребителям.

Также был исследован Ханты – Мансийский автономный округ как объект делового туризма. На сегодняшний день этот вид туризма является одним из наиболее популярных и многочисленных. Югра считается удобной

и комфортной площадкой для проведения конгрессов, форумов, конференций и выставок. На территории автономного округа действует 14 туристско – информационных центров, создана рабочая группа при Деловом совете по развитию туризма. Ежегодно проводятся конгресс – мероприятия, такие как:

- Международная туристическая выставка «Интурмаркет»;
- выставка – форум «Югорский промышленный форум»;
- IT-форум с участием стран БРИКС и ШОС «Информационные технологии для всех»;
- Международная специализированная выставка «Сургут. Нефть. Газ».

На основе нормативно-правовых документов и методики проектирования деловых туров, будет разработан проект делового тура в ХМАО для сотрудников нефтегазового комплекса, включающего посещение XXII Международной специализированной выставки «Сургут. Нефть и газ-2017».

ГЛАВА 2. ЭТАПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ДЕЛОВОГО ТУРА В ХАНТЫ – МАНСИЙСКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ (ХМАО) ДЛЯ СОТРУДНИКОВ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА

2.1. Маркетинговое исследование необходимости проектирования делового тура в ХМАО для сотрудников нефтегазового комплекса

В процессе проектирования тура необходимо знать, актуален ли он будет, с какой целью создан, для кого рассчитан, что из себя представит готовый турпродукт [20]. Нефтегазовая промышленность играет ведущую роль в экономике России, поэтому в качестве целевой аудитории были рассмотрены нефтегазовые комплексы. При проектировании делового тура в Ханты – Мансийский автономный округ был рассмотрен Екатеринбург, как начальная точка отправления деловых туристов.

Екатеринбург является одним из крупнейших промышленно-производственных центров России.

В Екатеринбурге имеются предприятия по транспортировке и переработке нефти и газа и распределению продуктов их переработки, одним словом – нефтегазовые комплексы.

Нефтегазовая промышленность в Екатеринбурге представлена следующими объектами:

- «Автокарт нефть» (Сибирский тракт, 12/3) – поставка ГСМ для через сеть АЗС и АЗК;
- ООО «АльмаГаз» - оптово-розничная фирма, организованная квалифицированными специалистами газового хозяйства;
- ООО Газпром «Уралтрансгаз» (ул. Клары Цеткин, 14) – газотранспортное предприятие;

– НГК-Технологии (ул. Машиностроителей, 19) – изготовление оборудования для нефтегазовых комплексов;

– ООО «МТК-Урал» (ул. Большакова 87) – реализация нефтепродуктов, доставка дизельного топлива.

Также имеются автозаправочные станции, которые реализуют топливо, которое получают из нефти и газа.

Деятельность нефтегазовых предприятий, крупных и самых маленьких, основана на высококвалифицированном трудовом ресурсе.

Бизнес – поездки необходимы любой солидной компании. Организация деловых мероприятий имеет высокий КПД и потому становится все более популярной.

Поэтому, исходя из анализа деятельности различных предприятий, необходимо предоставлять широкие возможности для раскрытия потенциала и поощрения своих сотрудников. А проявляться это должно в виде различных деловых поездок.

Целевая аудитория спроектированного тура – сотрудники нефтегазового комплекса, для развития своей компетенции им необходимо посетить мероприятия, связанные с нефтегазодобывающей промышленностью.

Ханты – Мансийский автономный округ, как говорилось выше, очень удобная и комфортная площадка для проведения конгрессов, форумов, конференций и выставок.

Активное развитие нефтегазодобывающей отрасли всегда привлекало и привлекает в округ деловых туристов.

Цель проектирования делового тура – отсутствие бизнес – тура на практике туристской деятельности, несмотря на потребность в его организации.

Для того чтобы выявить необходимость данного тура, было разработано и проведено маркетинговое исследование.

Маркетинговое исследование – это систематизированный сбор, накопление и анализ данных о состоянии и тенденциях изменения рынков, сегментов и отдельных их участников и институтов (потребителей, конкурентов, государственных органов), которые могут оказать влияние на положение компании или отдельных ее продуктов на рынке. На основании этой информации принимаются маркетинговые и управленческие решения [24].

Был составлен небольшой опрос (прил. 2) для работников нефтегазового комплекса, для того, чтобы выявить будет ли пользоваться спросом бизнес – тур.

Опрос был проведен на предприятии «НГК – технологии».

По итогам опроса выяснилось, что понятие «Бизнес - тур» знакомо 80% опрошенных, 15% не знают, что это такое и 5% затруднились в ответе (рис. 3).



Рис. 3. Результаты маркетингового исследования (известность понятия «бизнес – туризм»)

Большинство сотрудников оптимальной длительностью тура считают 2 дня (рис. 4).

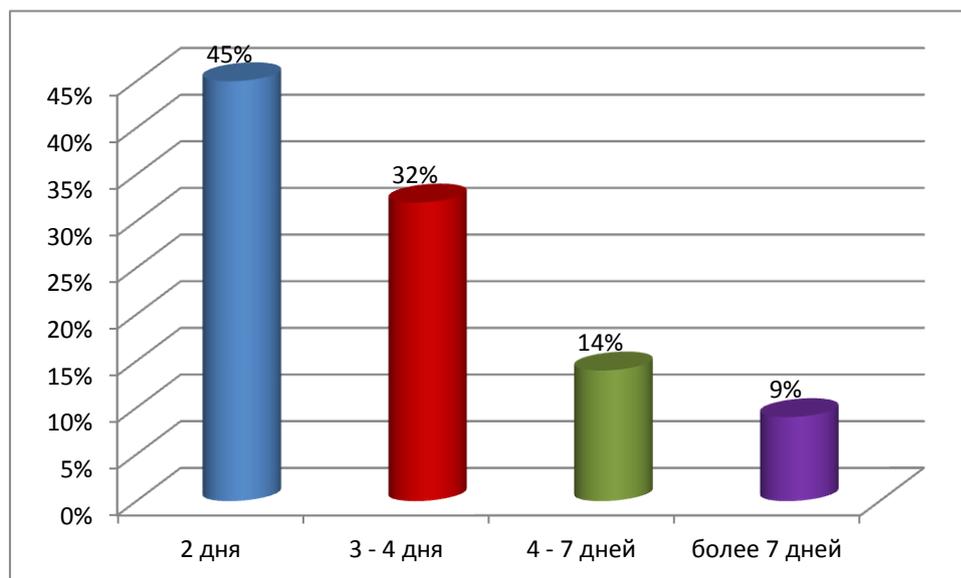


Рис. 4. Результаты маркетингового исследования
(оптимальная длительность поездки)

29 % опрошенных ответили, что деловой должен совмещать конгрессно – выставочное мероприятие, 35 % - экскурсию, 21 % - тренинг, 15 % - отдых (рис. 5).



Рис. 5. Результаты маркетингового исследования
(мероприятия для делового тура)

Более половины опрошенных (77%) считают, что работников необходимо отправлять в деловые поездки (рис. 6).

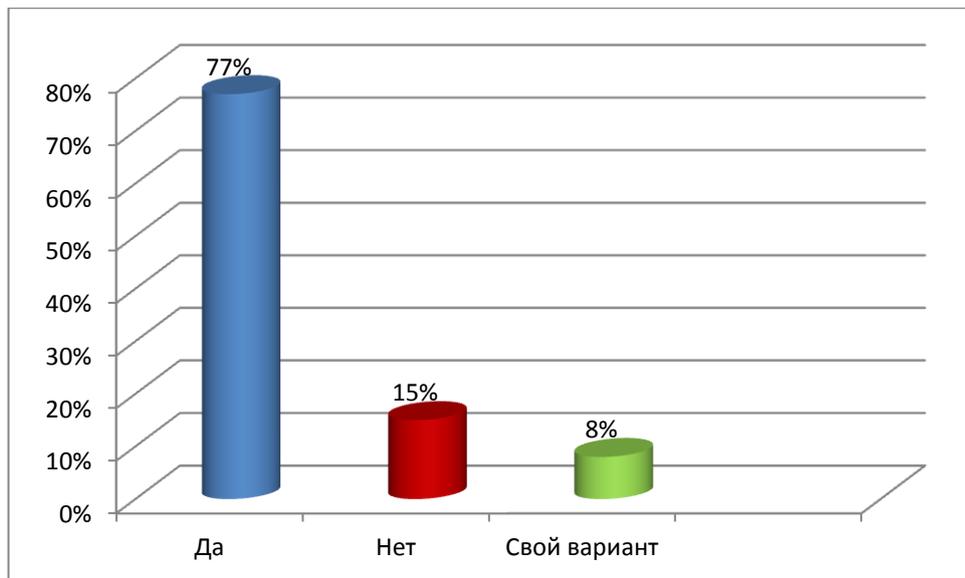


Рис. 6. Результаты маркетингового исследования
(необходимость деловых поездок)

Компаниям необходимо отправлять сотрудников в деловые туры с целью: 11% опрошенных ответили – путешествие, 18 % – отдых, 20% - укрепление деловых отношений, 22 % - поощрение сотрудников, 29% - повышение компетенции работников (рис. 7).

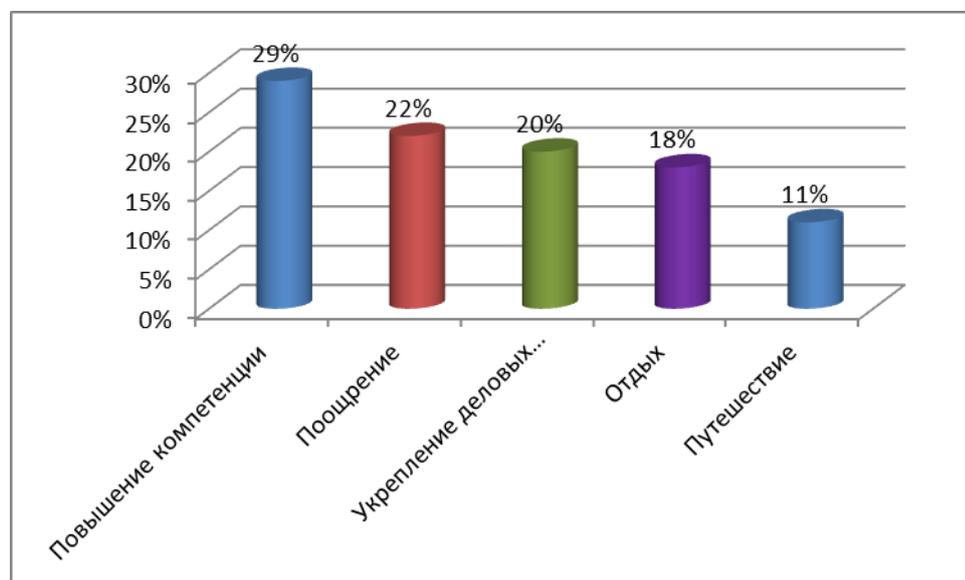


Рис. 7. Результаты маркетингового исследования
(цель деловых поездок)

Отправились бы в бизнес – поездку 81% (рис. 8).

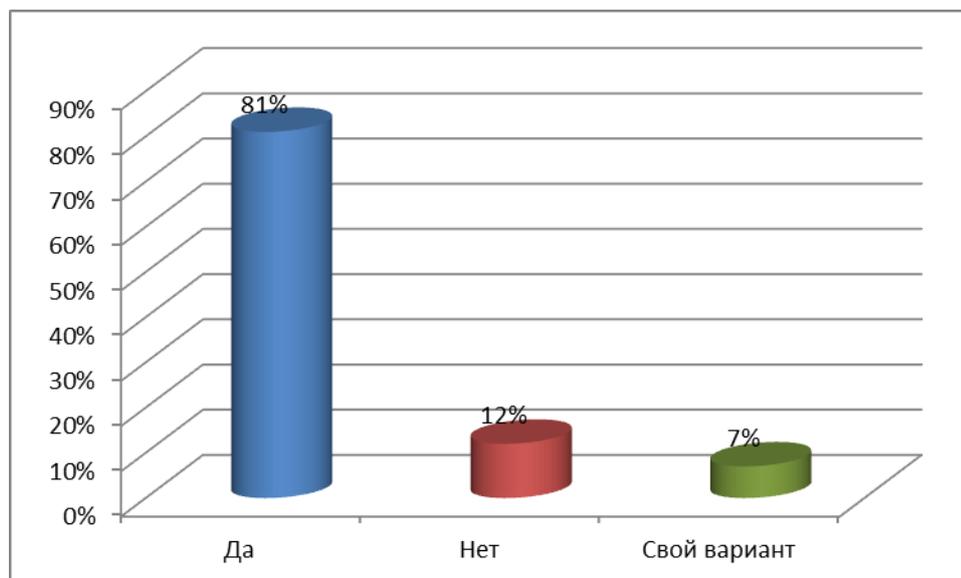


Рис. 8. Результаты маркетингового исследования (согласились/не согласились на деловую поездку)

Проанализировав ответы на опрос, удалось выяснить, что идеальной деловой поездкой для сотрудников был бы тур, который длится 2 дня, совмещает конгрессно – выставочное мероприятие и экскурсию.

Так как большинство опрошенных, считают, что персонал необходимо отправлять в бизнес – туры и, с удовольствием, сами бы отправились в такое путешествие, выявили, что спроектированный деловой тур будет пользоваться спросом как в данном, так и в других предприятиях.

Для того чтобы оценить явления и факторы, оказывающие влияние на проект, был составлен SWOT – анализ [14].

SWOT – анализ делового тура в Ханты – Мансийский автономный округ для сотрудников нефтегазового комплекса представлен в таблице 3.

SWOT – анализ делового тура в Ханты – Мансийский автономный
округ для сотрудников нефтегазового комплекса

Сильные стороны	Слабые стороны
<p style="text-align: center;">Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Привлечение туристов 2. Расширение спектра дополнительных услуг 3. Достаточно высокий уровень развития инфраструктуры Ханты – Мансийска 4. Развитие делового туризма 5. Рост спроса на деловые туры 	<p style="text-align: center;">Угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Появление конкурентов 2. Изменение предпочтений 3. Ослабление экономики и снижение покупательской возможности аудитории
<p style="text-align: center;">Преимущества:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Уникальность 2. Малая конкурентность 	<p style="text-align: center;">Недостатки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рост затрат и стоимости услуг

Данные SWOT – анализа показали, что сильных сторон у делового тура для сотрудников нефтегазового комплекса в Ханты – Мансийский Автономный округ больше, чем слабых. Поэтому, необходимо реализовывать возможности, опираясь на сильные стороны.

Деловой тур включает в себя экскурсию по городу Ханты – Мансийску. При продумывании маршрута, выбирались наиболее интересные и известные места.

В маршрут включены объекты:

1. Югорская шахматная академия. Уникальное трехуровневое сооружение шахматной Академии стилизовано под корону шахматной королевы. Многофункциональный комплекс площадью 2845 кв.м. не раз принимал под сводами международные баталии лучших стратегов мира. В помещении реализована технология «зал-трансформер» на 128 игровых мест. Проект здания Югорской шахматной академии был удостоен открытой общественной премии – Best Building [47].

2. Дом-музей народного художника СССР Владимира Игошева. Дом-музей народного художника СССР В.А. Игошева представляет коллекцию работ художника. Изначально в коллекцию вошли работы, которые тем или

иным образом касались истории Ханты-Мансийского автономного округа, его природных богатств и людей. Спустя несколько лет, в 1999 года коллекция картин народного художника насчитывала уже более 100 картин. Помимо основной выставки работ художника, в доме-музее есть еще и музыкальный салон, который оборудован специально для проведения творческих вечеров [32].

3. Югорский государственный университет. Университет основан по инициативе Правительства Ханты-Мансийского автономного округа - Югры.

4. Музей «Геологии, нефти и газа». Единственный государственный музей, находящийся на территории Российской Федерации, который посвящен «нефтяной» промышленности. В фондах музея хранятся различные предметы, посвященные геологии и истории ее развития, а так же развитию нефтяной и газовой промышленности [36].

5. Гостиный двор. Из всей современной архитектуры Ханты-Мансийска торгово-деловой центр «Гостиный двор» — самый оригинальный и самый спорный. Асимметричную многогранную пирамиду в городе видно издалека, это самое высокое здание после Воскресенского собора. Пирамида символизирует чум, а нижняя часть постройки очертаниями напоминает аркады торговых рядов, но неправильной формы, как сквозь неровное стекло. Всю ее поверхность покрывают панно на северную тематику. Внутри — супермаркет, ресторан, несколько кафе, всякие бутики и салоны. Войдя в арку, сразу забываешь, что ты на Крайнем Севере: тот же самый «Охотный Ряд» в Москве, только маленький.

6. Монумент «Бронзовый символ Югры». Воздвигнут в честь 75-летия Ханты-Мансийского автономного округа. В центре возвышается женская фигура, символизирующая Югру – материнское начало, объединяющее представителей коренных малочисленных народов Севера, нефтяников и ученых, взрослых и детей [34].

7. Стелла – памятный знак «Первооткрывателям земли Югорской». Памятный знак выполнен в форме трехгранной пирамиды, расположен на

самой высокой точке города. Каждая из граней пирамиды олицетворяет отдельную эпоху: древняя Югра, время завоевания Сибири дружиной Ермака и освоение сибирских месторождений нефти и газа [41].

8. Скульптурная группа «Основателям города Ханты – Мансийска». Памятник посвящен освоению сибирских земель, людям, населявшим сибирские земли издревле, и тем, кто внес вклад в освоение необъятных северных просторов. Три скульптурных образа – воеводы Ивана Мансурова, атамана Никиты Пана и хантыйского князя Самара – являются воплощением посланников российского государства и коренных народностей Сибири. Над скульптурной композицией возвышается арка, символизирующая «Ворота в Сибирь».

9. Канатная дорога ГК «Хвойный урман» (Биатлонный стадион). С вершины открывается прекрасный вид на город, а так же на всемирно известную Биатлонный стадион. Ханты-Мансийский Центр Лыжного Спорта не раз становился местом проведения крупных соревнований по биатлону, в частности именно в этом месте с 2000 г. проходит «Кубок Мира по Биатлону». Биатлонный стадион, лыжные трассы, огневые рубежи, горнолыжная трасса - все соответствует самым высоким международным стандартам. Живописная местность, современное стрельбище, удобные трибуны – все это обеспечивает незабываемые впечатления и удовольствие как болельщикам, так и самим участникам соревнований. Именно развитие биатлона и других лыжных дисциплин превратили Ханты-Мансийск в признанный центр зимних видов спорта.

10. Археопарк «Самаровский останец». Расположен у подножия Самаровского останца – уникального природного памятника Югры. Памятник представляет собой обнажения древних пород земли, возраст которых превышает десятки тысяч лет. На территории Археопарка можно увидеть комплекс скульптурных композиций, выполненных в бронзе. Среди них: стадо мамонтов, первобытный бизон и шерстистый носорог, группа волков и пещерный медведь, жилище первобытного человека и др. Все они

обитали на территории Югры 70-10 тыс. лет назад и являлись представителями плейстоценовой фауны [29].

11. Мост «Красный дракон». В 2004 году был торжественно открыт мост через Иртыш, получивший название «Красный дракон». Сооружение является частью федеральной трассы, которая связывает между собой Пермь, Серов, Ханты-Мансийск, Нефтеюганск, Сургут, Нижневартовск и Томск. Почему же это сооружение назвали Красным драконом? Со стороны, кажется, что какой-то невиданный зверь, похожий на дракона выгнул спину перед прыжком. Ну а красный он, потому что в момент открытия мост был ярко-алым. Мост «Красный дракон» в Ханты-Мансийске – это настоящие ворота в город. При въезде в окружной центр со стороны Нягани и Советского гости города первым делом видят это сооружение. Условная часть моста выполнена по технологии, не имеющей аналогов России. Высота Красного дракона – 15 метров, длина – почти полтора км. Мост стал визитной карточкой города, участвовал во многих конкурсах, один из которых «Самый красивый мост России», где он занял второе место. Красный дракон стал достопримечательностью города, излюбленным местом для свадебных фотосессий. Стоит отметить, что ночью мост и вовсе предстает мифическим существом. Ярко-желтая подсветка по бокам и проекторы белого света освещают стальную конструкцию, за которой расстилаются ханты-мансийские холмы [35].

12. Музей под открытым небом «Торум Маа». Этнографический музей под открытым небом «Торум Маа» в переводе с мансийского название переводится как «Священная земля». Этнографический музей представляет достоверную реконструкцию жизни и быта коренных народов. Торум Маа включает в себя более 3 тысяч памятных единиц, которые тем или иным образом характеризуют обычаи коренных народов [32].

Проектирование качественного турпродукта невозможно без надежных партнеров, поставщиков услуг. Поиск перспективных партнеров заключается в том, что из большого числа туристских фирм и предприятий нужно

выбрать те, которые проявили бы интерес к сотрудничеству, и при этом они должны соответствовать вашим интересам и требованиям в отношении обслуживания туристов.

Для их поиска были использованы различные справочники, Интернет и другие средства коммуникации. Важно выбрать наилучшие возможности по каждому виду оказываемых услуг.

До начала тура необходимо застраховать туристов, оплатить проезд до пункта пребывания, позаботиться о перевозке туристов, забронировать места в отелях, продумать экскурсионное обслуживание.

Для надежной защиты туриста от непредвиденных расходов при возникновении нештатной ситуации за пределами родного города, будут заключены договоры с ОАО «АльфаСтрахование» [44].

В страхование включены:

- медицинские расходы;
- медицинская транспортировка;
- репатриация в случае смерти;
- экстренная стоматологическая помощь;
- транспортные расходы;
- оплата срочных сообщений;
- дополнительные транспортные расходы;
- потеря и похищение документов;
- юридическая помощь.

Партнер данного тура по размещению туристов «Проф - отель».

«Проф - отель» - это комфортабельные номера на средний бюджет. В каждом номере имеются телефонная связь, телевизор, холодильник. Местоположение гостиницы удобное, находится в 5 минутах от СК «Энергетик», где будет проходить выставка. Данное средство размещения является приемлемым по цене с высоким уровнем обслуживания.

Партнеры по питанию - ресторан «Югра», кафе «Гостинный двор» и ресторан «Ferrum».

По прилету туристов ждет завтрак в ресторане «Югра». Это ресторан международной кухни. Средний чек 1000 рублей. Во время экскурсии в Ханты - Мансийске по торгово – деловому центру «Гостинный двор» возможно пообедать в одноименном кафе. Цена комплексного обеда 400 рублей. Ресторан русской, европейской и японской кухни «Ferrum» является одним из лучших в г. Сургут. Средний чек – 1200 рублей.

Билеты приобретались бы у авиакомпании «UTair». Данная компания отличается позитивными отзывами. Цена билета до Ханты – Мансийска на одного человека – 7913 рублей. Цена билета до Екатеринбурга из Сургута – 8422 рублей (по данным на 17.05.2017 года сервиса aviasales.ru) [28]. Цена соответствует уровню предоставляемых услуг.

Услуги перемещения туристов оказывала бы транспортная компания «TRANSEVER». Субъект транспортной деятельности обязан обеспечить безопасность транспортных средств, используемых для выполнения перевозок пассажиров и грузов в процессе эксплуатации. Для выполнения перевозок пассажиров и грузов будут использованы транспортные средства, допущенные к эксплуатации в установленном порядке. Субъект транспортной деятельности обязан обеспечить защиту транспортных средств от актов незаконного вмешательства в соответствии с законодательством Российской Федерации о транспортной безопасности.

У водителя автобуса, который встречает гостей в аэропорту и везет туристов на экскурсию по городу Ханты – Мансийску имеется пакет документов, необходимых для перевозки пассажиров [7]:

- лицензия на перевозку пассажиров по территории РФ;
- технический паспорт автомобиля;
- страховка ОСАГО;

– страховка (ПОЛИС) гражданской ответственности перевозчика перед пассажирами в случае наступления несчастного случая - размер возмещения по страховке на всех пассажиров может составить максимальную сумму 600 000 рублей;

– талон Государственного Технического осмотра;

– трудовой договор с водителем транспортного средства;

– водительские права категории «Д»;

– путевой лист автобуса необщего пользования;

– в случае необходимости – доверенность на право управления автомобилем. Если в наличии только Путевой лист, то при наличии трудового договора с водителем доверенность не требуется;

– в случае необходимости - Договор аренды транспортного средства заключенный между собственником и владельцем лицензии;

– документ, содержащий сведения о медицинском работнике (фамилия, имя, отчество, должность), копия лицензии на осуществление медицинской деятельности или копия договора с медицинской организацией или индивидуальным предпринимателем, имеющими соответствующую лицензию,

В автобусе на доступных местах имеются предупредительные надписи и специальный молоток для разбивания стекол во время аварии для обеспечения выхода пассажиров. Водитель отгорожен от пассажирского салона перегородкой. Водителю запрещается отклонение от установленного схемой маршрута пути следования, осуществление остановок в местах, не предусмотренных схемой маршрута (кроме случаев, когда это вызвано необходимостью обеспечения безопасности перевозок и дорожного движения). Шумность в салоне не должна превышает 70 дБ. Если понадобится заправка топливом на автозаправочной станции, то туристы должны выйти из автобуса. Посадка и высадка группы из автобуса должны

осуществляться в специально отведенных для этого местах (на автобусных остановках).

В городе Сургуте деловые туристы посетят выставку «Сургут. Нефть и Газ – 2017» и музей АО «Сургутнефтегаз».

Выставка «Сургут. Нефть и Газ – 2017» является масштабным событием в Ханты – Мансийском автономном округе-Югре, уникальной выставочно-презентационной площадкой, где демонстрируются последние разработки и достижения российских и зарубежных компаний в области добычи, транспортировки и переработки нефти и газа. Данный проект содействует внедрению инновационных технологий и оборудования в нефтегазовой отрасли, созданию благоприятных условий для развития новых форм взаимовыгодного сотрудничества.

Специализированная выставка «Сургут. Нефть и Газ - 2017» – это новые клиенты и контракты в одном из самых экономически развитых регионов России; заключение выгодных контрактов непосредственно на выставке с ведущими компаниями отрасли; возможность за короткий период времени провести маркетинговые исследования, изучить спрос, конкурентов, уровень развития отрасли и т.д.; возможность выстроить личные контакты и доверительные отношения с потенциальными партнерами благодаря работе на выставке, деловой программе, мероприятиям, предполагающим неформальное общение; участие в мероприятиях деловой программы (семинарах, конференциях и презентациях), посвященных основным вопросам нефтегазовой и химической отраслей.

Второе место, которое посетят туристы в Сургуте – это музей АО «Сургутнефтегаз», который открылся в 2013 году. Одна из основных задач создания музея – сохранение уникального исторического материала: предметы, фотографии, документы, образцы оборудования, фрагменты кинохроники, а также события, воссозданные художниками с помощью объёмных диорам, стали основными экспонатами музея.

В музее истории «Сургутнефтегаз» удачно сочетаются традиции и инновации. При входе посетитель удивительного музея получает в качестве гида планшетный компьютер со специально разработанной программой, позволяющей ему не только ориентироваться в музейном пространстве, но и получать дополнительную информацию. Технология дополненной реальности используется в экспозиции для «оживления» статичных макетов. Сложные технологические комплексы, оборудование, процессы дополняются виртуальными аннотациями, схемами, трёхмерными моделями оборудования. Посетитель музея на планшетном компьютере получает дополнительную фото-, видеоинформацию, может ознакомиться со сложными технологическими процессами с помощью анимированных 3D роликов. В экспозиции, посвященной разработке нефтяных месторождений, с помощью сенсорного стола и размещённой на нём специальной игровой программы, посетителю музея предлагается поучаствовать в музейной игре — экономической стратегии: выбрать и приобрести лицензионный участок, а затем попробовать разработать нефтяное месторождение. В дизайне экспозиции для создания необычных гнутых форм, символизирующих изолинии земных недр, широко используется искусственный камень, свойства которого позволили создать необычные конструкции витрин и подиумов.

Музей будет интересен, так как он оснащен самыми передовыми технологиями, позволяющими в полной мере представить весь процесс от добычи нефти до ее переработки. Множество информационных стендов, экземпляров кернов, образцов нефти, видов инструмента для буровых вышек раскрывают секреты нефтяной отрасли.

После посещения музея истории АО «Сургутнефтегаз» у туристов будет полдник в ресторане «Ferrum».

Перед отправлением в Екатеринбург деловые туристы смогут посетить 2 достопримечательности города Сургута – памятник основателям Сургута и Сургутский Биг – Бен.

Памятник основателям Сургута представляет собой небольшую скульптурную четырехфигурную композицию и располагается в самом центре города Сургута на транспортном кольце проспект Ленина - улица Островского. Торжественное открытие памятника, посвященного основателям Сургута, состоялось в июне 2002 г. Авторами памятника выступили - архитекторы профессор С. Михайлов, Н. Соколов и скульпторы Л. Аристов, М. Цхададзе и А. Иванов. Бронзовая скульптурная композиция была отлита на литейном заводе Санкт-Петербурга, чтобы ее изготовить понадобилось 40 т бронзы. Высота самой экспозиции составляет 6,5 м, пьедестала – 4 м, а общая высота памятника около 15 м.

Сургутский Биг-Бен – это настоящее архитектурное чудо и яркая достопримечательность города Сургута, точная копия знаменитого английского Биг-Бена. В настоящее время в этом здании размещается школа иностранных языков. Сама школа была открыта в 1997 г., а оригинальное здание Биг-Бена она получила только в 2004 г. Инициатором появления в Сургуте символа Великобритании выступил генеральный директор ОАО «Сургутстройтрест», строитель и депутат сургутской Думы Е. Барсов. Биг-Бен был построен всего за один год. Башня семиэтажная. Внутренняя часть помещения «Биг-Бен» выполнена в старинном английском стиле, благодаря чему здание в точности повторяет гордость Англии.

В данном параграфе было проведено маркетинговое исследование необходимости проектирования делового тура в Ханты – Мансийский автономный округ, по результатам которого удалось выяснить, что идеальной деловой поездкой для сотрудников был бы тур, который длится 2 дня, совмещает конгрессно – выставочное мероприятие и экскурсию. Также было выявлено, что спроектированный деловой тур будет пользоваться спросом как в данном, так и в других предприятиях.

Для того чтобы оценить явления и факторы, оказывающие влияние на проект, был составлен SWOT – анализ.

Исходя из выше сказанного можно сделать вывод о том, что руководители нефтегазовых комплексов уже давно готовы использовать деловые туры с целью раскрытия потенциала и поощрения своих сотрудников. А проявляться это должно в виде различных деловых поездок. И не обязательно площадкой для них должны быть Москва и Санкт-Петербург.

2.2. Описание программы делового тура в ХМАО для сотрудников нефтегазового комплекса

Выставка «Сургут. Нефть и Газ – 2017» – это масштабное событие в Ханты – Мансийском автономном округе-Югре. Данный проект содействует внедрению инновационных технологий и оборудования в нефтегазовой отрасли, созданию благоприятных условий для развития новых форм взаимовыгодного сотрудничества. Посещение данной выставки будет плодотворным и интересным для сотрудников нефтегазового комплекса.

Цель делового тура – раскрытие потенциала и поощрения сотрудников нефтегазового комплекса.

Спроектированный тур рассчитан на 2 дня.

Программа делового тура содержит: культурно – познавательную программу по городу Ханты – Мансийск, посещение выставки «Сургут. Нефть и Газ — 2017» и музея истории ОАО «Сургутнефтегаз».

26 сентября

08:00 группа сотрудников нефтегазового комплекса из 6 человек вылетает из аэропорта Кольцово в Ханты – Мансийск.

10:15 группу встречают в аэропорту. Трансфер в ресторан «Югра».

10:30 Завтрак.

11:00 – 16:40 Экскурсия обзорная по Ханты-Мансийску, с посещением музеев.

Маршрут экскурсии:

– Проезд по ул. Лопарева и осмотр с правой стороны «Дом-музей Игошева» (краткий рассказ). С левой стороны осмотр «Югорской шахматной академии» (краткий рассказ).

– Проезд по ул. Чехова, осмотр Югорского Государственного Университета с правой стороны.

– Въезд на парковку «Музея геологии, нефти и газа» (Посещение музея. Экскурсия проходит с гидом. Имеется возможность приобретения сувениров в кассе музея).

– Проезд на минивэне до Центральной площади города. Осмотр Дома Правительства и монумента «Бронзовый символ Югры». (Краткий рассказ об объектах).

– Обед в кафе «Гостиный двор» (40 мин).

– Поворот на проезд Первооткрывателей, затем до пер. Кедровый. Рассказ о стеле «Первооткрывателям Земли Югорской» (10 мин + время для фото).

– Выезд на ул. Гагарина. Проезд до Речного порта с кругом без остановки. Заезд на ул. Ледовая и катание на Канатной дороге. Обзорная экскурсия по кругу в уютных кабинках (20 мин).

– Проезд минивэна ул. Объездной с остановкой в Археопарке «Самаровский останец». Затем по ул. Объездной мимо моста «Красный дракон».

– Посещение музея под открытым небом «Торум маа» (ул.Собянина 1). Экскурсия будет проходить с экскурсоводом музея (продолжительность 1 час). После экскурсии имеется возможность приобретения сувениров в музейной лавке.

Переезд группы осуществляется сразу после экскурсии на минивэне до города Сургут.

20:30 Приезд в Сургут. Заселение в гостиницу «Проф – отель». Ужин.

27 сентября

9:00 Завтрак в отеле «Проф-отель»

10:00 Посещение выставки «Сургут. Нефть и Газ — 2017» (приложение 1).

16:00 Посещение музея истории АО «Сургутнефтегаз»

17:25 Полдник (ресторан «Ferrum»)

18:05 Трансфер туристов до достопримечательностей Сургута (Памятник основателям Сургута, Сургутский Биг - Бен)

19:00 Прибытие в аэропорт

20:20 Вылет в Екатеринбург

22:25 Прибытие в Кольцово.

Посещение выставки «Сургут. Нефть и Газ — 2017» позволит сотрудникам нефтегазового комплекса расширить круг клиентов и партнеров, укрепить деловые отношения, увеличить объем продаж товаров различных категорий, повысить узнаваемость своей компании, интереса к продукции.

Обзорная экскурсия по городу Ханты-Мансийск познакомит сотрудников нефтегазового комплекса с достопримечательностями города.

2.3. Экономическое обоснование делового тура в ХМАО для сотрудников нефтегазового комплекса

В данном разделе дипломного проекта рассмотрены вопросы по финансовой организации проектирования делового тура в ХМАО.

Деловой тур включает в себя следующие затраты:

1. Подготовка к туру:

Смета затрат на подготовку к туру указана в таблице 4.

Таблица 4

Смета затрат на подготовку к деловому туру

Наименование	Ед. изм.	Цена за ед.	Кол-во ед.	Сумма
Страхование	руб	1040	6	6240
Проживание в гостинице «Проф – отель» (питание включено)	руб	3400	6	20400
Билеты на самолет до Ханты – Мансийска	руб	7913	6	47478
Трансфер (экскурсия + Сургут)	руб/час	800	12	9600
Билеты на самолет до Екатеринбурга	руб	8422	6	50532
Итого:	руб			134250

2. Питание:

Организовать питание для туристов. Завтрак и ужин будут предоставлены гостиницей «Проф – отель» (входят в стоимость проживания). Завтрак – ресторан «Югра». Обеды – рестораном «Ferrum» и кафе «Гостинный двор». Смета затрат указана в таблице 5.

Таблица 5

Смета затрат на питание туристов

Наименование	Ед. изм.	Цена за ед.	Кол-во	Сумма
Завтрак в ресторане «Югра»	руб/чел	1000	6	6000
Обед в ресторане «Ferrum»	руб/чел	800	6	4800
Обед в кафе «Гостинный двор»	руб/чел	400	6	2400
Итого:	руб			13200

3. Кофе-брейк:

Кофе – брейк проходит за счет организаторов выставки – «Окружной выставочный центр «Югорские контракты». Затрат нет.

4. Культурно-познавательная программа для деловых туристов:

включает посещение музея истории АО «Сургутнефтегаз» - бесплатно.

Обзорная экскурсия включает в себя следующие затраты: музей под открытым небом «Торум Маа» входной билет на человека и экскурсовод на группу; музей «Геологии, Нефти и Газа» входной билет на человека и

экскурсовода, а также билет на разрешение фото и видео съёмки; канатная дорога ГК «Хвойный урман» входной билет на человека. В кабинках по 4 человека. Смета затрат на организацию культурно-познавательной программы для сотрудников нефтегазового комплекса представлена в таблице 6.

Таблица 6

Смета затрат на культурную программу

Наименование	Ед. изм.	Цена за ед.	Кол-во	Сумма
Музей «Торум Маа»	руб/чел	150	6	900
Музей «Геологии, Нефти и Газа»	руб/чел	220	6	1320
Канатная дорога ГК «Хвойный урман»	руб/чел	70	6	420
Итого:	руб			5440

Обзорную экскурсию ведет гид по городу. В стоимость билетов входят услуги экскурсовода, который имеется в музее и разрешение на фото и видео съёмку в музее «Геологии, Нефти и Газа».

В таблице 7 представлен расчет переменных затрат на деловой тур в Ханты – Мансийский автономный округ для сотрудников нефтегазового комплекса.

Таблица 7

Расчет переменных затрат на деловой тур в Ханты – Мансийский автономный округ для сотрудников нефтегазового комплекса

Наименование калькуляционных статей	Показатели в стоимостном выражении	
	1 человек	Группа из 6 человек
Страховка	1040	6240
Транспорт (Самолет)	16335	98010
Транспорт (Трансфер)	1600	9600
Проживание	3400	20400
Питание	2200	13200
Культурная программа	440	2640
Итого переменных затрат	25015	150090

Как видно из таблицы 7, на группу из 6 человек переменные затраты составят 150090 рублей. Цена тура рассчитывается по формуле: переменные затраты * 1,30 (нормативная рентабельность) = 150090*1,30 = 195117 рублей – цена туристской путевки на группу из 6 человек. Следовательно, цена тура на одного человека составляет 32520 рублей (195117/6).

Рентабельность проектирования тура (на группу из 6 человек) = прибыль/выручка*100% = 32520/195117*100% = 17%.

Чтобы рассчитать выручку в точке безубыточности продаж, нужно найти показатели маржинальной прибыли на единицу продукции и рентабельности по маржинальной прибыли.

Маржинальная прибыль на единицу продукции равна разнице цены и переменных затрат на единицу продукции: 32520 – 25015 = 7505 рублей.

Рентабельность по маржинальной прибыли = маржинальная прибыль на единицу продукции/цена = 7505/32520 *100% = 23%.

Отсюда выручка в точке безубыточности равна отношению постоянных затрат к рентабельности по маржинальной прибыли единицы продукции, умноженное на 100 %, далее рассчитаем постоянные затраты на рекламу и продвижение (таблица 8).

Таблица 8

Затраты на продвижение делового тура в Ханты – Мансийский автономный округ для сотрудников нефтегазового комплекса

Статьи расходов по видам рекламных средств	Расчет стоимости затрат, руб./год
Печатная рекламная продукция (буклеты)	3000
Реклама в Интернете (социальные сети)	0
Итого постоянных затрат:	3000

Исходя из данных таблиц, мы можем посчитать выручку в точке безубыточности: 3000/23%*100% = 13043,5. Количество единиц продукции (объем продаж в точке безубыточности) равно отношению выручки в точке безубыточности к цене тура = 13043,5/32520 = 0,4. Следовательно, для того, чтобы получить прибыль и покрыть издержки, необходимо продать 1 тур.

Важность проектирования данного делового тура в том, что он поможет выразить благодарность за активную и продуктивную работу, а также стимулировать к дальнейшему личностному развитию сотрудников.

Цель второй главы – спроектировать деловой тур в Ханты – Мансийский автономный округ для сотрудников нефтегазового комплекса. Для этого:

1. Провели маркетинговое исследование необходимости проектирования делового тура в Ханты – Мансийский автономный округ, по результатам которого удалось выяснить, что идеальной деловой поездкой для сотрудников был бы тур, который длится 2 дня, совмещает конгрессно – выставочное мероприятие и экскурсию. Для того, чтобы оценить явления и факторы, оказывающие влияние на проект, был составлен SWOT – анализ.

2. Разработали программу делового тура в Ханты – Мансийский автономный округ. Программа делового тура содержит: культурно – познавательную экскурсию по городу Ханты – Мансийск, посещение выставки «Сургут. Нефть и Газ — 2017» и музея истории ОАО «Сургутнефтегаз».

3. Произвели экономическое обоснование всего проекта. Стоимость тура на одного человека составляет 32520 рублей. Для того чтобы получить прибыль и покрыть издержки, необходимо продать 1 тур.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время деловой туризм способен формировать значительные финансовые потоки и обеспечивать поступления финансовых средств в бюджеты всех уровней. Важным аспектом этой деятельности является ее социально-экономическая направленность, выражающаяся в создании новых рабочих мест.

Деловые туры проводятся компаниями в целях поощрения и мотивации сотрудников.

Рассмотрев теоретические аспекты понятия «бизнес – тур», заключили, что это уникальное явление туристской отрасли. Деловой турист может совершать путешествие по рабочим вопросам, и в то же время приобрести досуговые услуги. Деловой туризм относится к специализированным направлениям туристской индустрии и отличается рядом особенностей.

Изучив литературу по выбранной теме, пришли к выводу, что интерес к данному виду туризма повышается.

Организация деловых туров предполагает высокую степень профессионализма, требует своевременного планирования, наличия квалифицированного персонала.

Проектирование делового тура со всей полнотой предоставляет возможность не только поучаствовать в конгресс - мероприятиях, но и приятно провести время, комфортно отдохнуть, посетить ряд интересных мероприятий.

Говоря о туристской индустрии Ханты-Мансийска, стоит отметить, что на современном этапе развития ХМАО считается удобной и комфортной площадкой для проведения конгрессов, форумов, конференций и выставок. Наиболее активные сферы проведения конгрессно-выставочных мероприятий: физкультура и спорт, культура и искусство, информационные

технологии, нефтяная промышленность, охрана окружающей среды, государственное управление и туризм.

Всё это и привлекает в ХМАО десятки тысяч жителей других регионов России и зарубежных стран.

За время проектирования делового тура в Ханты – Мансийский автономный округ для сотрудников нефтегазового комплекса, были сделаны выводы:

1. Деловой туризм – это туризм, основные цели которого связаны с профессиональными и коммерческими интересами туриста. Включает как деловые поездки, так и проведение различных мероприятий. В деловом туризме выделяют корпоративный туризм и индустрию встреч. Понимание уникальной роли делового туризма в развитии контактов, активной государственной политики и поддержки на государственном уровне развивает данную отрасль, способствует дальнейшему росту.

2. Разработка турпродукта – достаточно сложный, многоступенчатый процесс, требующий комплексного, системного анализа и осуществляемый при выполнении ряда условий, таких как: проведение маркетингового исследования рынка для определения потенциального потребительского спроса на различные виды туристского продукта, определение видов, форм и элементов турпродукта, периодичность его предоставления, анализ реальных затрат на разработку и реализацию предполагаемого к продаже турпродукта, оценка экономической эффективности и целесообразности разработки турпродукта на основе данных о его предполагаемых доходах и расходах. Закон «О защите прав потребителей», Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил перевозок пассажиров и багажа автомобильным транспортом и городским наземным электрическим транспортом», Федеральный закон «О техническом регулировании», Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования», ГОСТ Р 53522-2009

«Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения», ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» - основные документы нормативно – правовой базы, регулирующие деловые туры.

3. На сегодняшний день деловой туризм является одним из наиболее популярных и многочисленных. Ханты – Мансийский автономный округ – Югра считается удобной и комфортной площадкой для проведения конгрессов, форумов, конференций и выставок. На территории автономного округа действует 14 туристско – информационных центров, создана рабочая группа при Деловом совете по развитию туризма. Ежегодно проводятся конгресс – мероприятия, такие как:

- Международная туристическая выставка «Интурмаркет»;
- выставка – форум «Югорский промышленный форум»;
- IT-форум с участием стран БРИКС и ШОС «Информационные технологии для всех»;
- Международная специализированная выставка «Сургут. Нефть. Газ».

4. Несмотря на активное развитие нефтегазодобывающей отрасли, которая всегда привлекала и привлекает в Ханты – Мансийский автономный округ деловых туристов, отсутствуют бизнес – туры на практике туристской деятельности. Для того, чтобы выявить спрос на деловой тур в Ханты – Мансийский автономный округ было проведено маркетинговое исследование, по результатам которого удалось выяснить, что туристы с удовольствием бы отправились в бизнес – поездку. Идеальной деловой поездкой, согласно анкете, для сотрудников был бы тур, который длится 2 дня, совмещает конгрессно – выставочное мероприятие и экскурсию.

5. Спроектированный тур рассчитан на 2 дня. Программа делового тура содержит: культурно – познавательную программу по городу Ханты – Мансийск, посещение выставки «Сургут. Нефть и Газ — 2017» и музея истории ОАО «Сургутнефтегаз». Обзорная экскурсия по городу Ханты-

Мансийск познакомит сотрудников нефтегазового комплекса с достопримечательностями города. Посещение выставки «Сургут. Нефть и Газ — 2017» позволит сотрудникам нефтегазового комплекса расширить круг клиентов и партнеров, укрепить деловые отношения, увеличить объем продаж товаров различных категорий, повысить узнаваемость своей компании, интереса к продукции.

б. Важность проектирования данного делового тура в том, что он поможет выразить благодарность за активную и продуктивную работу, а также стимулировать к дальнейшему личностному развитию сотрудников. Произвели экономическое обоснование всего проекта. Стоимость тура на одного человека составляет 32520 рублей. Для того чтобы получить прибыль и покрыть издержки, необходимо продать 1 тур.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция РФ [Текст] : Конституция РФ от 12 декабря 1993г. (ред. 21.07.2014)
2. О защите прав потребителей [Текст] : федер. закон РФ от 9 января 1996г. № 2 - ФЗ. (ред. от 03.07.2016)
3. О техническом регулировании [Текст] : федер. закон РФ от 27 декабря 2002г. № 184-ФЗ
4. Об основах туристской деятельности в РФ [Текст] : федер. закон РФ от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ
5. Об охране окружающей среды [Текст] : федер. закон РФ от 10 января 2002г. № 7-ФЗ
6. Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта [Текст] : федер. закон РФ от 8 ноября 2007 № 259-ФЗ
7. Об утверждении Правил перевозок пассажиров и багажа автомобильным транспортом и городским наземным электрическим транспортом [Текст] : Постановление Правительства РФ от 14 февраля 2009г. № 112 г. (ред. от 28.04.2015)
8. Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы) [Текст] : Постановление Правительства РФ о фед. целевой программе от 2 августа 2011г. № 644
9. ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» [Текст]. – М.: Стандартинформ, 2011
10. ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования» [Текст]. – М.: Стандартинформ, 2011
11. ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» [Текст]. – М.: Стандартинформ, 2015

12. ГОСТ Р 53522 – 2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения» [Текст]. – М.: Стандартинформ, 2010
13. Александрова, А. Ю. Международный туризм [Текст]. – М.: Аспект Пресс, 2004.
14. Арутюнова, Д. В. Стратегический менеджмент [Текст] : Учебное пособие. - Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. - 122 с.
15. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма [Текст] : учебное пособие.- Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 252 с.
16. Баядян, А. Ю. Формирование стратегии по созданию конкурентоспособного туристского продукта Российской Федерации в условиях глобализации [Текст] / А.Ю. Баядян // Регион – 2013: стратегия оптимального развития: Материалы регионал. науч.-практ. конф. – Пермь: Пермск. гос. ун-т, 2013. – С. 48–50
17. Большой энциклопедический словарь [Текст] / Гл. ред. А. М. Прохоров. – 2-е изд., перераб. и доп.- М.: Большая рос. энцикл. ; СПб.: Норинт, 1997. – 1408 с.
18. Борисова, О. В. 151 Статистический ежегодник ХМАО [Текст] / Территор. орган Федер. службы гос. статистики по ХМАО (Хантстат).- Ханты – Мансийск, 2014. –444 с.
19. Докашенко, Л. В. Предпосылки развития делового туризма в России [Текст] // Вестник Оренбургского государственного университета.- 2015. – № 1. – С. 78–86.
20. Ефремова, М. Экономика туризма и оценка ее динамики [Текст] / М. Ефремова // Экономист. – 2004.
21. Квартальнов, В. А. Туризм [Текст]. - М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
22. Косолапов, А. Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности [Текст]. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 280с.

23. Кутина, Ю. Рынок делового туризма растет [Текст] // Российская газета. – 2014. – 10 февр.
24. Менеджмент туризма [Текст] : учеб. / А. Д. Чудновский, Н. В. Королев, Е. А. Гаврилова, М. А. Жукова, Н. А. Зайцева. – М.: Федер. агентство по туризму, 2014. – 576 с.
25. Севастьянова, И. Г. Мотивация проектной работы в современной бизнес-среде / И. Г. Севастьянова, В. Н. Стегний, Е. А. Абрамова // Вестник ПГТУ, 2011. - № 12 (35). - С. 51-57.
26. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учебное пособие / А.Б. Косолапов.- Москва : КноРус, 2016. — 294 с. — Для ссузов. — ISBN 978-5-406-05383-6.
27. Шапиро, С. А. Мотивация и стимулирование персонала [Текст]. — М.: ГроссМедиа, 2005. — 224 с.
28. aviasales.ru [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.aviasales.ru>. - Загл. с экрана.
29. Археопарк «Самаровский останец» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://tonkosti.ru/археопарк_Самаровский_останец - Загл. с экрана.
30. Деловой туризм в города России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.bsigroup.ru/business/>- Загл. с экрана.
31. Журнал «Турбизнес» [Электронный ресурс]. - Режим доступа:www.tur100.net/ - Загл. с экрана.
32. История музея [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://torummaa.ru/history/> - Загл. с экрана.
33. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]. - Режим доступа:<http://marketopedia.ru/93-marketingovoe-issledovanie.html/> - Загл. с экрана.
34. Монумент «Бронзовый символ Югры» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://admhmansy.ru/city/monuments.php/>- Загл. с экрана.

35. Мост через р. Иртыш в г. Ханты-Мансийске [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bridgeart.ru/bridges/different-bridge/250-irtysh-bridge.html/> - Загл. с экрана.
36. Музей геологии, нефти и газа [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.muzgeo.ru/o-muzee/>- Загл. с экрана.
37. О музее [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://dmi-hmao.ru/>- Загл. с экрана.
38. Особенности делового туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vertikal-pechatniki.ru/14tury/tury016.htm/> - Загл. с экрана.
39. Отчеты Всемирной туристской организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tourlib.net/wto.htm/> - Загл. с экрана.
40. Официальный сайт Администрации ХМАО-Югры [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.tourism.admhmao.ru/>- Загл. с экрана.
41. Проект КС (АНО «Проект КС», Архитектурная мастерская Карена Сапричяна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://archi.ru/projects/russia/8987/stela-pamyatnyi-znak-pervootkryvatelyam-zemli-yugorskoj/> - Загл. с экрана.
42. Промышленность Сибири [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.sibprom-region.ru/promsibir.html/> - Загл. с экрана.
43. Страницы истории [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.ugramuseum.ru/O_muzee/stranitsyi_istorii_/ - Загл. с экрана.
44. Страховая компания ОАО «АльфаСтрахование» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.alfastrah.ru/> - Загл. с экрана.
45. Численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения, по целям поездок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcmconnect/rosstat_main/rosstat/ - Загл. с экрана.

46. Ханты – Мансийск. Средства размещения [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.booking.com/city/ru/khanty-mansiysk.ru.html>/- Загл. с экрана.
47. Югорская шахматная академия стала полноправной достопримечательностью Ханты-Мансийска [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ugra-news.ru/article/26112015/22100>. - Загл. с экрана.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Программа выставки «Сургут. Нефть и газ - 2017» на 27.09.17

(Первый день)

10:00 - 10:30

Торжественная церемония открытия XXII Международной специализированной выставки «Сургут. Нефть и Газ — 2017» (Сцена, выставочный зал)

10:30 - 11:30

Осмотр выставочной экспозиции XXII международной специализированной выставки «Сургут. Нефть и Газ-2017»

11:30 - 12:00

Регистрация участников конференции «Промышленная безопасность: утилизация попутного нефтяного газа, нефтяного и бурового шлама, ликвидация нефтяных загрязнений»

12:00 - 18:00

Конференция «Промышленная безопасность: утилизация попутного нефтяного газа, нефтяного и бурового шлама, ликвидация нефтяных загрязнений»

18:00

Окончание работы выставки

19:00

Вечерний прием по случаю открытия выставки XXII международной специализированной выставки «Сургут. Нефть и Газ-2017»

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Анкета

Уважаемый персонал «НГК-технологии»!

Мы подготовили опрос, для того чтобы выявить хочет ли коллектив учиться новому, повышать профессиональный уровень.

Просим Вас потратить несколько минут на заполнение следующей анкеты.

Анкета полностью анонимна!

Контактные данные:

+7(922)1300000

Харитонов Александр

1. Знакомо ли Вам понятие «Бизнес - туризм»?

- Да, я хорошо знаю, что такое
- Нет, впервые слышу
- Затрудняюсь ответить

2. Что, по – Вашему мнению, должен совмещать деловой тур?

- Конгрессно – выставочное мероприятие
- Тренинг
- Экскурсию
- Отдых
- Свой вариант _____

3. На Ваш взгляд, какова оптимальная длительность тура?

- 2 дня
- 3 – 4 дня
- 4 – 7 дней
- Более 7 дней

4. Как Вы считаете, необходимо ли предприятиям отправлять сотрудников в такие туры?

- Да, обязательно
- Нет, в качестве поощрения выдать премию
- Свой вариант _____

5. С какой целью необходимо отправлять сотрудников в бизнес – туры?

- Укрепление отношений с партнерами
- Путешествие в разные уголки Земли

- Отдых
- Поощрение сотрудников
- Повышение компетенции работников
- Свой вариант _____

6. Вы бы отправились в деловое путешествие?

- Да, было бы здорово
- Нет
- Свой вариант _____

Благодарим Вас за участие в опросе. Удачного дня!

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА туристского путешествия по маршруту

Екатеринбург – Ханты – Мансийск – Сургут – Екатеринбург на 2017г.

Наименование маршрут: Деловой тур в Ханты – Мансийский автономный округ для сотрудников нефтегазового комплекса _____

Основные показатели маршрута

Вид маршрута: Междугородний

Протяженность маршрута (км) 2497 км

в т.ч. на транспорте самолет – 2130 км, автотранспорт – 367 км

Продолжительность путешествия 26 ч 25 мин

Число туристов в группе и число групп 1 группа из 6 человек

Всего туристов по маршруту 6 человек

Начало обслуживания на маршруте Ханты - Мансийск

Конец обслуживания на маршруте Сургут

Стоимость путевки (руб) 32520 рублей

График заезда туристских групп по периодам (месяцам, дням) раз в год

Программа путешествия по маршруту Екатеринбург – Ханты – Мансийск – Сургут – Екатеринбург

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование туристских предприятий и условия размещения (категории средств размещения)	Запланированные туристские услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских прогулок и походов	Внутримаршрутные перевозки
Вылет 8:00 Екатеринбург – Прилет 10:15 Ханты – Мансийск (1000 км)	–	–	Авиакомпания «UTair»
10:15 Ханты – Мансийск (37, 9 км)	10:30 Завтрак в ресторане «Югра» 12:50 – обед в кафе «Гостиный двор» (40 мин)	Экскурсия по г. Ханты – Мансийску (с посещением музеев). Объекты показа: Югорская шахматная академия, дом-музей народного художника СССР Владимира Игошева, Югорский государственный университет, музей	Компания «TRANSEVER»

		«Геологии, нефти и газа» (посещение), монумент «Бронзовый символ Югры», Стелла – памятный знак «Первооткрывателям земли Югорской», Скульптурная группа «Основателям города Ханты – Мансийска», канатная дорога ГК «Хвойный урман» (посещение), археопарк «Самаровский останец», мост «Красный дракон», музей «Торум Маа» (посещение).	
Ханты – Мансийск - Сургут (302,9 км)	-	-	Компания «TRANSEVER»
Сургут (26, 2 км)	Гостиница «Проф-отель», 17:25 полдник в ресторане «Ferrum» (35 мин)	Посещение выставки «Сургут. Нефть и Газ — 2017», экскурсия в музей истории АО «Сургутнефтегаз», посещение достопримечательностей города Сургута – памятник основателям Сургута и Сургутский Биг-Бен	Компания «TRANSEVER»
Сургут – Екатеринбург (1130 км)	–	–	Авиакомпания «UTair»

Внутримаршрутные перевозки осуществляются предприятиями: авиакомпания «UTair», транспортная компания «TRANSEVER».

Место подписи руководителей

печатей

предприятий, обслуживающих туристов на маршруте

«___» _____ 20___ г.

Краткое описание путешествия: Деловым туристам предложена обзорная экскурсия по Ханты – Мансийску с посещением музеев, в г. Сургуте – посещение выставки «Сургут. Нефть и Газ — 2017», экскурсия в музей истории АО «Сургутнефтегаз», посещение достопримечательностей города Сургута – памятник основателям Сургута и Сургутский Биг-Бен.

Руководитель туристского предприятия

Подпись

МП

Информационный лист

При приобретении путевки необходимо ознакомиться с программой тура и общей информацией по условиям его проведения, которые должны соответствовать Вашим ожиданиям и возможностям, в том числе физическим и техническим. В описании тура представлена подробная информация, позволяющая адекватно оценить понравившейся ему тур и избежать разочарований непосредственно на маршруте.

Бронирование тура

Для бронирования необходимо внести предоплату в размере 10% от стоимости тура по выставленному нами счету. Остаток стоимости тура оплачивается на месте наличными, либо безналичным способом по дополнительному счету. Если оплата по безналичному расчету произведена непосредственно перед туром, Вам необходимо предоставить подтверждение платежа. Счет можно оплатить в любом банке города. После получения оплаты счета мы направляем Вам подтверждение бронирования – карту брони. Всю необходимую информацию можно посмотреть в соответствующем разделе на сайте, либо во вложении письма о подтверждении.

Возникшие вопросы можно задать по телефону **8-912-999-9232**.

Встреча туристов

Встреча туристов осуществляется в аэропорту города Ханты-Мансийска 10:15 по местному времени.

Если Ваш самолет опаздывает с прибытием в г. Ханты-Мансийск и возникает угроза опоздания к отправлению автотранспорта, обязательно сообщите о сложившейся ситуации по телефону 8-912-999-9232 для принятия решения о координации дальнейших действий.

Посадка производится водителем автобуса по списку.

Начало тура

Группа вылетает из аэропорта «Кольцово» г. Екатеринбург в 8:00

С собой необходимо иметь: паспорт (желательно дополнительно ксерокопию его первых страниц), путевку (или ваучер или лист бронирования) и страховой полис.

Транспорт. Предоставляется микроавтобус.

1. Переезд от г. Ханты-Мансийск до г. Сургут проходит в сопровождении гида-проводника.

2. Автотранспорт отправляется по расписанию, поэтому старайтесь не опаздывать к месту сбора. При опоздании компенсация проезда, расходы на самостоятельный проезд не производится.

3. Отклонения от автотранспортного маршрута по запросам туристов не выполняются. Во время движения транспорта находиться на сиденье, не сорить, водителя от управления не отвлекать, в дискуссии о выборе видео и аудиокассет просим не вступать. Вас много, а вкусы у всех разные.

4. **Курящие.** Проявляйте внимание в отношении тех, кто не курит, просим Вас не курить в транспорте. Возможности для курения предоставляются во время остановок, предусмотренных для питания и отдыха.

5. **Ответственность.** При нарушении общественного порядка и общепринятых норм поведения, сопровождающий (водитель) вправе высадить нарушителя на ближайшем посту ГИБДД. Компенсация стоимости проезда и стоимости путевки, в этом случае не производится.

6. **По прибытии к месту назначения,** указанному в маршруте, не забудьте забрать все взятые с собой вещи. Помните! За оставленные в транспорте вещи транспортная компания ответственности не несет.

7. **Разногласия** по поводу поломки или утери личного имущества при транспортировке, решаются на месте с водителями, а на активной части тура с гидами-проводниками.

ВНИМАНИЕ! Основное обслуживание начинается в месте начала активной части маршрута (г. Ханты – Мансийск) с момента встречи с гидом-проводником Вашего маршрута и заканчивается в месте окончания активной части маршрута (г. Сургут).

Размещение

1. Туристы размещаются в 2х-местные номера гостиницы «Проф – отель» г. Сургут.

2. При использовании альтернативного размещения (сверх программы) необходимо согласовать условия такого проживания и, при необходимости, произвести оплату за проживание и доп. услуги по прайс-листам владельцев мест размещения.

Питание

- В день заезда – завтрак в ресторане «Югра» (10:30 – 11:00)
- Обед во время обзорной экскурсии по г. Ханты - Мансийску в кафе «Гостиный двор» (12:50 – 13:30)
- Ужин – гостиница «Проф – отель» г. Сургут (20:30)

- Завтрак – гостиница «Проф – отель» г. Сургут (9:40)
- Полдник Ресторан «Ferrum» (17:25 – 18:00)

Сопровождение. Группу на активной части маршрута обслуживает опытный гид (1 человек на группу), имеющий опыт работы на маршруте.

Экскурсии. Включены экскурсии, перечисленные в программе тура.

Безопасность.

1. Выполнение этого пункта возлагается на гида. Ежегодно гиды проходят курсы первой медицинской помощи, тренируются, участвуют в соревнованиях, чтобы иметь хорошую физическую форму.

2. Маршруты проходят по городу, поэтому туристу нечего бояться.

3. Медицинское обслуживание. Аптечка средств первой медицинской помощи (список лекарственных средств прилагается).

4. Перед выходом на активную часть маршрута гидом проводится инструктаж по технике безопасности. Турист обязан соблюдать правила личной безопасности и правила, изложенные в инструкции, выполнять указания и команды гида.

5. При отмене маршрута клиентам возвращается стоимость путевки за вычетом прямых расходов, например, закупка и стоимость продуктов, доставка транспортом до места и обратно, страхование и др. Гид имеет право снять с маршрута участников относящихся с открытым неуважением к другим участникам тура, гиду. Стоимость путевки в данном случае не возвращается. В случае отказа туристами от услуг, отказа от маршрута или схода с маршрута по независящим от гида обстоятельствам, гид не несёт ответственности за жизнь и здоровье туристов.

6. Маршрут и график движения могут быть скорректированы по соображениям безопасности либо по иным, независящим от организатора причинам. В любом случае об этом Вам будет сообщено.

Страхование. На все время нахождения на маршруте, вы застрахованы ОСАО «Альфа-страхование» стоимость страховки на одного человека 1040 руб. Данная страховая компания имеет договоры с лечебными заведениями мест проведения тура. Лимит покрытия медицинских и транспортных расходов составляет 250 000 руб., несчастного случая – 30 000 руб. Вы можете увеличить страховые суммы, доплатив страховой взнос. Сообщите об этом менеджеру компании заранее. При возникновении на маршруте страхового случая, инструктор и администрация компании помогает пострадавшему решать все необходимые организационные вопросы (его транспортировка в медицинское учреждение, установление контактов со страховой компанией, с

медицинским центром, получение расписок от оказавших платную помощь частных лиц и т.д.). Пострадавший должен быть готов к оплате услуг связанных с транспортировкой и медицинским обслуживанием. Страховая компания возмещает потраченные денежные средства на основании подтверждающих документов.

Специальная информация

В стоимость основной программы включено: проживание, питание, работа гида-проводника экскурсии согласно программе, трансфер, страховка ОСАО «Альфа-страхование»

Дополнительные расходы: при планировании поездки следует ориентироваться на стоимость обедов в пути, личные приобретения, сувениры.

При возникновении проблем по качеству приема или обслуживания, вопросы разрешаются на месте с гидом-проводником или представителем делового тура. В случае невозможности их решения на месте, следует составить письменно «Акт о нарушении условий приема или обслуживания».

Мне разъяснены условия тура, с «Памяткой», правами и обязанностями, «Правилами страхования», техникой безопасности и повышенной опасностью на маршруте ознакомлен и обязуюсь выполнять.

Подпись, дата.

Для представителей турагенств:

С информационным листком ознакомлен и гарантирую достоверно донести данную информацию до каждого из туристов, внесенных в путевку или список к путевке (ваучер).

_____ (подпись представителя турагентства или корпоративного представителя туристов).