

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

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА

Материалы Всероссийской научно-практической конференции
«Актуальные проблемы гостиничного сервиса – 2016»
11 ноября 2016 года
Екатеринбург, Россия

Екатеринбург 2017

УДК 338.48(082)
ББК У43
А43

*Рекомендовано Ученым советом федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
в качестве научного издания (Решение № 611 от 15.02.2017)*

Ответственный редактор:
Е. Г. Радыгина, канд. пед. наук, доцент

А43 Актуальные проблемы гостиничного сервиса [Электронный ресурс] : материалы Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы гостиничного сервиса – 2016», 11 ноября 2016 года, Екатеринбург / Урал. гос. пед. ун-т ; отв. ред. Е. Г. Радыгина. – Электрон. дан. – Екатеринбург : [б. и.], 2017. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

ISBN 978-5-7186-0849-6

В материалах Всероссийской научно-практической конференции рассматриваются теоретические и прикладные аспекты развития гостиничной индустрии.

Содержание материалов предназначено для студентов, аспирантов, преподавателей средних профессиональных и высших учебных заведений, специалистов индустрии гостеприимства.

УДК 338.48(082)
ББК У43

ISBN 978-5-7186-0849-6

© ФГБОУ ВО «УрГПУ», 2017
© Факультет туризма
и гостиничного сервиса, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| Грабовская О. В., Назарова Л. Д. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ | 5 |
| Иванова М. И., Беляева Л. А. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ ДЛЯ ГОСТЕЙ ОТЕЛЯ | 19 |
| Кузнецова К. С., Карева А. В. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРА ПО СЫСЕРТСКОМУ РАЙОНУ | 26 |
| Ляпустина Т. В., Назарова Л. Д. ПРОЕКТИРОВАНИЕ АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ГОСТЕЙ ОТЕЛЯ ВО ВРЕМЯ АВТОБУСНОЙ ЭКСКУРСИИ ... | 41 |
| Огородов И. С., Фишелева А. И. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРА ПО ИРБИТСКОМУ РАЙОНУ | 55 |
| Пономаренко Е. И., Радыгина Е. Г. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ СЛУЖБЫ БРОНИРОВАНИЯ В ОТЕЛЕ «РЕНОМЕ»..... | 62 |
| Салимова И. М., Фишелева А. И. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТУРА НА ФЕСТИВАЛЬ «КРЫЛЬЯ ПАР- МЫ» В Г. ПЕРМЬ | 68 |
| Сидорова О. Е., Радыгина Е. Г. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ..... | 81 |
| Тугушева Е. А., Фишелева А. И. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ТУРА ДЛЯ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИИ В ГОРОДЕ ЕКАТЕРИНБУРГЕ..... | 91 |

| | |
|--|-----|
| Тюняева М. А., Назарова Л. Д. СПЕЦИФИКА ОБСЛУЖИВАНИЯ VIP-ГОСТЕЙ В ОТЕЛЕ | 112 |
| Фомина М. Е., Радыгина Е. Г. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПАКЕТА ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ДЛЯ ГОСТЕЙ ОТЕЛЯ «МОСКОВСКАЯ ГОРКА» | 129 |
| Фомичева А. А., Карева А. В. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРА ПО ОКРЕСТ- НОСТЯМ ГОРОДА КУРГАНА | 140 |

УДК 640.5:331.108.45
ББК У432.1+У291.6-21

Грабовская Оксана Сергеевна,

студентка 4 курса факультета туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail: oksag2121@gmail.com

Назарова Людмила Дмитриевна,

канд. пед. наук, доцент, декан факультета туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail: ftgs@mail.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: профессиональные компетенции, гостиницы, обучающие программы, программное обеспечение, обучение персонала, гостиничные предприятия.

АННОТАЦИЯ: в данной статье рассказывается о профессиональных компетенциях специалиста гостиничной индустрии и разрабатывается модель профессионального стандарта сотрудника гостиницы. В статье представлено обучающее программное обеспечение «ЭСОП», его экономическое обоснование, SWOT-анализ сильных и слабых сторон продукта.

Grabovskaya Oksana Sergeevna,

Student 4 courses of the Faculty of tourism and hotel services, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg; e-mail: oksag2121@gmail.com

Nazarova Lyudmila Dmitrievna,

candidate of the pedagogical sciences, assistant professor, dean of the Faculty of tourism and hotel service, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state-pedagogical university"; Ekaterinburg; e-mail: ftgs@mail.ru

IMPROVEMENT OF PROFESSIONAL COMPETENCES OF THE STAFF OF THE HOTEL ENTERPRISE

KEYWORDS: the professional competencies, hotels, training program, software, learning the personnel, hotel enterprises.

ANNOTATION: in this article it is told about professional competences of the specialist of the hotel industry and the model of the professional standard of the employee of hotel is developed. In article the training software of "ESOP", its economic case, SWOT-the analysis strong and weaknesses of a product is provided.

Сфера гостеприимства – это комплексная сфера деятельности работников, удовлетворяющая любые запросы и желания гостей. Екатеринбург – активно развивающийся в деловой сфере и сфере гостеприимства город. Во всех словарях и источниках понятие «гостеприимство» трактуется как радушный прием, любезность по отношению к посетителям. Радушие и заботу о своих гостях старается проявить каждое гостиничное предприятие города. В гостиничном бизнесе служащие – это часть гостиничного продукта. Атмосферу уюта и теплоты на предприятии обеспечивает обслуживающий персонал гостиницы, от их работы с гостем зависит успешность предприятия и положительный отзыв человека об отеле. Именно сотрудники помогают сделать пребывание для гостя комфортным – проявляя искреннее дружелюбие, чуткость, заботу, отзывчивость, т.е участвуя в процессе коммуникации, выполняя различные требования, помогая гостю всеми доступными средствами. В соответствие с этим, огромное значение играет уровень компетентности персонала: какими знаниями и умениями владеет сотрудник, и как успешно применяет их в рабочих ситуациях, создавая гостеприимную атмосферу на предприятии. Весь

персонал гостиницы прикладывает все усилия, чтобы гость остался доволен и вновь вернулся в отель.

Актуальность данной темы заключается в том, что в настоящее время существует нехватка квалифицированных кадров в гостиничных предприятиях. Несмотря на предпринимаемую организациями образовательную деятельность, квалификационные показатели сотрудников в трудовом процессе являются недостаточными для оказания высокого уровня сервиса в отелях. В научной сфере данная тема исследуется С. А. Деменьтевой, Х. Й. Роглевым, В. В. Музыченко, Т. Ю. Базаровым, Н. И. Алмазовой.

Таким образом, анализ фактической ситуации позволяет определить противоречие, которое заключается в том, что полученные знания не всегда применяются сотрудником в рабочем процессе, что приводит к снижению качества сервисного обслуживания и негативному восприятию гостем всего гостиничного предприятия. Данное противоречие позволяет выявить проблему: уровень готовности сотрудника к выполнению определенного вида профессиональной деятельности не соответствует уровню требования в гостиничном предприятии.

Объект исследования – персонал гостиничного предприятия. Предмет – профессиональные компетенции персонала гостиничного предприятия.

Цель – разработать комплексную программу совершенствования профессиональных компетенций сотрудников гостиничного предприятия.

Каждый сотрудник проходит свой путь к профессионализму. Для того чтобы стать профессионалом в своей области, нужно обладать определенными умениями, знаниями и навыками, необходимо постоянно учиться и развиваться в профессиональной сфере. Необходимой составляющей профессионализма человека является профессиональная компетентность. Термин «компетенция» изначально возникает в 1596 году [2, с. 10]. А активное использование данного термина начинается использоваться с 1958 года [3, с. 12.] Это отражается в профессиональных стандартах для различных должностей: данные понятия являются основными используемыми терминами для разработки и подготовки профессиональных стандартов [1, с. 5]. На сегодняшний день, в научной ли-

тературе существует чрезвычайно разнообразная трактовка понятия «компетенция» и «компетентность». Н. И. Алмазова определяет компетенции как умения и знания в определенной сфере человеческой деятельности, а компетентность – это качественное использование компетенций [1, с. 9]. Профессиональная компетентность рассматривается автором как характеристика качества подготовки специалиста, потенциала эффективности трудовой деятельности, а формирование компетенций – это один из важных аспектов подготовки сотрудников. Н. И. Алмазова в своих трудах разводит данные понятия, устанавливая определенные рамки в отношении того, что специалист должен знать, уметь и чем обладать, и как после обучения применять полученное на практике. Таким образом, компетенции – это теоретическое ведение работником производственных процессов, а компетентность – умение применить теорию на практике. Ученый-социолог В. Г. Зарубин трактует «компетентность» как лично-интегрированный результат, включающий в себя деятельностные, поведенческие характерные черты: готовность и направленность на практическую, грамотную, мотивационно-ценностную и когнитивно-обеспеченную деятельность в профессиональной сфере. Данная трактовка понятия «компетентность» и раскрывает понятие «компетенция». Опираясь на данное высказывание ученого, можно прийти к выводу о том, что понятие «компетенция» – это определенные обязанности, выполняемых специалистом в своей деятельности, с помощью которых у него появляется возможность проявить свою компетентность по рабочим процессам. Иными словами, компетентность – это степень того, насколько хорошо или плохо человек выполняет свою деятельность. В научных трудах Н. Н. Нечаева понятие «компетентность» трактуется как доскональное знание своего дела, существа выполняемой работы, сложных связей, явлений и процессов, возможных способов и средств достижения намеченных целей. Данное понятие предполагает максимальное использование знаний и умений в сочетании с индивидуальными способностями. Т.е. работник знает свою работу «от и до», знает каждый нюанс в рабочем процессе, имеет определенные отработанные навыки выполнения трудовых задач. Также сотрудник анализирует ситуацию, ставит определенные

цели в рабочем процессе и обязательно их достигает. Исходя из этого, можно прийти к выводу о том, что компетентность – это доскональная осведомленность сотрудником существа своей выполняемой работы, знание каждого нюанса в рабочем процессе и активное умение применения своей осведомленности в деле [6]. Подводя итог вышесказанному, компетенция понимается как теоретические знания и практические навыки в деловом опыте трудовой деятельности, а компетентность – активное умение применения своих знаний в рабочем процессе.

Персоналу гостиницы необходимо не только создавать атмосферу гостеприимства на предприятии и активно использовать список первоначальных компетенций, но также соблюдать законодательную основу гостиничного сервиса, выполнять требования к занимаемой должности, так как без соблюдения данных нормативно-правовых документов предприятие, предоставляющее услуги приема и размещения является неаккредитованным, и как следствие, уровень сервиса и самих услуг в такой гостинице становится неконкурентоспособным. Законодательная база гостиничного сервиса в России представлена следующими документами: Налоговый Кодекс РФ, Гражданский кодекс РФ, закон РФ «О защите прав потребителя», закон РФ «Об основах туристской деятельности в РФ», «Правила предоставления гостиничных услуг в РФ», «Правила предоставления коммунальных услуг в РФ», национальные стандарты ГОСТ Р, строительные нормы и правила (СНиП), санитарные правила и нормы (СанПиН). Данная нормативно – правовая основа и ее выполнение дает гарантии потребителю в том, что он за предоставленную плату получит услуги, которые не повлекут угрозы его жизни и здоровью. Для сотрудников гостиничного предприятия необходимо знание всех законов, кодексов и правил, регламентирующих их основную деятельность, в частности, закон РФ «Об основах туристской деятельности в РФ», «Правила предоставления гостиничных услуг в РФ», санитарные правила и нормы (СанПиН). Также каждый сотрудник обязан иметь санитарную книжку, знать правила пожарной безопасности, безопасности жизнедеятельности и соблюдать их. Данная законодательная база является основной для всех должностей персонала гостиницы и подлежит обязательному соблюдению каждым со-

трудником. Кроме того, существуют нормативные документы, характеризующие трудовую и функциональную деятельность персонала конкретных должностей [5]. Основным нормативно-правовым документом для персонала гостиницы, в котором описываются требования к профессиональным знаниям и умениям, в настоящее время является «Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к некоторым должностям работников гостиниц». Номер квалификационных требований №4.3 «Служба приема и размещения» и номер квалификационных требований №4.2 «Служба номерного (гостиничного) фонда», которые включают в себя не только требование к поведению сотрудника на рабочем месте, но и требование к выполнению обязанностей к занимаемой должности [8].

Рассмотрим, из чего состоит модель компетенций специалиста гостиничной индустрии. Модель имеет вид круговой диаграммы, где каждый сектор – это раздел компетенций, необходимых специалисту для выполнения поставленных трудовых задач (рис. 1).



Рис.1. Модель компетенций специалиста гостиничной индустрии

В связи с необходимостью наличия данного нормативно-правового документа разработана модель профессионального стандарта сотрудников гостиничного предприятия. Данная модель включает в себя перечень необходимых знаний, умений и качеств, которые необходимы для работника гостиничной индустрии в различных ситуациях его трудовой деятельности, что определяет степень работы сотрудника и качество сервиса предприятия в целом. Также в модели определяются область

применения, цель, термины и определения, функции профессионального стандарта, а также приводятся методы аттестации профессиональных компетенций сотрудника.

Обучение персонала является составляющей частью политики кадров, мотивационных программ отеля (стимулирование производительности труда), которые соответствуют ожиданиям работников и их личным профессиональным планам на карьеру.

Методы обучения персонала классифицируются по месту обучения: на рабочем месте и вне рабочего места. Самостоятельное обучение – это форма освоения дополнительных образовательных программ при минимальной организации образовательного процесса или полном отсутствии руководства этим процессом со стороны педагогических работников [7]. Преимущества такого метода заключаются в том, что обучающийся сам задает темп обучения, контролирует нагрузку и продолжительность занятий. Также данный метод наиболее дешевый с точки зрения затрат. А недостатком такого метода является отсутствие обратной связи. Программированное инструктирование – это активный метод обучения, при котором роль учителя отводится компьютерной программе, либо книжной инструкции [9]. Это разновидность самостоятельного обучения, но в данном методе присутствует моментальная обратная связь (Feedback), что означает, что обучаемый сразу после ответа узнает правильность выбора или действия в конкретной ситуации. Программированное инструктирование полезно тем, что обучение является относительно дешевым (по сравнению с другими методами), исключает отсутствие обратной связи, имеет удобный темп обучения, т.е. обучающийся контролирует нагрузку и темп своих занятий. Также, программированное инструктирование имеет компоненты метода Outward-Bound, что позволяет через систему тренировок обучающегося выработать определенный навык поведения и реакцию на конкретную ситуацию.

В настоящее время в Екатеринбурге функционирует 113 средств приема и размещения. При прохождении гостиницами сертификации предприятиям выставляется требование о подтверждении квалификации персонала, которое не может быть пройдено, без знания сотрудником профессиональных компе-

тенций к занимаемой им должности. А из показателей следует, что для обеспечения региона высококвалифицированными кадрами необходимо принять 500 специалистов и переподготовить 700 работающих специалистов. Многие международные гостиничные сети, имеющие отели в Екатеринбурге, активно готовятся к обязательной сертификации и присвоению категорийности. Одним из таких отелей стал «DoubleTreebyHilton».

Отель «DoubleTreebyHilton» является представителем международной сети отелей «Hilton» и расположен по адресу г.Екатеринбург, ул. Ленина, 9а. Гостиница находится в центре города и выгодно отличается своей развитой инфраструктурой, наличием деловых, а также крупных торговых центров, архитектурных и культурных памятников. Важной составляющей отеля «DoubleTreebyHilton» является персонал, благодаря которому гости выбирают данное средство размещения. Типом организационной структуры является линейно-функциональная модель управления: существует линейный менеджер и функциональные звенья, функциональные звенья частично имеют право влиять на исполнителей, они готовят решения для линейного руководителя, который оказывает прямое административное влияние на исполнителей. Штат работников составляет 120 человек и работает в четыре смены. В смене работают два администратора, два бармена, штат поваров, восемь горничных (включая горничных общественных зон), менеджер по бронированию, два техника, супервайзер, старший техник, старший администратор. Работники службы приема и размещения с высшим образованием не только гостиничного бизнеса, но и других специальностей. Горничные и бармены имеют среднее профессиональное образование. Работу сотрудников нормируют документы: трудовой договор, должностная инструкция, «Справочник нового сотрудника», положение «О ведении табельного учета», стандарт «Правила трудового внутреннего распорядка», «Кодекс деловой этики», положение «О коммерческой тайне». Если в гостинице осуществляется набор сотрудников, то только квалифицированного персонала со знанием иностранных языков (работники контактной зоны). Обучение персонала еще не организовано, т.к. пред-

приятие действует на рынке только девять месяцев. Возраст коллектива в среднем не превышает 25-40 лет.

Несмотря на усилия персонала по предоставлению гостям качественного сервиса на предприятии, методом анкетирования персонала СПиР были выявлены следующие несоответствия наличия профессиональных компетенций у некоторых сотрудников. В ходе исследования было опрошено 32 респондента. Среди опрошенных респондентов преобладают лица молодого возраста. Специальным образованием в сфере гостеприимства обладает всего лишь 2% опрошенных (рис. 2).



Рис.2. Наличие профильного образования

Среди опрашиваемых 46% участников анкетирования не довольны своей занимаемой должностью и хотели бы продвижения по карьерной лестнице. Потребность в обучении и развитии профессиональных компетенций выразили 67% анкетированных работников (рис. 3).

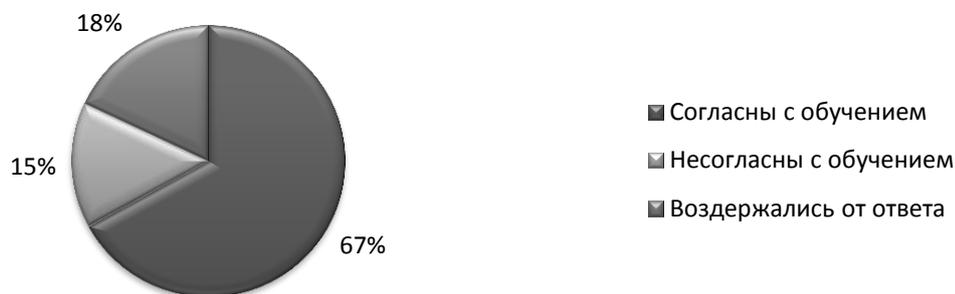


Рис.3. Потребность в обучении и развитии профессиональных компетенций

Методом обучения 87% респондентов была выбрана электронная форма, что подтверждает необходимость разработки программ электронного обучения, что позволяет снять психологические зажимы, улучшить отношения в коллективе, сделать процесс обучения более эффективным, без отрыва от основного производства (рис. 4).



Рис.4. Методы обучения персонала

Участвуя в анкетировании, 51% респондентов дали полностью точные ответы на профессиональные вопросы, 32% участников показали результат «выше среднего», 17% респондентов затруднились с ответами.

Для решения существующих проблем с целью совершенствования профессиональных компетенций персонала разработана обучающая программа «ЭСОП». Данная программа рассчитана на персонал контактной зоны гостиницы, в которой происходит обучение профессиональным компетенциям персонала. Целью «ЭСОП» является совершенствование профессиональных компетенций сотрудников гостиничных предприятий. Программное обеспечение – игра онлайн, включающая в себя кейсы заданий для специалистов гостиничного сервиса. Программа содержит блоки по основным требованиям к внешнему виду сотрудников отеля, языковой базе, поведению в конфликтных и нестандартных ситуациях, а также учитывается специфика работы разных служб отеля. Благодаря «ЭСОП» сотрудник приобретает знания через прохождение тренинговых ситуаций и выполнение профессионально – практических задач, а также может попробовать себя в другой должности.

Программа «ЭСОП» состоит из трех блоков – модулей:

1. Тестирование. В данном блоке представляются тестовые задания, включающие в себя знание основных нормативно-правовых документов по предоставлению гостиничных услуг в РФ (закон РФ «Об основах туристской деятельности в РФ», Правила предоставления гостиничных услуг в РФ), основы туристской деятельности и связанная с этим документация, основы работы в программном обеспечении гостиницы, основной функционал службы (в данном случае СПиР), стандарты для персонала отеля «Double Treeby Hilton». В данной программе предлагается педагогическое тестирование, т.е. измерение знаний работников по предложенной теме, основанное на использовании специализированных тестов. Посредством прохождения теста определяется базовый уровень знаний сотрудника, выявляются основные несоответствия в наборе профессиональных компетенций работника. Тип теста, предлагаемый в данной работе, является традиционным, т.е. это список вопросов, содержащий в себе несколько вариантов ответа, из которых тестируемому предлагается выбрать только один вариант.

2. Информационный блок. Данный модуль включает в себя видео материалы, касающиеся поведения сотрудника на рабочем месте, наглядное пособие по взаимодействию персонала с гостями, форма внешнего вида на рабочем месте, нормы делового общения. Блок представлен в интерактивном формате для большей наглядности и улучшения восприятия преподносимой информации. Просмотр заканчивается обсуждением, выявлением основных ошибок персонала.

3. Тренинговый блок. Модуль объединяет в себе первые два блока. Пользователь создает персонажа, с помощью которого тренирует характерные для службы ситуации и поведение в них, заполнение документации, английский язык, алгоритм выполнения основных задач при заселении и выезде гостя, этикет при телефонном разговоре, работа с офисной техникой, стандартные ситуации взаимодействия с гостями и персоналом, работа с кассой, поведение в чрезвычайной ситуации. После прохождения определенного уровня, персонажу присваивается повышение в должности и открывается новый спектр компетенций более высокой должности. При совершении ошибки персонаж

теряет накопленные баллы, которые придется накапливать снова, повторяя предыдущие шаги, тем самым усваивая и постоянно повторяя информацию. Играя, сотрудник отрабатывает практические навыки и умения, уверенность в профессиональном поведении. Благодаря тренинговому блоку, работник наглядно изучает и тренирует полученную информацию, для избегания ошибок в трудовой деятельности в реальной жизни.

Геймификация – это применение методов проектирования игры для неигровых областей, таких как обучение персонала [6]. Геймификация образования является одним из актуальных направлений развития. Основным принципом такого образования является получение постоянной обратной связи от обучаемого. При геймификации применяется поэтапное усложнение задач по мере приобретения работником новых компетенций, что обеспечивает улучшение результатов и сохраняет вовлеченность сотрудника. Среди основных игровых компонентов, которые чаще всего применяются при данном обучающем процессе, выделяются следующие: уровень сложности, уровень мастерства, развитие игрового процесса, достижения, подсчет очков/накопленных баллов, индикаторы выполнения, соревнования между участниками и последующие награды. Обучающая программа «ЭСОП» предполагает наличие таких игровых компонентов, как уровень сложности, подсчет накопленных баллов, развитие игрового процесса. Данная программа является комплексной, так как это единая программа, обладающая системой мероприятий по обучению профессиональным компетенциям, которая решает поставленную задачу, а именно подготовку персонала к аттестации и повышение уровня компетентности в определенном порядке и в определенные сроки.

«ЭСОП» – это комплексная обучающая программа, которая устанавливается на компьютеры сотрудников-игроков, подключенные к сети интернет. Преимущества данной программы заключаются в тренировке и приобретении широкого спектра компетенций сотрудников, удобной формой преподнесения материала, наличием уровневой системы, которая является стимулятором для персонала. Данная программа выгодна доступностью программы двадцать четыре часа в сутки/семь дней в неделю,

т.е. удобна для обучения каждого сотрудника в зависимости от его графика без отрыва от производства, экономической эффективностью: на курсах предприятие платит за каждого сотрудника, а программное обеспечение покупается единожды. Также руководитель предприятия может отслеживать данные по обучению сотрудников и сопоставлять их с реальным оказанием сервиса на предприятии, что увеличит конкурентоспособность персонала и предприятия на рынке предоставления гостиничных услуг.

Итогом обучающей программы может служить готовность сотрудника участвовать в процессе аттестации работников на предприятии.

Список источников и литературы:

1. «Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих» Постановление Минтруда России от 21.08.1998 №37 (ред. от 12.02.2014).
2. Алмазова, Н. И. Когнитивные аспекты формирования межкультурной компетентности при обучении иностранному языку в неязыковом вузе: автореферат дис. ... доктора педагогических наук. – СПб., 2003. – 47 с.
3. Базаров, Т.Ю. Управление персоналом [Текст]: учеб. пособие для вузов. – М.: Центр кадровых технологий – XXI век, 1999 – 80с.
4. Балашова, Е. А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса [Текст] : учебное пособие. – М.: ООО «Вершина», 2005. – 176 с.
5. Карева, А. В. Социально-правовые аспекты регулирования туристской деятельности [Текст] / А. В. Карева // Социокультурная среда и ее развитие в условиях глобализации современного общества : материалы V Международных социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2013. – С. 201-208.
6. Назарова, Л. Д. Организация самостоятельной работы студентов на факультете туризма и гостиничного сервиса [Текст] / Л. Д. Назарова, Е. Г. Радыгина, А. И. Фишелева // Педагогическое образование в России. – 2016. – № 8. – С. 65-71.

7. Назарова, Л. Д. Роль самостоятельной работы в подготовке будущих специалистов [Текст] / Л. Д. Назарова // Социально-педагогическая деятельность в социуме: теория, практика, перспективы : материалы VI Международных социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2014. – С. 217-222.
8. Радыгина, Е. Г. Формирование сервисных компетенций работника сферы гостеприимства [Текст] / Е. Г. Радыгина // Педагогическое образование в России. – 2014. – № 3. – С. 45-49.

УДК 640.5:338.48

ББК У432.1

Иванова Мария Игоревна,

студентка 4 курса факультета туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail: mashulechka2@yandex.ru

Беляева Людмила Александровна,

доктор философ. наук, профессор, профессор кафедры философии, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail: belyaeva@uspu.ru

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ ДЛЯ ГОСТЕЙ ОТЕЛЯ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: дополнительные услуги, проектирование услуг, гостиницы, конкурентоспособность, отели, гостиничные предприятия, проектная деятельность.

АННОТАЦИЯ: в данной статье рассказывается о проектировании гостиничной услуги для гостей отеля, ее влиянии на конкурентоспособность гостиничного предприятия, значимости новой дополнительной услуги для гостей отеля «Вознесенский». В статье представлена технология разработки дополнительной услуги для гостиничного предприятия, его экономическое обоснование и SWOT-анализ разрабатываемой услуги.

Ivanova Mariya Igorevna,

Student 4 courses of the Faculty of tourism and hotel services, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg; e-mail: mashulechka2@yandex.ru

Belyaeva Lyudmila Aleksandrovna

doctor of philosophical sciences, professor, professor of the pulpit of the philosophy, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg; e-mail: belyaeva@uspu.ru

DESIGN ADDITIONAL SERVICES FOR HOTEL GUESTS

KEYWORDS: the additional facilities, designing the services, hotels, competitiveness, hotels, hotel enterprises, design activity.

ANNOTATION: this paper describes the design of hotel services to guests, its impact on the competitiveness of the hotel enterprise, the importance of the new additional service for hotel guests "Voznesenskiy". The article presents the technology development of additional services for the hotel business, its economic rationale and SWOT-analysis developed services.

Рынок гостиничных услуг, как и различные рынки, имеет большое количество потребителей с различными вкусами, предпочтениями и уровнем доходов. Даже если потребители представляют клиентов одного отеля, то мотивация приобретения продукта различна. Например, клиентами одного и того же отеля могут быть бизнесмены, путешествующие туристы и участники конференций. Очевидно, что мотивы и цели их покупок, требования к одному и тому же продукту отеля будут далеко не одинаковы. В данной статье освещены все этапы проектирования дополнительной услуги в отеле «Вознесенский», что позволит данному отелю конкурировать на рынке гостиничных услуг и предлагать более полный ассортимент услуг гостям предприятия.

Актуальность темы данного исследования обуславливается необходимостью быстрого развития различных дополнительных гостиничных услуг и их постоянного совершенствования.

В современных условиях гостиницам приходится конкурировать между собой, стремиться к увеличению своего бизнеса и расширению спектра гостиничных услуг. Тем самым конкурентоспособность приобретает особую ценность на рынке гостинич-

ных услуг, и немалую роль в ее решении может сыграть расширение спектра дополнительных услуг.

В результате анализа данной проблемы были выявлены следующие противоречия:

- между потребностью в расширении гостиничного бизнеса, ростом конкурентоспособности гостиничного предприятия и недостаточным ассортиментом гостиничных услуг;

- между возрастающими запросами потребителей и недостаточным уровнем предложений дополнительных гостиничных услуг.

Проблемой исследования является необходимость расширения дополнительных услуг в индустрии гостеприимства как средства удовлетворения возрастающих потребностей гостей и повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия.

Объект исследования: организация и предоставление дополнительных услуг в индустрии гостеприимства.

Предмет: технология проектирования дополнительной услуги для предприятия гостеприимства.

Цель данной работы: на основе технологии проектирования разработать дополнительную услугу для гостей отеля «Вознесенский» и дать ее экономическое обоснование.

Гостиничные услуги принято делить на основные и дополнительные. К основным услугам относятся проживание и питание. Оформление гостей в отелях должно производиться круглосуточно, а организация питания для лиц, размещенных в гостинице, осуществляться вне очереди. Бесплатные дополнительные услуги могут быть:

- вызов скорой помощи;
- пользование медицинской аптечкой;
- доставка в номер корреспонденции;
- побудка к определенному времени;
- предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды, столовых приборов и т.д.

Платные дополнительные услуги подразделяются на:

- коммунально-бытовые (стирка, химчистка, глажение и мелкий ремонт одежды, чистка и ремонт обуви, часов, чемоданов, снаряжения, хранение багажа, ценностей в сейфе администрации, индивидуальных сейфах);

- посреднические (бронирование мест в ресторанах, билетов на различные виды транспорта, вызов такси, заказ билетов в театры, кино и др.);
- туристские (экскурсионные);
- питания;
- автосервисные (автостоянка, гараж, мелкий ремонт транспортных средств);
- магазины (сувенирный, продуктовый);
- обмен валюты;
- уход за детьми, предоставление услуг гувернеров и нянь;
- покупка и доставка цветов;
- сауна, баня, бассейны, тренажерный зал и другие

Этапы проектирования новой дополнительной услуги:

- генерация идей;
- отбор идей;
- разработка концепции;
- разработка маркетинговой стратегии;
- разработка непосредственного продукта;
- пробный маркетинг.

Для того, чтобы гостиница оставалась конкурентоспособной, необходимо проводить мероприятия по устранению недостатков, и в первую очередь по обслуживанию гостей. Проведем SWOT-анализ гостиницы на примере отеля «Вознесенский». Он представлен в таблице 1.

Таблица 1

SWOT – анализ состояния отеля «Вознесенский»

| Сильные стороны отеля | Слабые стороны отеля |
|---|--|
| 1. Выгодное местоположение отеля (деловой центр города). 2. Широкий ассортимент гостиничных услуг. 3. Хорошая транспортная доступность. 4. Высококласный интерьер, надежное и высококачественное оборудование. | 1. Высокий уровень конкуренции, наличие других гостиниц, предлагающих также достаточно качественное обслуживание. 2. С ростом туристического рынка, стабилизацией всей финансовой системы, началом экономического роста необходимо ожидать появление новых кон- |

| | |
|---|---|
| <p>5. Международная система бронирования и бронирование по Интернет.</p> <p>6. Финансовая устойчивость и независимость отеля.</p> <p>7. Наличие высококлассного персонала.</p> <p>8. Предоставляемые гостиничные услуги соответствуют госстандартам.</p> | <p>курентов.</p> <p>3. Ценовая политика отеля: уровень цен на гостиничные услуги отеля существенно выше, чем у конкурентов, отсутствие ценовой стратегии, постановки задач ценообразования.</p> <p>4. Недостаточная маркетинговая активность отеля; отсутствие регулярных маркетинговых исследований рынка и анализа эффективности рекламной деятельности.</p> <p>5. Преимущественная ориентация отеля на один узкий потребительский сегмент – деловых туристов, иностранцев.</p> |
| <p>Возможности отеля</p> | <p>Угрозы отеля</p> |
| <p>1. Увеличение покупательской способности населения.</p> <p>2. Увеличение количества предпринимательских структур.</p> <p>3. Расширение емкости рынка гостиничных услуг; появление заинтересованных зарубежных партнеров и заказчиков, рост инвестиционного потенциала отрасли; стабильные цены на гостиничные услуги.</p> <p>4. Рост делового туризма, иностранного туризма.</p> | <p>1. Замедление темпов экономического роста.</p> <p>2. Неблагоприятный сдвиг в курсах валют.</p> <p>3. Инфляционные процессы.</p> <p>4. С ростом рынка гостиничных услуг, стабилизацией всей финансовой системы, началом экономического роста необходимо ожидать появление новых конкурентов.</p> |

В ходе исследования была разработана новая дополнительная услуга «Интерактивный фуршет» для участников конференций для отеля «Вознесенский». Выбранной дополни-

тельной услуги связан с тем, что на рынке гостиничных услуг, нет такой услуги, что является новизной для отеля и конкурентоспособным элементом.

Последовательность действий проектирования дополнительной услуги будет включать: подготовку оборудования, на котором будут готовить повара для гостей конференции, различные закуски, организация столов и посуды для гостей. На столах предполагаются напитки горячие и прохладительные. Пока гости угощаются напитками, повара приступают к приготовлению различных салатов и закусок. Приготовление блюд оговаривается с заказчиком из предложенных трех видов – это суши, тарталетки и салаты. Приблизительное время приготовления 15 минут. Если у гостей появится желание, то они могут готовить вместе с поваром.

Таблица 2

Смета текущих затрат на дополнительную услугу в месяц

| № | Наименование расходной статьи | Расчет | Сумма, руб. |
|----|-------------------------------|------------|-------------|
| 1. | Заработная плата | 7 500*3 | 22 500 |
| 2. | Продукты и полуфабрикаты | 15*7056-50 | 105 847- 50 |
| 3. | Внереализационные расходы | | 1000 |

Таким образом, можно увидеть, что на проектирование новой дополнительной услуги понадобится 115 255 тысяч рублей.

Таким образом, проектирование дополнительной услуги «Интерактивный фуршет», повысит прибыль отеля «Вознесенский» и его конкурентоспособность в сегменте гостиниц бизнес-класса.

Список источников и литературы:

1. Большой Глоссарий терминов международного туризма [Текст] / под ред. М. Б. Биржакова, В. И. Никифорова. – 3-е изд., доп. и перераб. – СПб. : Герда, 2006. – 936 с.
2. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование [Текст] : учебное пособие / В.А. Романов, С.Н. Цветкова, Т.В. Шевцова, В.В. Карашенко. – Ростов-на-Дону : Издательский центр «Март», 2010. – 221 с.

3. Кусков, А. С. Гостиничное дело. [Текст] : учебное пособие / А.С. Кусков. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2009. – 327 с.
4. Лесник, А. П., Чернышев, А. В. Практика маркетинга в гостиничном и ресторанном бизнесе [Текст] : учебное пособие / А. П. Лесник, А. В. Чернышев. – К., 2000. – 304 с.
5. Линн, Ван Дер Ваген. Гостиничный бизнес [Текст] : учебное пособие / Ван Дер Ваген Линн. – Ростов н/Д. : «Феникс», 2001. – 416 с.
6. Ляпина, И. Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания [Текст] / И. Ю. Ляпина. – М. : ПрофОбрИздат, 2001. – 325 с.
7. Медлик, С. Гостиничный бизнес [Текст] : учебник для студентов вузов / С. Медлик, Х. Инграм ; пер. с англ. А.В. Павлов. – М. : ЮНИТИ - ДАНА, 2005. – 239 с.

УДК 338.48-6:502/504(470.5)

ББК У433.5

Кузнецова Ксения Степановна,

студентка 4 курса факультета туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail: triada6667@mail.ru

Карева Анна Владимировна,

канд. пед. наук, доцент кафедры туризма и гостеприимства, факультет туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail: karewa666@mail.ru

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРА ПО СЫРТСКОМУ РАЙОНУ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: туристские продукты, экологический туризм, экологические туры, экономика туризма, проектная деятельность.

АННОТАЦИЯ: в данной статье рассказывается, о том, какое значение и пользу приносят экологические туры для здоровья людей, что из себя в целом представляют экологические туры и как их проектировать. В статье представлена программа проекта экологического тура, его экономическое обоснование и SWOT-анализ сильных и слабых сторон нового туристского продукта.

Kuznetsova KseniaStepanovna,

student 4 courses of the Faculty of tourism and hotel services, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg; e-mail: triada6667@mail.ru

Kareva Anna Vladimirovna,

candidate of pedagogical sciences, assistant professor of the pulpit of the tourism and hospitality, faculty of tourism and hotel service, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg; e-mail: karewa666@mail.ru

DESIGN OF ECOLOGICAL TOUR ACROSS THE SYSERTSKY AREA

KEYWORDS: the tourist products, ecological tourism, ecological aurochses, economy of the tourism, design activity.

ABSTRACT: in this article it is told, about what value and benefit are brought by ecological rounds for human health that in general are ecological rounds and as to project them. The program of the project of ecological round, his economic justification and SWOT analysis strong and weaknesses of a new tourist product is presented in article.

В настоящее время в Свердловской области наблюдается увеличения спроса на внутренний туризм. Среди множества видов туризма в Свердловской области набирает популярность экологический туризм. Рост его связан с тем, что природа Свердловской области предоставляет большие возможности для развития экологического туризма.

Экологический туризм интересен возможностью отдыха на природе, красивейшими ландшафтами, возможностью уединиться с природой и с самим собой. Путешественники знакомятся с окружающим миром, посещают пещеры, водопады, наблюдают за животными в их естественной среде обитания. Цель экологического туризма состоим в том, чтобы путешественники изучали и наслаждались природой.

Природа Сысертского района предоставляет большие потенциальные возможности для развития экологического туризма. В Сысертском районе имеются районы с традиционными формами хозяйства, представляющими большую эколого-культурную ценность. Природа Сысертского района привлекает

гостей из соседних городов. Она богата и разнообразна, удивительные по красоте сосновые боры, а так же реликтовые и дубовые рощи.

Исследование понятия «экологический туризм» раскрыто в трудах М. Б. Биржакова, А. В. Дроздова, В. В. Храбовченко.

Разбор технологий проектирования тура производится в работах И. Т. Балабанова, А. В. Бабкина, А. С. Кускова. Проектирование циклов рекреационной деятельности представлено в работе А. И. Зорина и И. В. Зорина.

Экологический туризм (англ. ecotour, ecotourism) – сравнительно новое понятие в туристской деятельности. Основная причина возникновения экологического туризма находится в неурегулированности отношений в системе «общество-природа», или в туристской интерпретации – «туризм-экология». Именно ориентацией на экологическую составляющую можно объяснить повышенное внимание в последние годы к посещению мест с неизменной или мало измененной природной средой. Многочисленные опросы туристов показывают, что среди ведущих мотивов туристских путешествий на первый план все больше выступает стремление людей к общению с природой [1, с. 39].

Экологический туризм – путешествия к относительно неискаженным или незагрязненным областям с уникальными природными объектами. Экотуризм – это природный туризм, который включает изучение окружающей природной среды и служит для улучшения обстановки в этой среде. В основе экотуризма лежит забота об окружающей среде. На первый план выходит организация поездки с ограниченным числом участников в природные зоны с возможным посещением мест, представляющих культурный интерес, с целью реализации различных проектов охраны и рационального использования природных ресурсов.

Сысертский район является привычной зоной отдыха для туристов. Сначала район строился не как промышленный, в результате чего состояние его природных комплексов почти не пострадало, а территория района обладает всеми условиями для отдыха.

Распознать ценность тех или иных территорий для туризма помогает изучение туристских ресурсов. Современный туризм

невозможен без учета особенностей размещения этих ресурсов и их качества.

Природный парк «Бажовские места» является охраняемой территорией областного значения в Сысертском районе Свердловской области. Этот парк основан в 2007 году по указу губернатора области с целью сохранения природных ландшафтов, многообразия животного и растительного мира, а также объектов культурного и природного наследия.

Рекреационные ресурсы природного парка характеризуются комфортными климатическими условиями, благоприятностью рельефа для целей пешего, конного, лыжного и снегоходного видов туризма, пригодностью водных объектов (рек и озер) для оздоровительного отдыха и спортивного туризма, достаточным количеством объектов для развития экологического туризма. Территория привлекательна для туристов наличием уникальных ландшафтов, наличием редких видов растений и животных.

Разнообразие ландшафтов имеет большую эколого-просветительскую ценность. В целом, можно отметить, что сочетание всех видов природных рекреационных ресурсов является благоприятным фактором развития рекреационной деятельности на территории Сысертского района. Развитие здесь одного из перспективных направлений туризма – экологического дает шанс сохранить уникальную природу региона без ущемления экономических интересов области [2].

В связи с высокой степенью накала конкурентной борьбы на международном туристском рынке большинство туристских фирм стало предлагать своим клиентам комплексное обслуживание по определенной программе. Это резко и довольно сильно увеличило рынок, расширив систему спроса и предложения, позволило дифференцировать его, а туристским фирмам – специализироваться на том или ином виде программ (тематике, технологии), что, естественно, сразу повысило уровень обслуживания [3, с. 271-277].

Рекреационная деятельность – деятельность людей, направленная на расширенное воспроизводство их живых сил и характеризующаяся относительным разнообразием поведения людей и самой ценностью ее процесса. Элементарное рекреаци-

онное занятие – внутренне целостный, однородный, неразделимый на технологические компоненты элемент рекреационной деятельности [3, с. 271].

Всего с помощью оптимизации получено 17 различных ЦРД (цикл рекреационной деятельности) – это и познавательный, экологический, оздоровительный и другие [3, с. 128].

Рекреационные циклы, которые представляют интерес при разработке программы экологического тура – оздоровительный, экологический, познавательный.

Несмотря на весьма благоприятные природные условия в Свердловской области, очень небольшое количество турфирм организует экологические туры по ней, что обуславливает необходимость создания и внедрения в турфирмы экологических туров по Свердловской области и популяризации их среди населения.

Довольно благоприятные природные условия для разработки экологического тура имеет Сысертский район.

Первозданная природа и экологически чистый воздух представляет интерес для всех желающих пообщаться с природой во всей ее красе. И поэтому, наряду с природоохранными, научно-исследовательскими и эколого-просветительскими задачами, был разработан экологический тур по Сысертскому району.

Программа экологического тура по Сысертскому району

День первый:

09.00: Встреча группы в городе Екатеринбурге, рядом с железнодорожным вокзалом, возле гостиницы «Marins Park Hotel».

09.30 – 11.00: Автобусный переезд группы в город Сысерть (51 км).

11.00 – 12.00: Обзорная экскурсия по городу Сысерть.

По пути следования экскурсионное сопровождение. Текст экскурсии: Сысерть – родина знаменитого уральского писателя Павла Петровича Бажова.

12.00 – 13.00: Посещение дома – музея писателя, встреча с Хозяйкой Медной горы, где она увлекательно расскажет, где родился и провёл свои детские годы сказочник и прекрасный знаток уральской земли П.П. Бажов. Все предметы здесь воссо-

здают обстановку, в которой рос писатель.

13.00 – 14.00: Обед. Кафе «Сказы Бажова» Сысертский район, г. Сысерть, ул. Быкова, 11

14.00 – 19.00: Посещение парка «Бажовские места».

Текст экскурсии: природный парк приглашает вас посетить наши замечательные места, насладиться чистейшим воздухом, отдохнуть на лоне живописнейшей природы Сысертского района. Вашему вниманию предлагаются разнообразные экскурсии, как по содержанию, так и по форме. Пешие, конные и велосипедные путешествия выходного дня по оборудованным тропам. Индивидуальные походы к самым сокровенным местам парка разной продолжительности и сложности.

Маршруты в Природном парке «Бажовские места» нацелены, прежде всего, на экологическое просвещение путешественников с привязкой к историческому прошлому населяющих регион народов, с их традиционным образом жизни, с природой края.

Так же туристы увидят главную достопримечательность парка – озеро Тальков камень. Озеро является заброшенным и заполненным водой карьером по добыче талька. Глубина озера более 20 м. Высокие, до 30-40 метров, зеленовато-серебристые берега, встающие почти отвесными уступами, сверкают на солнце и отражаются в озере. Любители скалолазания могут совершить увлекательную прогулку по отвесным уступам талькового камня. Немало интересного здесь увидят любители геологии, они смогут собрать коллекцию минералов и пород, в которую войдут благородный тальк нежно-фисташкового цвета, тальковые сланцы с кристалликами доломита, хлоритовые сланцы с кристаллами кварца и др.

19.30: Размещение в гостинице «Горки»

Сысертский район, г. Сысерть, ул. Токарей, 29.

День второй:

10.00 – 11.00: Подъем и завтрак.

11.00 – 12.00: Посещение питомника хищных птиц «Холзан».

Текст экскурсии: здесь можно узнать о жизни пернатых и подержать хищника на руке.

12.00 – 12.30: Переезд группы в с. Кадниково. (14 км)

12.30 – 13.30: Обед в Конноспортивном комплекс «Белая Лошадь»,

Сысертский район, с. Кадниково, ул. Карла Маркса, 1.

13.30 – 16.00: Конноспортивный комплекс «Белая Лошадь»,
Сысертский район, с. Кадниково, ул. Карла Маркса, 1.

Текс экскурсии: Конноспортивный комплекс «Белая лошадь» сочетает в себе конноспортивный комплекс европейского уровня с уникальной инфраструктурой и загородный клуб с широкими возможностями для комфортного отдыха. Это уникальное место для отдыха за городом, где чистый свежий воздух и богатая уральская природа, где круглый год ухоженно и красиво, уютно и душевно по-домашнему, где можно отведать неповторимую авторскую кухню из свежих фермерских продуктов, отдохнуть душой и телом, найти развлечение на любой взыскательный вкус, где каждый гость – любимый и почетный. В экологически чистой курортной зоне Сысертского района, в окружении гордой и величественной природной красоты и легенд известных уральских сказочников.

16.30 – 18.00: Выезд в город Екатеринбург(51 км)

18.00: Прибытие в город Екатеринбург на железнодорожный вокзал, к гостинице «Marins Park Hotel».

Размещение на маршруте: «Горки» (Свердловская обл., Сысертский район, г. Сысерть, ул. Токарей, 29), Конноспортивный комплекс «Белая лошадь» (Сысертский район, с. Кадниково, ул. Карла Маркса, 1).

Питание: в гостиницах и кафе города пребывания.

Сопровождение: на маршруте группу (25 человек) сопровождает экскурсовод. В стоимость включено: питание, проживание в средствах размещения, экскурсии (по программе).

Таким образом, разработан двухдневный тур по Сысертскому району, который рассчитан на молодежную аудиторию, интересующихся данным видом туризма. Данный тур отличается как экскурсионным обслуживанием, так и экологически чистыми местами. На данном туре можно увидеть разнообразные объекты. Данный вид туризма весьма мобилен.

Тур рассчитан на то, чтобы туристы полностью окунулись в мир природы, познали все ее секреты, увидели самые необыч-

ные места и побывали там, где можно уединиться с самим собой. Так же в программу тура входят достопримечательности Сысертского района, которые обязательно нужно посмотреть и незабываемое катание на лошадях.

В рамках проектирования нового туристского продукта было проведено анкетирование, в котором приняли участие 100 человек. Подводя итоги маркетингового исследования, можно сделать выводы о том, что потенциальным потребителям вполне интересен экологический туризм. Населению Свердловской области интересны экологические туры продолжительностью 2-3 дня, также туристы рассматривают экологические туры продолжительностью в 4-5 дней. Так, 80% опрошенных указывают, что им было бы интересно совершить путешествие по населенным пунктам Сысертского района. Туристам интересны экологические туры стоимостью 5000-6000 тыс. руб.

На сегодняшний день почти каждая турфирма Екатеринбурга организует экологические туры по Свердловской области, и для поддержания высокой конкурентоспособности следует четко подразделять рынок потребителей на сегменты и анализировать предпочтения потенциальных туристов. Для выявления соперничества мы рассмотрим некоторые турфирмы для того чтобы выявить основных конкурентов (табл. 1).

Таблица 1

Карта конкурентов

| Фирма | Маршрут | Цена, в руб. |
|------------------------------|---|--------------|
| «Аркаим-трэвел» 1 маршрут | Природный парк «Бажовские места» 8.00 отправление из Екатеринбурга (место встречи указывает заказчик) 9.00 начало маршрута «Тайны земли туманов» (12 км). В маршрут входит «Ключик кипящий», «Тальков Камень». Возможно заказать катание на лошадях за доп. плату. 15.00 возвращение с маршрута. Обед в кафе Сысерти. Отправление в Екатеринбург 16.00 возвращение в Екатеринбург | от 1000 руб. |
| «Аркаим-трэвел» 2 маршрут | 9-00 отправление из Екатеринбурга (место встречи назначает заказчик). Прибытие в Сысерть. Обзорная экскурсия по г. Сысерть, восхождение на Гору Бессонову. Театрализованное представление «Встреча с хозяйкой медной горы». Посещение музея П.П. Бажова. Посещение краеведческого музея. Посещение фарфорового завода. 15-00 прибытие в Екатеринбург. | от 1500 руб. |
| «Тур-Урал» 1 маршрут | 8.30 отправление из Екатеринбурга экскурсионного автобуса, дорога в Сысерть, питомник хищных птиц «Холзан», знакомство с Сысертью, озеро Тальков камень, дорога в Екатеринбург 19-30 прибытие. | 1850 руб. |
| «Тур-Урал» 2 маршрут | 8.00 отправление из Екатеринбурга, прибытие в г. Сысерть, пересадка на транспорт повышенной проходимости, встреча с шаманом, начало пешеходного маршрута, пикник в лесу, завершения маршрута у Маркова камня, переезд | 2100 руб. |

| | | |
|------------------------|---|-----------|
| | в Сысерть, пересадка в экскурсионный автобус. 19.00 возвращение в Екатеринбург. | |
| «Юва» | Знакомство с родным городом писателя П. П. Бажова, посещение его музея, экскурсия на фарфоровый завод, восхождение на Бессонову гору (в теплое время года). | 1100 руб. |
| «Экскурсии Урала плюс» | 8.00 сбор 8.30 отправление от гостиницы «Маринс Парк Отель». Посещение завода ООО «Фарфор Сысерти», затем собора Симеона и Анны. 16.00 прибытие в Екатеринбург. | 1500 руб. |
| «Байкал-Тур» | Посещение музея-усадьбы П.П. Бажова, встреча с Хозяйкой Медной горы. Панорама города с обзорной площадки. Обед (полевое питание или кафе). Посещение Сысертского фарфорового завода, мастер-класс по росписи фарфоровой посуды. Пешая экскурсия к озеру Тальков камень в природном парке «Бажовские места». | 1300 руб. |

Таким образом, мы можем увидеть, что в турфирмах представлены в основном однодневные экскурсии по Сысертскому району. Исходя из этого, можно сделать вывод, что есть необходимость развития экологических туров в данном районе.

Для того чтобы тщательнее исследовать возможности проектируемого нами тура, проведем SWOT-анализ. SWOT– метод анализа в стратегическом планировании заключается в разделении факторов и явлений на четыре категории: **S**trengths (Сильные стороны), **W**eaknesses (Слабые стороны), **O**pportunities (Возможности) и **T**hreats (Угрозы) [4, с. 237-238]. SWOT-анализ представлен в таблице 2.

SWOT-анализ экологического тура

| Сильные стороны | Слабые стороны |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие достаточных природных ресурсов 2. Чистый лесной воздух 3. Возможность посетить красивейшие места Свердловской области 4. Ориентирован на широкий сегмент потребителей 5. Достаточно выгодная цена 6. Доступность туристских объектов 7. Наличие спроса у потенциальных потребителей (по результатам анкетирования) 8. Хорошо развита транспортная система 9. Насыщенная программа тура | <ol style="list-style-type: none"> 1. Сезонность 2. Ограниченность по возрасту и здоровью 3. Наличие других экологических туров по Свердловской области |
| Возможности | Угрозы |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Единение с природой 2. Возможность занять новую нишу на рынке туристских услуг 3. Возможность разнообразить тур новыми услугами | <ol style="list-style-type: none"> 1. Климатические условия (сезонность) 2. Погодные условия 3. Наличие конкурентов и их роли на рынке туристских услуг |

На основании SWOT-анализа можно говорить о том, что возможность осуществления тура может быть в целом оценена позитивно. Тур имеет как сильные, так и слабые стороны. Это означает, что организаторам тура есть над чем работать, используя имеющиеся возможности и избегая вероятных и реальных угроз. В целом это – нормальная ситуация для внедрения нового туристского продукта на рынке. В условиях конкуренции, необходимо совершенствовать разработанный тур, нарабатывать опыт, постоянно анализировать собственную деятельность и деятельность конкурентов, по возможности увеличивать расходы на маркетинг [4, с. 237-238].

Таким образом, учитывая все сильные стороны тура можно реализовывать туры выходного дня. Это позволит более глубоко изучить и полюбоваться красотой природы родного края. В будущем, с развитием строительства туристических баз, можно будет осуществлять туры в любое время года. Это позволит преодолеть главную проблему – сезонность и привлечь большее количество потенциальных туристов.

Важным этапом для определения экономической эффективности, разрабатываемого туристского продукта является его экономическое обоснование. Стоимость готового продукта складывается из затрат, связанных с его организацией. Туристские издержки можно определить как выраженные в денежной форме затраты живого и овеществленного труда по доведению туристского продукта до потребителя и удовлетворению его спроса.

Цена туристской путевки зависит от вида тура (групповой или индивидуальный). Чем больше человек в группе, тем цена на одного человека будет меньше.

В стоимость тура входит:

- питание;
- проживание в гостиницах по маршруту;
- экскурсии по программе;
- входные билеты в музеи;
- услуги экскурсовода;

Калькуляция полной себестоимости туристского продукта – это система учета, в которой все затраты (как переменные, так и постоянные) распределяются на все виды туристского продукта. Метод калькуляции полной себестоимости позволяет получить представление обо всех затратах, которые несет организация при формировании и реализации единицы туристского продукта [5, с. 112].

В таблице 3 представлена калькуляция экологического тура по Сысертскому району на 2 дня.

Таблица 3

Калькуляция экологического тура по Сысертскому району

| Наименование калькуляционных статей | Стоимость в расчете на 1 чел. (руб.) | Стоимость в расчете на группу 25 чел. (руб.) |
|--|--------------------------------------|--|
| Аренда автобуса | 1000 | 25000 |
| Питание на протяжении всего маршрута | 1000 | 25000 |
| Страховка для туристов | 300 | 7500 |
| Посещение дома – музея писателя П.П. Бажова. | 100 | 2500 |
| Посещение питомника хищных птиц «Холзан» | 400 | 10000 |
| Посещение парка «Бажовские места» | 140 | 3500 |
| Размещение в гостинице «Горки» | 1000 | 25000 |
| Конноспортивный комплекс «Белая Лошадь» | 1000 | 25000 |
| Итого переменных затрат | 4940 | 123500 |

Как видно из таблицы 3, на группу из 25 человек затраты составят 123500 рублей. Цена тура рассчитывается по формуле: переменные затраты * 1,30 (нормативная рентабельность) = 123500*1,30 = 160550 рублей – цена туристской путевки на группу из 25 человек. Следовательно, цена тура на одного человека составляет 6422 рубля (123500/25).

Рентабельность проектирования тура (на группу из 25 человек) = прибыль/выручка*100% = 6422/160550*100% = 4%

Для того чтобы рассчитать выручку в точке безубыточности продаж, необходимо найти показатели маржинальной прибыли на единицу продукции и рентабельности по маржинальной прибыли [18, с. 112].

Маржинальная прибыль на единицу продукции равна разнице цены и переменных затрат на единицу продукции: 6422 – 4940 = 1482 рублей.

Рентабельность по маржинальной прибыли = маржинальная прибыль на единицу продукции/цена = $1482/6422*100\% = 23,07\%$

Отсюда выручка в точке безубыточности равна отношению постоянных затрат к рентабельности по маржинальной прибыли единицы продукции, умноженное на сто процентов, для этого рассчитаем постоянные затраты, то есть затраты на рекламу и продвижение [19, с. 112].

Затраты на продвижение экологического тура по Сысертскому району представлены в таблице 4.

Таблица 4

Затраты на продвижение экологического тура
по Сысертскому району

| Статьи расходов по видам рекламных средств | Расчет стоимости затрат, руб./год |
|--|-----------------------------------|
| Печатная рекламная продукция: буклеты | $100*100=10000$ |
| Реклама в Интернете (социальные сети) | $600*12=7200$ |
| Услуги связи | $200*12=2400$ |
| Итого постоянных затрат: | 19600 |

В таблице 4 представлены затраты на рекламу экологического тура по Сысертскому району.

Исходя из данных таблиц, мы можем рассчитать выручку в точке безубыточности: $19600/23,07\%*100\% = 84958$. Количество единиц продукции (объем продаж в точке безубыточности) равно отношению выручки в точке безубыточности к цене тура = $84958/6422=13$. Следовательно, для того, чтобы получить прибыль и покрыть издержки, необходимо продать более 13 туров.

Таким образом, мы разработали анкету, благодаря которой выяснили отношение к экологическим турам и выявили, что у туристов наблюдается к ним интерес. На основе Федерального Закона «Об основах туристской деятельности», ГОСТов, касающихся сферы туризма и гостеприимства нами была разработана программа маршрута экологического тура по Сысертскому району. Также для определения экономической эффективности нами был разработан SWOT-анализ и произведен расчет нового ту-

ристского продукта. Цена на экологический тур по Сысертскому району составила 6422 рубля, при указанной цене точка безубыточности будет достигнута после продажи 13 туров.

Список источников и литературы:

1. Дроздов, А. В. Экотуризм: Определение, принципы, формы [Текст] : учеб. пособие / А.В. Дроздов. – М. :Экоцентр «Заповедники», 1999. – 99 с.
2. Зорин И.В., Зорин А.И. Профессиональное образование и карьера в туризме [Текст] : учебник для вузов / И.В. Зорин, А.И. Зорин; Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2005. – 528 с. – (Профессиональное туристское образование). – 1500 экз.
3. Карева, А.В. Увеличение объема продаж туристских услуг посредством современных средств коммуникации [Текст] : материалы регион. науч.-практ. конф. «Проблемы и перспективы развития туризма и гостеприимства на Урале» / А.В. Карева ; Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2016.
4. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Текст] : учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 1063 с.
5. Козырева, Т. В. Учет издержек в туризме [Текст] : учеб. пособие / Т. В. Козырева. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 224 с.
6. Туристские ресурсы Сысертского района [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://knowledge.allbest.ru>- Загл. с экрана.

УДК 338.48-32:004.928

ББК Ч581.22+Ч74

Ляпустина Татьяна Вячеславовна,

студентка 4 курса, факультет туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail: t.lyapustina2012@yandex.ru.

Назарова Людмила Дмитриевна,

канд. пед. наук, доцент, декан факультета туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail: ftgs@mail.ru

ПРОЕКТИРОВАНИЕ АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ГОСТЕЙ ОТЕЛЯ ВО ВРЕМЯ АВТОБУСНОЙ ЭКСКУРСИИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: автобусные экскурсии, проектная деятельность, анимационные программы, организация досуга, аниматоры, социокультурная анимация, гостиничная анимация.

АННОТАЦИЯ:данная статья раскрывает значимость анимационной программы для гостей отеля во время автобусной экскурсии

Lyapustina Tatyana Vyacheslavovna ,

Student 4 courses of the Faculty of tourism and hotel services, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg, e-mail:t.lyapustina2012@yandex.ru.

Nazarova Lyudmila Dmitrievna,

candidate of the pedagogical sciences, assistant professor, dean of the Faculty of tourism and hotel service, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg; e-mail: ftgs@mail.ru

KEYWORDS: the bus excursions, design activity, animation program, organization of the leisure, animator, social-cultural animation, animation of the hotel.

ABSTRACT: this article reveals the role and importance of event tourism for the development of regional tourism.

Индустрия гостеприимства – это комплексная сфера деятельности работников, удовлетворяющих любые запросы, требования и желания клиентов. Составляющие индустрии гостеприимства – это различные средства коллективного и индивидуального размещения, такие как отели, гостиницы, мини-отели, молодёжные хостелы, общежития и туристские приюты, транспортные услуги, предприятия питания и анимационные услуги.

Актуальность темы исследования заключается в востребованности анимационной деятельности в гостиничном предприятии; разнообразии анимационных форм и методов организации отдыха; создании развлекательных, спортивно-оздоровительных, анимационно-театрализованных и игровых программ для клиентов в условиях проживания в отеле.

Сектор развлечений помогает создать полноценный отдых, развить культуру людей, воспитать и сформировать положительное настроение. Заполняя развлечениями и спортом свой досуг, человек отдыхает и восстанавливает силы. В связи с этим все чаще туристы, собирающиеся в путешествие, интересуются не только условиями проживания и экскурсионной программой, но и наличием анимационной программы в отеле, пансионате или курортном комплексе. Помимо проживания, в настоящее время большое внимание уделяется организации обслуживания туристов в отелях, во время перелетов, в дороге, в лагерях, поэтому организуются выезды на экскурсии, туры и тому подобное.

В свою очередь, анимация является своеобразной формой рекламы, привлечения новых гостей в отель, повышением качества обслуживания и вызывает конкуренцию между курортами, стремящимися разнообразить отдых своих клиентов. Анимация является основным источником прибыли отеля и привлекательности турпродукта.

Существуют разного рода анимационные программы, включающие в себя спортивные игры и состязания, вечерние шоу-программы, конкурсы и многое другое. Одно из направлений деятельности анимационной команды – анимация для детей. Во многих заграничных отелях существуют специальные детские клубы, в которых аниматоры организуют интересный, полноценный отдых детям, проводя подвижные и развивающие игры с детьми, организовывая конкурсы, разучивая детские танцы, занимаясь с ними рисованием и пр. Спортивные аниматоры в течение всего дня находятся в непосредственном контакте с гостями, предлагают гостям разные спортивные мероприятия (занятия аэробикой и гимнастикой, водное поло, водную аэробику, уроки танцев, волейбол и прочее).

Однако в настоящее время существуют противоречия между развивающимся рынком дополнительных услуг региона и недостаточностью предлагаемых анимационных программ.

Индустрия гостеприимства направлена на создание позитивной программы по привлечению туристов, отдыхающих и путешественников. Проблема состоит в том, что при организации автобусных экскурсий не всегда уделяется должное внимание наличию и содержанию анимационных программ.

Последнее время путешествия стали достаточно частым явлением. Это могут быть и однодневные экскурсионные туры, и длительные поездки по разным городам и даже странам. Монотонность времяпровождения в условиях разных видов транспорта снижает привлекательность поездки. Анимационные программы могут сыграть в этом случае важную роль и способствовать увеличению интереса к программе тура в целом.

Противоречия между развивающимся сегментом анимационного сервиса и отсутствием научно обоснованного учебно-методического обеспечения анимационной деятельности в социально-культурном сервисе и туризме.

Объект исследования – дополнительные услуги гостиничного предприятия.

Предмет исследования – анимационные услуги во время транспортных перевозок.

Цель: разработать анимационную программу для автобусной экскурсии.

Современные определения понятия «анимация» отражают исторически сложившиеся представления по данному вопросу. Рассмотрим некоторые из существующих определений. Р.А. Браймер считает, что анимация – организация досуга в отелях, на корпоративных мероприятиях, в детских лагерях, детских праздниках; направление, предполагающее личное участие отдыхающих в культурно-массовых мероприятиях [3, с. 65]. Ю.Ф. Волков подчеркивает, что анимация – технология, позволяющая при помощи неодушевленных неподвижных объектов создавать иллюзию движения; наиболее популярная форма – мультипликация, представляющая собой серию рисованных изображений [4, с. 87]. Т. И. Гальперина дополняет, что анимация компьютерная – вид анимации, создаваемый при помощи компьютера. На сегодня получила широкое применение, как в области развлечений, так и производственной, научной и деловой сферах. Компьютерная анимация – последовательный показ (слайд-шоу) заранее подготовленных графических файлов, а также компьютерная имитация движения с помощью изменения (и перерисовки) формы объектов или показа последовательных изображений с фазами движения [7, с. 69].

Анимационная программа во время автобусной экскурсии в нашем исследовании создается для гостиницы «Евротель Центральный». При анализе гостиничного предприятия необходимо учесть наличие конкурентов на рынке гостеприимства. Рассмотрим отели, которые так же расположены в центре Екатеринбурга и имеют статус трёхзвёздочного отеля (табл. 1).

Таблица 1

Анализ конкурентов

| | «Евротель Центральный» | «Грин парк» | «Гостиница Центральная» |
|-------------------|------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------|
| Месторасположение | Екатеринбург, ул. Радищева, 33 | Екатеринбург, ул. Народной воли, 24 | Екатеринбург, ул. Малышева, 74 |
| Номерной фонд | 30 номеров: номера стандарт, стан- | 94: стандарт, стандарт двух- | 98: стандарт, премиум, сту- |

| | | | |
|----------------------|--|---|---|
| | дарт+, студии, студии+, люкс и люкс+. | местный, бизнес, люкс | дия, люкс |
| Стоимость (руб/ночь) | От 2500 до 6000 | От 3 900 до 6 500 | 3 300 до 7 300 |
| Доп. услуги | Доступ в интернет, Кафе, сауна, Парковка, Wi-Fi. Скидки за заезд больших групп и постоянным клиентам, Тренажерный зал, заказ экскурсий, бильярдная комната, скидки на размещение в новогодние праздники до 25%, организация рождественского тура по Екатеринбургу и Свердловской обл. номер для новобрачных, тариф «Трехчасовой» | Трансфер, 3 конференц-зала и комната переговоров, ресторан «Девиль», аренда авто, услуги консьержа, химчистка, визовая поддержка, бизнес услуги, услуги гида, меню подушек, Доступ в интернет | Доступ в интернет Бар / Ресторан Сейф, Парковка, Услуги портье, Сувенирный магазин, Банкомат, Камера хранения, Визовая поддержка, Wi-Fi, Заказ билетов, оздоровительный комплекс, прачечная, организация экскурсий. |

Проанализировав концепцию других отелей, можно увидеть, что у них есть похожие дополнительные услуги, из этого можно сделать вывод, что внедрение анимационной программы во время экскурсий сделает гостиницу более востребованной и укрепит ее позицию среди конкурентов (табл. 2).

Таблица 2

SWOT-анализ гостиничного предприятия
«Евротель Центральный»

| | |
|--|---|
| <u>Сильные стороны</u> - географическое положение в городе; | <u>Слабые стороны</u> - недостаток дополнительных услуг; |
|--|---|

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - широкий спектр услуг; - наличие собственного интернет-сайта; - индивидуальный подход к постояльцам; - стоимость проживания. | <ul style="list-style-type: none"> - заполненность зависит от сезонности. |
| <p><u>Возможности</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - привлечение дополнительного дохода; - увеличение потока клиентов в гостиницу; - разработка новых дополнительных услуг; | <p><u>Угрозы</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - жесткая конкуренция на рынке гостиничных услуг; - неблагоприятная экономическая ситуация в стране; - усиление позиций компаний-конкурентов. |

Из данных таблицы можно сделать вывод, что к сильным сторонам гостиницы «Евротель Центральный» относятся: месторасположение (находится в историческом и культурном центре города, близко транспортная развязка и торговые центры), и цена на номера.

Для выявления потребности анимации во время автобусной экскурсии, была разработана анкета для гостей, проживающих в отеле «Евротель Центральный». В анкетировании приняло участие 40 респондентов.

В результате анкетирования были получены следующие данные:

Основными клиентами гостиницы являются мужчины – 84,3%, женщины – 15,7%.

Возраст клиентов, в основном, составляет до 30 лет – 6 %; 31-40 лет – 32%; 41-50 лет – 35%; 51-60 лет – 20%; 61 и более – 7%.

Респонденты останавливаются в гостиницах два раза и более в год – 85%; Один раз в год – 10%; Один раз в два года – 0%; Один раз в 2-5 лет – 0%; Затрудняюсь ответить – 5%

На вопрос «Впервые ли вы посетили гостиницу «Евротель Центральный»» получены данные:

Да – 20%; Нет – 80%

По целям прибытия 60% опрошенных посещают гостиницу, приезжая в деловые командировки, 30% – отдых, 5% – туризм, 5% – другое.

Главным при выборе гостиницы «Евротель Центральный» были реклама компании – 10%, хорошие отзывы о компании друзей, родственников – 5%, уровень предлагаемых цен и качество услуг – 15%, прошлый опыт обращения в данную компанию – 35%, известность бренда компании – 25%, наличие выгодных предложений, акций и скидок – 10%.

Таким образом, изучив в совокупности психографические и социодемографические признаки клиентов, нам представляется возможным описать среднестатистического клиента гостиницы «Евротель Центральный»: мужчины, в возрасте 31-50 лет, останавливаются в гостинице 2 и более раз в год, отель «Евротель Центральный» посещают не в первый раз, целью их визита является деловая командировка. Главным при выборе гостиницы важен прошлый опыт обращения в данную компанию, бренд и ее известность.

Клиентам отеля «Евротель Центральный» было предложено оценить удовлетворенность предоставляемыми услугами. Спектр дополнительных услуг очень важен для многих посетителей. Наличие кафе, ресторана, бассейна, бильярда, тренажерного зала, бизнес центра и других дополнительных услуг были оценены в данном показателе на «5». Анимационная деятельность в настоящее время является важным критерием имиджа гостиничного предприятия и оценена клиентами очень низко. Именно данное направление оказалось не только востребованным на рынке, но и имеющим все шансы занять одну из лидирующих позиций в гостиничной индустрии.

Также на вопрос: «Хотели бы, чтобы в гостинице появились, дополнительные услуги анимационного типа», респонденты ответили: «да» – 90%; «нет» – 10% респондентов.

Отсюда следует, что большинство опрошенных не удовлетворены количеством предоставляемых дополнительных услуг в отеле и считают, что необходимо внедрить новые услуги анимационного типа.

На вопрос «интересна ли такая дополнительная услуга, как анимация во время экскурсии по городу» респонденты дали ответы: «да» – 70%, «нет» – 30%.

Побывать на такой экскурсии хотели бы 70% респондентов, остальные 30% затруднились с ответом.

Таким образом, исходя из ответов опрошенных, делаем вывод, что большинство людей считают анимационную программу во время экскурсии востребованной. Соответственно, если есть потребность в дополнительных услугах, то необходимо предпринять меры по внедрению экскурсии с разработанной анимационной программой.

Нами была разработана анимационная программа во время автобусной экскурсии по городу Екатеринбургу. Продолжительность маршрута составит 4 часа. При обсуждении маршрута экскурсии с представителями турфирмы, было выяснено, какие предстоят остановки. Исходя из этого, мы можем составить план анимационной программы. Вся программа изначально согласовывается с экскурсоводом. Во время рассказа в автобусе экскурсовод делает три паузы в своем рассказе по 5-10 минут, а также на двух остановках по 10 минут и в эти моменты вступает аниматор.

Название программы: «Знай наших»

Цель: предоставить анимационную программу на основе материала экскурсии.

Этапы экскурсионного движения:

1. Гостиница «ЕвроТЕЛЬ Центральный» (встреча и посадка в автобус).

Как только автобус тронулся от отеля, экскурсовод вводит гостей в курс дела: этапы экскурсионной программы, время проведения и начинает рассказ о городе.

2. Главная площадь 1905 года (остановки нет).

3. Октябрьская площадь (Ельцин-Центр).

Остановка на фотографирование 5 минут. После экскурсовод делает первую паузу в рассказе, вступает аниматор и начинается первая игра «Знатоки» продолжительностью 5 минут. Суть игры в том, чтобы участники смогли назвать как можно

больше достопримечательностей Екатеринбурга, которые им известны. За каждый верный ответ участнику выдается жетон.

4. Храм на Крови. Пешеходный выход, остановка 20 минут

5. Вознесенская горка (остановки нет).

6. Литературный квартал. Пешеходный выход, остановка 15 минут.

Сначала гости осматривают достопримечательности, после чего им предлагается поучаствовать в конкурсе «Литераторы». Аниматор зачитывает участникам эпизоды, цитаты, или отдельные фразы из какого-то литературного произведения уральских писателей. Участники должны из множества книг выбрать ту, про которую, по их мнению, идет речь.

7. Исторический сквер. Пешеходный выход, остановка 15 минут.

8. Проспект Ленина. Театр оперы и балета, комплекс зданий федерального университета, памятник Г.К. Жукову (остановки нет).

В это время гостям предлагается прослушать несколько композиций об Урале и городе Екатеринбурге. Музыкальная пауза длится 10 минут.

9. Улица Розы Люксембург. Рассказ о старинных усадьбах (остановки нет).

10. Цирк (остановки нет).

После проезда цирка, экскурсовод делает паузу, вступает аниматор: «В цирке проводятся различные красочные шоу, часто бывают такие представления, когда все переворачивается «с ног на голову», в связи с этим проводим игру «Перевертыши». Далее аниматор предлагает восстановить пословицы, зачитывает «перевертыши».

Продолжительность игры 10 минут.

Затем автобус следует к обелиску на границе Европы и Азии, время в пути до места назначения составит около 40-50 минут в одну сторону, поэтому для гостей предлагается просмотр фильмов на выбор.

11. Посещение обелиска на границе Европы и Азии. Пешеходный выход.

На обратном пути аниматор раздает каждому гостю анкеты и предлагает оставить пожелание и поделиться своими впечатлениями в стихах или прозе. По приезду в гостиницу, небольшие анкеты, перевязанные ленточками, будут привязаны к заранее подготовленному стенду. Гостям, которые вновь вернуться в «Евротель Центральный», будет приятно вспомнить, как они отдыхали и посещали интересные места, а у тех, кто прибудет в гостиницу впервые – это, возможно, вызовет интерес, а также послужит своеобразной формой рекламы. Любая экскурсия по Екатеринбургу интересна сама по себе, но разработанная вместе с анимационной программой, она позволит создать целостную картину исторического центра, понять, чем живет город, что меняется в нем со временем, а что сохраняется веками. И все это происходит в легкой форме игр, развлечений с помощью квалифицированного аниматора.

Таким образом, данная анимационная услуга служит своеобразной формой рекламы для повторного привлечения гостей и повышает качество обслуживания. Анимационная деятельность выступает одним из важнейших средств приобщения людей к культуре, рождает у них новые потребности.

Для осуществления программы анимации во время автобусной экскурсии, необходимо составить экономическое обоснование. В первую очередь определим среднюю загрузку номерного фонда по месяцам на 2016 год.

Для того, чтобы организовать услугу, нам необходимо было провести экономические расчеты. Составлена смета расходов и расчет себестоимости программы, просчитаны наиболее вероятные риски, которые могут возникнуть при реализации.

Среднегодовая загрузка номеров гостиницы «Евротель Центральный» составляет 41,5%. Следовательно, мы можем вычислить, какое количество групп ежемесячно планируется выезжать на экскурсию с анимационной программой (табл. 3).

Таблица 3

Сметарасходов и расчетсебестоимостипрограммы

| Статья калькуляции | Калькуляция на 1 чел. в группе | Калькуляция на группу 12 чел. | Всего по проекту за год |
|--|--------------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| Переменные затраты по проекту: • Канцелярские принадлежности | 7 р. | 83 р. | 3000 р. |
| ИТОГО переменных затрат: | 7 р. | 83 р. | 3000 р. |
| Постоянные • На продвижение проекта • На оплату труда по реализации проекта (аниматор) | 20 р. 166 р. | 239 р. 1000р*2 часа=2000 | 8620 р. 72000 р. |
| ИТОГО постоянных затрат: | 193 р. | 2322 р. | 83620 р. |
| ВСЕГО затрат: | 200 р. | 2405 р. | 86620 р. |
| Доходы от реализации | 60 р. | 720 р. | 25920 р. |
| Налоги, 10% | 26 р. | 312 р. | 11232 р. |
| Комиссионное вознаграждение, 5%: | 13 р. | 156 р. | 5616 р. |
| Прибыль = (выручка - комиссия - налоги - затраты) | 21 р. | 252 р. | 9072 р. |
| Выручка | 260 р. | 9360 р. | 112320 р. |

Цена 1 путевки определяется методом средней издержки + прибыль: $200 + (200 \times 0,3) = 260$ руб.

План продвижения программы

| Статьи расходов по видам рекламных средств | Сумма, вруб. |
|---|---|
| Реклама в сети интернет | |
| • Размещение информации по проекту на сайте гостиницы | Включено в затраты гостиницы на маркетинг |
| Печать рекламной продукции | |
| • Буклеты (1000 шт.) | 7100 |
| • Листовки (1000 шт.) | 1520 |
| ИТОГО: | 8620 |

Рассчитаем эффект от внедрения: $\Delta = P - Z$, где P – результаты (прирост прибыли); Z – затраты на мероприятие. $\Delta = 112320 - 86620 = 25\,700$ руб.

Таким образом, мероприятие является эффективным и в него можно вкладывать деньги.

Определим эффективность по показателю рентабельности. Мероприятие считается эффективным, если рентабельность выше уровня инфляции.

Рассчитаем рентабельность внедренного мероприятия: $R = P / C * 100$

$R = 25\,700 \div 86620 \times 100 \% = 29,6 \%$. Рентабельность от мероприятия выше уровня инфляции (10 – 12% в год), поэтому по данному критерию мероприятие считается эффективным.

После внедрения предложенных мероприятий прибыль отеля составит 25 700 рублей. Рентабельность производства гостиницы составит 29,6 % после проведения мероприятий. Срок окупаемости мероприятий гостиницы составит 6,5 месяцев. В целом проект можно считать экономически эффективным и рекомендовать к реализации.

Для продвижения услуги посетителям отеля можно предложить рекламные буклеты, планы экскурсий. Их задача – привлечение внимания к товару. Необходимо поместить рекламу на

сайте «Евротель Центральный». Также же можно создать слайд-фильм об отеле и предполагаемой услуге.

Разработанный тур с анимационной программой, на наш взгляд, оставит массу положительных впечатлений, что повлечет за собой увеличение туристских потоков и поможет дальнейшему развитию услуг в отеле.

Список источников и литературы:

1. Байлик, С. И. Вступление в анимацию гостеприимства [Текст] : учеб. пособие / С.И. Байлик. – Х.: Изд-во «Кроссрод», 2010. – 128 с.
2. Балашова, Е. А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. [Текст] – 2-е изд., перераб. и доп. / Е.А. Балашова. – М.: Вершина, 2011. – 200 с.
3. Браймер, Р. А. Основы управления в индустрии гостеприимства [Текст] /пер. с англ. – М.: Аспект Пресс, 2008.
4. Волков, Ю. Ф. Гостиничный и туристский бизнес [Текст] : Учебное пособие для вузов. – 2-е изд. / Ю.Ф. Волков. – Ростов-н/Д.: Феникс, 2009. – 637 с.
5. Гаранин Н.И., Булыгина И.И. Менеджмент туристической и гостиничной анимации [Текст] : учебное пособие. – М.: Советский спорт, 2010.
6. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск: Новое знание, 2013. – 496 с.
7. Карева, А. В. Социально-правовые аспекты регулирования туристской деятельности [Текст] / А. В. Карева // Социокультурная среда и ее развитие в условиях глобализации современного общества: материалы V Международных социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2013. – С. 201-208.
8. Назарова, Л. Д. Социальные нормативные требования к гостиничным услугам для клиентов с ограниченными физическими возможностями [Текст] / Л. Д. Назарова, А. И. Фишелева // Социальная ответственность: проблемы и пути их решения: материалы VII Международных социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица / ФГБОУ ВО «Урал. гос. пед. ун-т». – Екатеринбург, 2015. – С. 168-171.

9. Радыгина, Е. Г. Разработка инструментов продвижения гостиничного продукта [Текст] / Е. Г. Радыгина // Education&Science – 2016: материалы Международной научно-практической конференции для работников науки и образования. – 2016. – С. 69-72.
10. Фишелева, А. И. Роль туризма в повышении социальной значимости библиотек и информационных центров Екатеринбурга [Текст] / А. И. Фишелева // Социально-педагогическая деятельность в социуме: теория, практика, перспективы: материалы VI Международных социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2014. – С. 181-187.

УДК 338.48(470.5)

ББК У433.5

Огородов Иван Сергеевич,

студент 4 курса факультета туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail: drakkar94@gmail.ru.

Фишелева Алла Ивановна,

канд. пед. наук, доцент, зав. кафедрой туризма и гостеприимства, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail: allafisheleva@mail.ru

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРА ПО ИРБИТСКОМУ РАЙОНУ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: познавательные туры, туристские продукты, экономика туризма, проектная деятельность.

АННОТАЦИЯ: в данной статье представлено проектирование познавательного тура на примере двухдневного тура по Ирбитскому району.

Ogorodov Ivan Sergeevich,

student 4 courses of the Faculty of tourism and hotel services, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg; e-mail: drakkar94@gmail.ru.

Fisheleva Alla Ivanovna,

candidate pedagogical sciences, assistant professor, head the department of tourism and hospitality, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg; e-mail: allafisheleva@mail.ru

DESIGNING COGNITIVE TOUR OF IRBITSKY AREA

KEYWORDS: the cognitive aurochses, tourist products, economy of the tourism, design activity.

ABSTRACT: This article presents designing of cognitive tour on the example of two-day tour of the region Irbit.

В настоящее время в Российской Федерации большое внимание уделяется развитию внутреннего туризма. Россия обладает колоссальным природным и культурным потенциалом для развития туризма. Для многих российских регионов ориентация на туризм поможет развитию этих территорий. Богатым туристским потенциалом обладает Свердловская область. Большие возможности для развития познавательного туризма имеет Ирбитский район. Ирбит входит в 14 исторических городов Свердловской области. Этот город так же носит неофициальное звание «Мотоциклетная столица России». В городе Ирбит находится Ирбитский муниципальный драматический театр им. А.Н. Островского, Ирбитский государственный музей изобразительных искусств, Ирбитский государственный музей мотоциклов, Ирбитский историко-этнографический музей, Ирбитский музей народного быта, а так же три храма и церковь. В Ирбите сохранился исторический центр, дома второй половины XIX-начала XX веков: Пассаж (1849), останки Гостиного двора (1880), купеческие дома по улице Володарского, Карла Либкнехта и Карла Маркса. В городе преобладает кирпичный архитектурный стиль, для которого характерно разнообразие каменных узоров. В 1643 году, была открыта Ирбитская ярмарка. На ярмарке продавались европейские, азиатские и сибирские товары. В 1686 году для ярмарки был построен гостиный двор. В 18 километрах юго-западной Ирбита и в 3 километрах от деревни Речкалово на правом берегу реки Ирбит расположена Белая Горка – это уникальный геолого-ботанический памятник природы. Так же в Ирбитском районе в поселке Зайково находится музей летчика-аса Григория Речкалова. В 5 километрах от поселка расположен санаторий «Уралочка», в котором созданы условия, как для лече-

ния, так и для отдыха. Рядом с поселком Зайково расположен небольшой поселок Красногвардейский, знаменит он своим частным домом-музеем Саввы Яковлева.

Общая характеристика понятия «культурно-познавательный туризм» раскрыта в трудах: Е.Н. Артемова, В.А. Квартальнова, В.А. Козлова, О.Т. Лойко и др.

Технология проектирования культурно-познавательного тура раскрыта в работах: Б.В. Емельянова, И.В. Зорина, Т.П. Кавериной, В.А. Квартальнова.

Туристский потенциал Ирбитского района представлен в работах: В.Д. Викторова, Я.Л. Герштейн, О.В. Задорина, Н.А. Рундквиста.

Несмотря на то, что в последнее время Министерство инвестиций и развития Свердловской области, Министерство культуры Свердловской области, Центр развития туризма Свердловской области, проявляет интерес к Ирбитскому району, экскурсий и турпродуктов в данную местность недостаточно. Таким образом, возникает противоречие между потребностью туристского рынка в дальнейшем развитии познавательного туризма в Ирбитском районе и недостаточным использованием туристского потенциала данной территории Свердловской области.

В основе познавательного туризма лежит потребность туриста в расширении его кругозора. Турист получает знания без принуждения, по собственному выбору. Познавательный туризм включает в себя следующие виды деятельности: знакомство с различными историческими, архитектурными или культурными эпохами путем посещения архитектурных памятников, музеев, исторических маршрутов и т.д.; посещение кино или театров, концертов, выставок; посещение лекций, семинаров, курсов иностранного языка.

Проектирование познавательного тура по Ирбитскому району предполагает проведение исследования предложений туристского рынка и сегмента потребителей.

Проведя анализ туристского рынка, можно сделать вывод, что рынок турпредложений в Ирбитский район разнообразен. Содержательные части почти всех экскурсий совпадают. Исходя из результатов проанализированного рынка турпредложений

можно сделать вывод, что количество туров в Ирбитский район достаточно велико, но они не включают в себя туристских объектов, открывшихся недавно. Также следует отметить тот факт, что туристические поездки в Ирбитский район, предлагаются только рынком туристских услуг Свердловской области.

Анализ анкет 51 респондента позволяет говорить о том, что большая часть опрошенных не имеет представление об Ирбитском районе, однако, так же велик процент интересующихся достопримечательностями и историей города Ирбит. Таким образом, опрос показал, что общее представление об Ирбитском районе, имеют менее половины опрошенных, то есть этот бренд имеет пока недостаточную популярность и требует раскрутки для дальнейшего привлечения внимания туристов. Тот факт, что у значительного процента опрошенных нет представления об Ирбитском районе и его достопримечательностей, говорит о недостатке информированности населения о данном туристском ресурсе. Результаты исследования позволяют говорить об актуальности разработки познавательного тура по Ирбитскому району.

Для проектирования познавательного тура по Ирбитскому району была разработана следующая документационная основа: технологическая карта туристского путешествия по маршруту, график загрузки туристского предприятия группами туристов на определенное время, информационный листок к путевке туристского путешествия, программа обслуживания туристов познавательного тура по Ирбитскому району, описание маршрута, карта-схема маршрута.

Данный двухдневный тур по Ирбитскому району рассчитан на туристов, интересующихся познавательным туризмом. На всем протяжении маршрута можно увидеть объекты, представляющие туристский интерес, например: «Музей мотоциклов», «Музей изобразительных искусств», центр мотокультуры «Мотодом», «Музей уральского искусства», Пассаж, памятник Екатерине II, памятник Ленину, «Ирбитский Драматический театр им. Островского», «Историко-этнографический музей», геолого-ботанический памятник природы «Белая горка», «Музей Г.А. Речкалова».

Программа тура:

День первый:

8:00 – Встреча группы в городе Екатеринбург, возле гостиницы «Маринс Парк Отель».

8:30 – Отправление из Екатеринбурга.

12:00 – Прибытие в город Ирбит.

12:00 – 13:30 – Посещение Музея мотоциклов.

13:30 – 14:30 – Обед. Бизнес-ланч в ГК «Арктур».

14:30 – 15:30 – Музейно-выставочный центр Ирбитского государственного музея изобразительных искусств.

15:30 – 17:00 – Центр Мотокультуры (Мотодом).

17:00 – 18:00 – Музей Уральского искусства, кофе-брейк.

18:00 – 18:30 – Пассаж, памятник Ленину, памятник Екатерине II.

18:30 – 18:45 – Ирбитский Драматический театр им. Островского.

18:45 – 19:30 – Размещение в гостиничном комплексе «Поворот».

19:30 – 20:30 – Ужин в гостиничном комплексе «Поворот».

20:30 – Свободное время.

День второй:

09:00 – 10:00 – Завтрак в гостиничном комплексе «Поворот».

10:00 – 10:30 – Выезд из гостиницы.

10:30 – 11:30 – Посещение историко-этнографического музея.

11:30 – 12:30 – Обед. Бизнес-ланч в ГК «Арктур».

12:30 – 13:00 – Поездка на «Белую горку».

13:00 – 13:30 – Геолого-ботанический памятник природы «Белая горка».

13:30 – 13:40 – Поездка в поселок Зайково.

13:40 – 15:00 – Посещение музея Г.А. Речкалова в поселке Зайково.

15:00 – 18:00 – Прибытие в город Екатеринбург.

Размещение на протяжении маршрута осуществляется в гостиничном комплексе «Поворот». Питание: завтрак и два обеда. Сопровождает группу профессиональный экскурсовод. В стоимость тура включено: комфортабельный транспорт, экскур-

совод, входные билеты в музеи, завтрак и два обеда, проживание в гостиничном комплексе.

Мы подготовили экономическое обоснование познавательного тура по Ирбитскому району, а так же составили для определения эффективности разрабатываемого турпродукта подробный SWOT-анализ проекта, с помощью которого мы определили сильные и слабые стороны, возможности и угрозы проектируемого познавательного тура по Ирбитскому району. Основные преимущества познавательного тура по Ирбитскому району: всесезонность, наличие объектов туристской индустрии, доступность туристских объектов, постоянное повышение уровня квалификации персонала, высокое качество предлагаемых услуг. Риски: падение покупательской способности населения, изменение во вкусах потребителей, жесткая конкуренция.

Мы рассчитали стоимость двухдневного тура, которая составила 4115 рублей на человека. При указанной стоимости тура выручка переходит в точку безубыточности после продажи 17 туров.

В ходе исследования был спроектирован познавательный тур по Ирбитскому району продолжительностью 2 дня (1 ночь). При планировании турпродукта было проведено маркетинговое исследование спроса на программный этнографический тур. Результаты исследования позволяют говорить об актуальности проектирования познавательного тура по Ирбитскому району.

Список источников и литературы:

1. Аникин, В.К. На ирбитских подмостках [Текст] / В.К. Аникин, Ю.К. Матофанова – Екатеринбург : Банк культурной информации, 2011. – 110 с.
2. Биржаков, М.Б. Введение в туризм [Текст]: учебник / М.Б. Биржаков. – СПб.: Герда, 2000. – 192 с.
3. Джанджугазова Е. А. Маркетинг туристских территорий [Текст]: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Е. А. Джанджугазова. – М. : Издательский центр «Академия», 2006. – 224 с.
4. Добрейцина, Л.Е. Исторические города Урала. Часть 1. Исторические города Среднего Урала: Свердловская область

- [Текст] : учебное пособие / Л.Е. Добрейцина, Т.О. Санникова. – Екатеринбург : изд-во Урал. ун-та, 2012. – 208 с.
5. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме [Текст] : учеб. пособие / А. П. Дурович. – 4-е изд., стереотип. – Мн. : Новое знание, 2004. – 496 с.
 6. Зорин, И.В. Менеджмент туризма: Туризм как вид деятельности [Текст]: Учебник / И.В. Зорин, Т.П. Каверина, В.А. Квартальнов и др. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 276 с.
 7. Зорин, И.В. Энциклопедия туризма: Справочник [Текст] / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 368 с.
 8. Зорин И.В., Зорин А.И. Профессиональное образование и карьера в туризме [Текст] : учебник для вузов / И.В Зорин, А.И. Зорин; Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2005. – 528 с. – (Профессиональное туристское образование). – 1500 экз.
 9. Ирбит [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://nashural.ru/Goroda_i_sela/irbit.htm. – Загл. с экрана.
 10. История Ирбита [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biblio-irbit.ru/index.php/kraevedenie/istoriya-irbita>. – Загл. с экрана.

УДК 640.5
ББК У432.1

Пономаренко Евгения Игоревна,

студентка 4 курса факультета туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail: ftgs@mail.ru

Радыгина Евгения Геннадьевна,

кандидат педагогических наук, доцент кафедры туризма и гостеприимства, факультет туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail: radygina@bk.ru

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ СЛУЖБЫ БРОНИРОВАНИЯ В ОТЕЛЕ «РЕНОМЕ»

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: гостиницы, бронирование номеров, типы бронирования, способы бронирования.

АННОТАЦИЯ: в данной статье дается характеристика понятия «бронирование», описываются типы и способы бронирования в дизайн-отеле «Реноме».

Ponomarenko Evgeniya Igorevna,

student 2 courses of the Faculty of tourism and hotel services, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg; e-mail: ftgs@mail.ru

Radygina Evgeniya Gennadievna,

candidate of pedagogical sciences, assistant professor of the pulpit of the tourism and hospitality, faculty of tourism and hotel service, federal public budgetary educational institution of higher

education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg; e-mail: radygina@bk.ru.

ORGANIZATION OF WORK OF THE SERVICE OF RESERVATION OF HOTEL

KEYWORDS: the hotels, reservation number, types of the reservation, ways of the reservation.

ABSTRACT: this article describes the concept of "booking" that describes the types and methods of booking in the design hotel "Renome".

В настоящее время прослеживается повышение деловой активности и, следовательно, развитие делового туризма. Повышение доходов населения приводит к тому, что люди больше путешествуют, соответственно, останавливаются в гостиницах. Тем самым требования клиентов к качеству сервиса становятся все более жесткими. Обслуживание должно быть быстрым, ненавязчивым и качественным, а процесс бронирования должен быть довольно простым и понятным, но в то же время точным и продуктивным.

Проблемой данного исследования является необходимость оптимизации работы службы бронирования в гостинице. Объект исследования – бронирование как этап гостиничного цикла. Предмет исследования – деятельность службы бронирования в гостинице «Реноме».

Цель – изучить особенности организации процесса бронирования в гостинице «Реноме».

Бронирование – предварительный заказ мест и номеров в гостинице. С этого процесса начинается обслуживание гостей.

Существует несколько типов бронирования:

1. Гарантированное бронирование — бронирование со специальным регистрируемым подтверждением отеля о том, что он гарантирует клиенту получение заказанного им номера и в необходимое ему время. Клиент, в свою очередь, гарантирует оплатить номер.

2. Негарантированное бронирование. Этот тип бронирования не гарантирует, что гость получит номер, а гостиница, в случае неявки гостя, оплату за забронированный номер.

3. Сверхбронирование — бронирование мест в гостинице производится сверх имеющихся в наличии, т.е. — бронирование номеров без наличия реально свободных мест.

Процесс бронирования состоит из следующих этапов:

1. Заявка на бронирование. Заявка поступает по сети Интернет, телефону, почте и другим путем лично от клиента или посредника. В заявке клиент должен сообщить фамилию, имя, отчество, дату прибытия, срок пребывания и дату отъезда, категорию и количество номеров, способ оплаты.

2. Определение номеров для бронирования. После получения заказа осуществляется анализ номерного фонда.

3. Регистрация заказа по бронированию. После поступления заказа на бронирование осуществляется учетная запись. После внесения нужной информации, отдел бронирования присваивает клиенту номер для подтверждения бронирования.

4. Подтверждение бронирования. Бронирование подтверждается особым извещением, направленным отелом клиенту. В сообщении о подтверждении указывается: номер регистрации заявки; дата и время предполагаемого прибытия и отъезда клиента; срок пребывания в отеле; цена и тип заказанного номера; количество лиц, прибывающего и количество мест; тип бронирования, дополнительные пожелания; информация о возможности изменения даты заезда отличие бронирования.

Отмена бронирования. Отдел бронирования устраняет положение брони на номер (место) и предлагает его иному покупателю.

5. Отчет по бронированию. В отчетах по бронированию указывается информация о количестве лиц, поселенных в номере, источник бронирования, количество не прибывших клиентов, количество продленных визитов и досрочных отъездов, согласованных с отелем.

Дизайн-отель «Реноме» находится в центре Екатеринбурга на улице 8 Марта, 50. Рядом станция метро «Геологическая» и хорошая транспортная развязка. В пешей доступности от отеля находятся: торгово-развлекательный центр «Гринвич», Цирк и др.

Отель представляет собой небольшое здание из 6 этажей, в котором находится 58 номеров. Интерьер гостиницы выполнен во французском стиле. Номерной фонд гостиницы содержит три категории номеров: «стандарт», «полулукс» и «люкс». В каждом номере имеется все необходимое и современное оборудование. В стоимость проживания включен завтрак "Шведский стол". При отеле имеется французская пекарня-кондитерская «Меланж» и ресторан провинциальной кухни «Крюшон».

Дизайн-отель располагает фитнес-центром и предлагает бизнес-услуги. К дополнительным услугам отеля так же относятся: парковка, гладильная комната, услуги прачечной, камера хранения, трансфер и другое.

Номера в гостинице «Реноме» можно забронировать через Интернет (официальный сайт гостиницы и систему Интернет-бронирования), по телефону, по факсу и от стойки. Основным преимуществом в отеле «Реноме» пользуются: Интернет, телефон и бронирование от стойки.

Интернет-бронирование на сайте. Для начала, клиент выбирает даты заезда. Далее открывается страница, где нужно выбрать категорию номера, трансфер и способ оплаты. После того, как гость выбрал категорию номера, он должен заполнить информацию о себе. Ф.И.О, почту, контактный телефон, уточнить даты заезда. На почтовый адрес будет выслано уведомление о бронировании с возможностью отмены брони. Заполнив все данные, гость нажимает кнопку «забронировать» и отправляет свою заявку на обработку. На его почту приходит письмо о подтверждении бронирования с правилами заселения и оплаты.

Система онлайн-бронирования. В «Реноме» чаще всего приходят заявки из такой системы онлайн-бронирования как Booking.com. На главной странице Booking.com можно сразу увидеть окно, где нужно выбрать отель, город, страну, дату заезда, количество человек. Далее открывается страница, где высвечивается выбранная гостем гостиница, ее рейтинг и цена за номер. Ознакомившись с некоторой информацией бронируем. Следующий процесс практически ничем не отличается от резервирования номера на сайте. Будущему гостю так же нужно заполнить информацию о себе, электронную почту, выбрать цель

визита и рассказать о своих пожеланиях. И, наконец, завершающий шаг – это проверка данных и электронной почты, выбор связи, для подтверждения бронирования и отправление заявки. Ответ на резервирование приходит также на указанную почту.

Бронирование по телефону. Бронирование по телефону осуществляется прямым общением клиента и администратора. Администратор делает соответствующие отметки в специальных бланках.

Способ бронирования на официальном сайте, по моему мнению, не имеет недостатков, так как время, затраченное на заказ номера не превысил 5 минут. Однако, чтобы узнать об этом отеле, будущему гостю необходимо просмотреть в поисковике много гостиниц города Екатеринбурга, прежде чем попасть на сайт «Реноме». Для решения этой проблемы, гостинице нужно подать рекламу и сделать вывески на улице.

Недостаток в способе заказа номера в системе, по моему мнению, в том, что сайт Booking.com слишком загружен информацией и рекламой, которая отвлекает и путает клиента при бронировании, а иногда и вообще сложно сразу разобраться. Поэтому, создателям этой системы желательно было бы усовершенствовать свой интерфейс данной страницы и убрать отвлекающую рекламу.

В бронировании по телефону практически нет недостатков, так как клиент может уточнить все детали лично с работником гостиницы. Но для этого ему нужно уделить время, чтобы позвонить. В отличие от интернет-бронирования, когда гость может в любом месте и в любое время сделать заказ.

Процессы бронирования в гостинице «Реноме» практически ничем не отличаются от теоретических основ и принятых стандартов. Нарушений и особых недостатков не выявлено. Что касается рекомендаций к работе отдела резервирования, то можно выделить замечание. Отелю стоит выделить сотрудника, который будет заниматься именно бронированием и не участвовать в работе службы приема и размещения.

Появление сотрудника службы бронирования позволит усовершенствовать работу гостиницы, так как большое внимание будет уделяться исследованию потребителей и

маркетингу, а так же контролю за отзывами клиентов. В то время, как отдел приема и размещения скоординируют свою работу на более добродушном приеме гостей и четкому оформлению документов и кассовых чеков.

Изменение интерфейсов систем бронирования, а так же увеличение количество рекламы гостиницы позволит повысить число клиентов и заявок на резервирование через Интернет.

Список источников и литературы:

1. Вакуленко, Р.Я. Управление гостиничным предприятием : учебное пособие / Р.Я. Вакуленко, Е.А. Кочкурова. – М. : Логос, 2008. – 320 с.
2. Гаврилова, С.В. Организация туристического и гостиничного бизнеса. Учебно-методический комплекс / С.В. Гаврилова, А.Г. Томская, А.В. Дмитриев. – М. : Евразийский открытый институт, 2011. – 357 с.
3. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов : учебное пособие / И.С. Барчуков, Л.В. Баумгартен, Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев. – 3-е изд., перераб. – М. : КноРус, 2014. – 167 с.
4. Ёхина, М. А. Организация обслуживания в гостиницах [Текст] : учеб. пособие для студ. сред. проф. образования / М. А. Ёхина. – М. : Академия, 2008. – 208 с.
5. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах [Текст] : учеб. пособие / А. В. Сорокина. – М. : Альфа-М ; ИНФРА-М, 2007. – 304 с.
6. Тимохина, Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов [Текст] : учеб. пособие для студентов по спец. 080502 "Экономика и упр. на предприятии сферы обслуживания" / Т. Л. Тимохина. – Изд. 3-е, перераб. и доп. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2009. – 352 с.

УДК 338.48(470.53)

ББК У433.5

Салимова Ильнара Маликовна,

студентка 4 курса факультета туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail: salimova.ilnara2017@yandex.ru.

Фишелева Алла Ивановна,

канд. пед. наук, доцент, зав. кафедрой туризма и гостеприимства, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail: allafisheleva@mail.ru

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТУРАНА ФЕСТИВАЛЬ «КРЫЛЬЯ ПАРМЫ» В Г. ПЕРМЬ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: проектная деятельность, событийный туризм, событийные туры, фестивали.

АННОТАЦИЯ: данная статья раскрывает роль и значение событийного туризма для развития межрегионального туризма.

Salimova Ilnara Malikovna,

Student 4 courses of the Faculty of tourism and hotel services, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg; e-mail: salimova.ilnara2017@yandex.ru.

Fisheleva Alla Ivanovna,

candidate pedagogical sciences, assistant professor, head the department of tourism and hospitality, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg; e-mail: allafisheleva@mail.ru

THE DESIGN OF THE TOUR AT THE FESTIVAL "WINGS OF PARMA" IN PERM

KEYWORDS: design activity, событийный tourism, аэрошоу, фестивали.

ABSTRACT: This article reveals the role and importance of event tourism for the development of regional tourism.

Фестиваль «Крылья Пармы» уже не первый год является одним из самых ожидаемых событий лета. В течение семи лет традиционно в последние выходные июня на военной базе «Сокол» принимает гостей авиационный фестиваль «Крылья Пармы». За это время его участниками стали такие пилотажные группы, как «Русь», «Русские Витязи» и «Стрижи». Зрелищная пилотажная программа, уникальная возможность вблизи осмотреть авиационную технику на закрытом военном аэродроме «Сокол», выступление ведущих пилотажных групп России – все это делает «Крылья Пармы» самым массовым и любимым мероприятием лета. Благодаря концертной программе, экстрим-шоу, экспозиции самолетов, обширной пилотажной программе, фестиваль является разносторонним, привлекающим множество десятков тысяч гостей со всей России. Фестиваль также трепетно относится к юным гостям: на территории проведения фестиваля действует детская площадка «Крылышки Пармы», которая предлагает различные флеш-мобы на авиационную тематику для детей. Авиационный фестиваль «Крылья Пармы» на протяжении многих лет является одним из наиболее ярких культурных событий Пермского края, способствует военно-патриотическому воспитанию подрастающего поколения, привлечению внимания к российской авиации. Фестиваль «Крылья Пармы» объединяет туристов из Пермского края, Челябинской, Свердловской, Тюменской областей.

Существует огромное количество определений событийного туризма, все они взаимосвязаны и похожи. Приведем некоторые примеры. По мнению М. Б. Биржакова, событийный туризм – значимая часть культурного туризма, ориентированная на посещение дестинации в определенное время, связанное каким-либо

событием в жизни сообщества или общества, редко наблюдаемым природным явлением, например лунным или солнечным затмением [3, с. 412].

Для А. В. Бабкина событийный туризм – направление сравнительно молодое и чрезвычайно интересное. Основная цель поездки приурочена к какому-либо событию. Уникальные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и участие в самых зрелищных мероприятиях планеты, постепенно завоевывают все большую популярность [2, с. 130]. Событийный туризм – это вид туризма, поездки при котором приурочены к каким-либо событиям. События могут относиться к сфере культуры, спорта, бизнеса и т. д. [6].

При создании нового событийного тура необходимо провести анализ туристского рынка. Карта конкурентов представлена в таблице 1.

Таблица 1.

Карта конкурентов

| Название туристского предприятия | Маршрут | Кол-во дней | Цена, чел/руб. |
|------------------------------------|---|-------------|----------------|
| «Солана», г. Пермь | Пермь – аэродром «Сокол» – Пермь В стоимость входит: - трансфер; - обзорная экскурсия об истории авиации в г. Пермь; - сопровождение гида. | 1 | 450 |
| «Индустрия путешествий», г. Ижевск | Ижевск – Пермь - аэродром «Сокол» – Пермь – Ижевск В стоимость входит: - проезд на автобусе туристического класса; - питание (обед); - страховка. | 1 | 2242 |

На основе таблицы 1 можно сделать вывод, что туроператоры «Солана» и «Индустрия путешествий» реализуют только трансфер на фестиваль «Крылья Пармы» и автобусную экскурсию по пути следования транспорта. Создаваемый нами событийный тур будет насыщен познавательными и развлекательными элементами, таким образом, данный тур может охватить достаточно большой сегмент туристов от 18 лет и старше.

Одним из важных этапов проектирования тура является маркетинговое исследование. По мнению Ф. Котлера, маркетинговое исследование – это сбор, обработка и анализ данных с целью уменьшения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений [5, с. 145]. Одним из наиболее часто используемых методов маркетингового исследования является анкетирование. Анкетирование – форма опроса, в ходе которого испытуемый фиксирует свои ответы на поставленные вопросы в анкете.

Для того чтобы выделить сегмент потенциальных потребителей событийного тура на фестиваль «Крылья Пармы», мы провели анкетирование, в котором приняло участие 100 человек (мужчины – 34%, женщины – 66%).

Проанализировав полученные ответы анкетирования, мы получили следующие результаты:

На первый вопрос «Путешествуете ли Вы по России?» было получено 83% положительных и 17% отрицательных ответов. На вопрос «Какие виды туризма Вы предпочитаете?» были получены различные ответы: большая часть опрошенных ответили, что привлекательным видом туризма для них является культурно-познавательный (75,5%), на втором месте по популярности стоит событийный туризм (49,1%), далее идет спортивный – 21,3%, лечебно-оздоровительный – 20,6%, экологический – 17%. Религиозный (7,5%) и деловой (1,9%) виды туризма не пользуются популярностью среди респондентов. На основе этих данных можно сказать, что событийный туризм интересен для туристов, а это значит, что есть необходимость в разработке событийных туров для жителей города Екатеринбург.

Ответы на следующий вопрос «Рассматриваете ли Вы событийный туризм интересным видом туризма для себя» подтвер-

ждают вышесказанное утверждение: положительных ответов 86,8%, отрицательных – 13,2%.

Исходя из ответов на вопрос о видах событийного туризма, респонденты ответили, что хотели бы посетить национальные фестивали и праздники – 69,8%, фестивали музыки и музыкальные конкурсы – 52,8%, карнавалы – 52,8%, спортивные события – 47,2%, фестивали кино и театра – 35,8%, гастрономические фестивали – 34%, театрализованные шоу – 20,8%, модные показы – 17%, аукционы – 1,9%.

Следующий вопрос является не менее важным толчком для создания событийного тура в г. Пермь. На вопрос «Вы путешествовали по Пермскому краю» большинство респондентов (67,9%) ответили отрицательно, лишь 32,1% ответили положительно. Таким образом, можно сказать, что создаваемый нами тур будет интересен и нов для жителей Екатеринбурга и Свердловской области.

Конкретный вопрос о заинтересованности событийным туром на фестиваль «Крылья Пармы» в г. Пермь дал нам следующие ответы: 79,3% респондентов ответили, что данный тур их заинтересовал, а 20,7% дали отрицательный ответ. Причиной ответа «нет, не заинтересовал» опрошенные указали слабую осведомленность о самом туре и отсутствие интереса к тематике авиации.

Необходимым этапом для определения эффективности разрабатываемого турпродукта, является SWOT-анализ, он дает реальную оценку туристского продукта и его возможностей применительно к потребностям внешней стороны.

В таблице 2 представлен SWOT-анализ проектируемого тура на фестиваль «Крылья Пармы» в г. Пермь.

SWOT-анализ проектируемого событийного тура
на фестиваль «Крылья Пармы» в г. Пермь

| | | |
|------------------|---|---|
| Внутренняя среда | Сильные стороны | Слабые стороны |
| | <ul style="list-style-type: none"> - охватывает широкий сегмент потребителей; - оптимальная цена; - наличие хороших гостиниц и предприятий питания на маршруте - хорошо развитая транспортная система; - доступность туристских объектов; - богатая и насыщенная программа тура; - отсутствие похожих туров на туристском рынке. | <ul style="list-style-type: none"> - специализированный круг потенциальных туристов - сезонность тура; - медленная окупаемость тура. |
| Внешняя среда | Возможности | Угрозы |
| | <ul style="list-style-type: none"> - возможность занять новую нишу на рынке туристских услуг; - возможность наращивания тура с помощью различных туристских объектов. | <ul style="list-style-type: none"> - снижение уровня доходов населения; - наличие конкурентов и их роли на рынке туристских услуг; - появление аналогичного тура у конкурентов; - снижение интереса к событийным турам. |

Опираясь на данные таблицы, можно заметить, что проект нового событийного тура имеет достаточное количество сильных сторон и возможностей при незначительном количестве угроз и слабых сторонах, что дает нам возможность в дальнейшем разрабатывать данный турпродукт.

Основываясь на ГОСТе Р 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг», можно выделить основные технологические документы для событийного тура на фестиваль «Крылья Пармы»: технологическая карта туристского путешествия, график загрузки туристского предприятия и информационный листок к туристской путевке, который предоставляется потребителю.

Краткое описание маршрута

День первый:

05:00 – Встреча группы у центрального входа на железнодорожный вокзал.

05:33 – 11:20 – Дорога до г. Пермь.

12:20 – 14:00 – Заезд в гостиницу «На Васильева 3», обед в гостинице.

14:00 – 15:00 – Экскурсия в музей «История авиации и космонавтики».

В сентябре 2011 года при Пермском авиационном техникуме им. А. Д. Швецова открылся краевой музей «История авиации и космонавтики Пермского края». Открытие было приурочено к Году Космонавтики и к 135-летию юбилею техникума. Все эти события отражены на стендах и экспонатах музея: первый отечественный мотор М-11; протоколы испытаний двигателей, подписанные конструкторами П. А. Соловьёвым, А. Д. Швецовым; коллекция значков, посвящённых авиации и космонавтике (более 600 шт.); модели ракет, самолётов, двигателей; картина «В. Каменский у самолёта»; бортовой самописец МСРП-12 («чёрный ящик»); суксунский самовар в виде первого искусственного спутника Земли; макет ракеты-носителя, выполненный в стекле; образцы агрегатов, приборов и устройств авиационной и ракетно-космической техники; знаки и медали федерации космонавтики; обмундирование лётного состава разных лет; штурманское снаряжение, полётные карты; специальная литература: книги, журналы, издания технической литературы, газетные статьи; фонотека; фотографии, документы, награды; тематическая видеотека; собрания филателии по авиационно-космической тематике.

15:30 – 18:30 – обзорная экскурсия по г. Пермь.

Во время обзорной экскурсии по Перми туристов ожидает знакомство с основными достопримечательностями города, а также с его историей. В ходе экскурсии можно услышать историю становления и развития города. Узнать много фамилий людей, внесших большой вклад в развитие города. Можно прогуляться по набережной, посетить памятник «Пермяк соленые уши». В городе большое количество образовательных и научных учреждений. В начале XIX века, здесь получили образование такие известные изобретатели, как Воронцов, А. С. Попов, Н. Г. Славянов. Учились в Перми С.П. Дягилев, Д. Н. Мамин-Сибиряк и другие. На территории города находится много различных предприятий, которые широко известны на Российском рынке. К этим предприятиям относятся: «Лукойл», «Мотовилихинские заводы», «Камский кабель», «Пермский машиностроительный завод», «Сибур-Химпром».

18:30 – ужин в кафе города

С 19:30 – свободное время

Для желающих в 20:00 – экскурсия на речном трамвайчике по р. Кама.

День второй:

09:00 – подъем

09:30 – 10:00 – завтрак в гостинице

10:00 – 12:00 – отправление на фестиваль «Крылья Пармы», в дороге – экскурсия про историю авиации в г. Пермь

12:00 – 18:00 – участие в фестивале «Крылья Пармы»

Из года в год «Крылья Пармы» становятся все более популярными как в Прикамье, так и далеко за пределами региона. На авиационный фестиваль в Пермь зрители приезжают из Москвы, Екатеринбурга, Волгограда, Ижевска, Кирова, Санкт-Петербурга, многих других городов. В 2014 году фестиваль собрал более 50 тысяч зрителей! Зрелищная пилотажная программа, уникальная возможность вблизи осмотреть авиационную технику на закрытом военном аэродроме «Сокол», выступление ведущих пилотажных групп России – все это делает «Крылья Пармы» самым массовым и любимым мероприятием лета.

12:00 – официальное открытие мероприятия «Авиашоу «Крылья Пармы». Приветствие от организаторов шоу и почетных гостей.

12:15 – концертная программа мероприятия «Авиашоу «Крылья Пармы»: выступление Пермского губернского оркестра и исполнителя песен Николая Анисимова. Информационный блок, посвященный 70-летию Победы советского народа в Великой Отечественной войне. Концерт детских музыкальных и танцевальных коллективов и исполнителей авиационной песни: детская интерактивная программа (детская площадка «Крылышки Пармы»), включающая викторины для детей на авиационные темы, мастер-классы оригами, конкурс рисунков, конкурс рисунков на асфальте, встречи с известными людьми и другие мероприятия. Статическая экспозиция: Ту-134, Як-40, МиГ-31, МиГ-29.

15:00 – 17:00 – пилотажная программа мероприятия «Авиашоу «Крылья Пармы» – показательные выступления: пролет самолетов МиГ-31 авиаполка «Сокол». Показательные выступления ФКУ «Уральский поисковый авиационно-спасательный центр». Показательные выступления АГВП «Стрижи» (комментатор – Николай Анисимов). Фотосессия с летчиками АГВП «Стрижи».

19:00 – официальное закрытие мероприятия «Авиашоу «Крылья Пармы». Концерт авторской песни Николая Анисимова.

18:00 – 19:30 – дорога до г. Пермь

21:00 – 22:00 – ужин в кафе г. Пермь

С 22:00 – свободное время

00:20 – 05:36 – дорога до г. Екатеринбург

05:36 – прибытие в г. Екатеринбург.

Неотъемлемой частью внедрения нового туристского продукта на рынок является цена. Цена должна обладать двумя характеристиками: удовлетворение потребителей с одной стороны, получение прибыли предприятием – с другой. Чтобы потенциальных потребителей не переманили конкуренты, необходимо, чтобы цена соответствовала ценности предложения. Цена турпродукта зависит от вида тура (групповой или индивидуальный). Чем больше человек в группе, тем цена на одного человека будет меньше.

В стоимость событийного тура входит:

- ж/д билет до г. Пермь и обратно;
- питание;
- проживание в гостинице;
- экскурсии по программе;

Дополнительно оплачивается:

- экскурсия на речном трамвайчике по р. Кама.

Цена турпакета на одного туриста, то есть стоимость туристской путевки, определяется по формуле:

$$И + Н + П - С \pm К$$

$$Ц = \frac{\text{И} + \text{Н} + \text{П} - \text{С} \pm \text{К}}{\text{Ч} + \text{К}}, \text{ где}$$

$$\text{Ч} + \text{К}$$

Ц – цена турпакета на одного туриста, рубли;

И – себестоимость услуг, входящих в турпакет, составленный туроператором, рубли;

Н – косвенные налоги (НДС) по отдельным видам услуг туризма, рубли;

П – прибыль туроператора, рубли;

С – скидка, предоставляемая туроператором туристу с цены отдельных услуг, входящих в турпакет, рубли;

$\pm К$ – комиссионное вознаграждение турагента, реализующего турпакет (знак «+» означает надбавку к цене турпакета; знак «-» означает скидки с цены туроператора в пользу турагента), рубли;

Ч – количество туристов в группе, человек;

К – количество лиц, сопровождающих группу туристов по определенному маршруту, человек.

Калькуляция полной себестоимости туристского продукта – это система учета, в которой все переменные и постоянные затраты распределяются на все виды туристского продукта. Метод калькуляции полной себестоимости позволяет получить представление о всех затратах, которые несет организация при формировании и реализации единицы туристского продукта [4, с. 112]. В таблице 3 можно наглядно увидеть калькуляцию событийного тура на фестиваль «Крылья Пармы» в г. Пермь.

Таблица 3

Калькуляция событийного тура на фестиваль «Крылья Пармы»

| Наименование калькуляционных статей | Стоимость в расчете на 1 чел. руб. | Стоимость в расчете на группу (20 чел.) руб. |
|--|------------------------------------|--|
| Ж/д билет до г. Пермь | 828 | 16560 |
| Ж/д билет до г. Екатеринбург | 828 | 16560 |
| Питание (обед, завтрак) | 300 | 6000 |
| Посещение «Музея авиации и космонавтики» + экскурсия | 75 | 1500 |
| Размещение в гостинице «На Васильева 3» | 1000 | 20000 |
| Услуги гида-экскурсовода | 300 | 6000 |
| Трансфер | 1050 | 21000 |
| Итого переменных затрат | 4381 | 87620 |

Проанализировав таблицу 3, на группу из 20 человек переменные затраты составят 87620 рублей. Чтобы рассчитать цену тура, необходимо воспользоваться формулой: переменные затраты * 1,30 (нормативная рентабельность) = 87620*1,30 = 113906 рублей – цена туристской путевки на группу из 20 человек. Отсюда следует, что цена тура на одного человека составит 5695,3 рублей.

Рентабельность проектирования тура (на группу из 20 человек) = прибыль/выручка*100% = 5695,3/87620*100% = 6,5%.

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: 5695,3 – 4381 = 1314,3 рублей.

Рентабельность по маржинальной прибыли = маржинальная прибыль на единицу продукции/цена = 1314,3/5695,3 *100% = 23%.

Отсюда выручка в точке безубыточности равна отношению постоянных затрат к рентабельности по маржинальной прибыли

единицы продукции, умноженное на сто процентов, для этого рассчитаем постоянные затраты, то есть затраты на рекламу и продвижение.

Таблица 4

Затраты на продвижение событийного тура
на фестиваль «Крылья Пармы»

| Статьи расходов по видам рекламных средств | Расчет стоимости затрат, руб./год |
|--|-----------------------------------|
| Печатная рекламная продукция (брошюры) | $6 \cdot 1000 = 6000$ |
| Реклама в Интернете (социальные сети) | $650 \cdot 12 = 7800$ |
| Услуги связи | $200 \cdot 12 = 2400$ |
| Итого постоянных затрат: | 16200 |

Исходя из данных таблицы 4, можно рассчитать выручку в точке безубыточности: $16200 / 23\% \cdot 100\% = 70434,7$. Количество единиц продукции (объем продаж в точке безубыточности) равно отношению выручки в точке безубыточности к цене тура = $70434,7 / 5695,3 = 12$. Следовательно, для того, чтобы получить прибыль и покрыть издержки, необходимо продать более 12 туров.

Подводя итог, можно сказать, что разработанный событийный тур на фестиваль «Крылья Пармы» будет пользоваться популярностью. Мы разработали анкету, на основе которой выяснили, что у туристов наблюдается интерес к событийному туру. Для определения экономической эффективности нами был произведен расчет нового турпродукта. Цена на событийный тур на фестиваль «Крылья Пармы» в г. Пермь составила 5695,3 рублей, при указанной цене точка безубыточности будет достигнута после продажи 12 туров.

Список источников и литературы:

1. ГОСТ – Р 50681 – 94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг [Текст] : введ. 01.01.1995 г. – М. : Госстандарт России : Издательство стандартов, 2004. – 13 с.
2. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма [Текст] : учеб. пособие / А. В. Бабкин – Ростов н/Д. : Феникс, 2008. – 252 с.
3. Биржаков, М. Б. Введение в туризм [Текст] : / М. Б. Биржаков. – СПб. : Невский дом Герда, 2007. – 576 с.

4. Козырева, Т. В. Учет издержек в туризме [Текст] : учеб. пособие / Т. В. Козырева. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 224 с.
5. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Текст]: учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. И доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 1063 с.
6. Официальный сайт свободной энциклопедии «Википедия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wikipedia.org> – Загл. с экрана.

УДК 640.5
ББК У432.1

Сидорова Ольга Евгеньевна,

студентка 4 курса факультета туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail: sidorova.oly6634@yandex.ru

Радыгина Евгения Геннадьевна,

кандидат педагогических наук, доцент кафедры туризма и гостеприимства, факультет туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail: radygina@bk.ru

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: персонал организации, развитие персонала, гостиничные предприятия, качество обслуживания гостиницы, профессиональные качества.

АННОТАЦИЯ: в данной статье рассказывается о способах и направлениях развития персонала гостиничного предприятия, анализируется влияние квалификации персонала на качество обслуживания в гостинице. В статье представлен проект развития персонала гостиницы «Рингс».

Sidorova Olga Evgen`evna,

Studentka 4 courses of the Faculty of tourism and hotel services, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg; e-mail: sidorova.oly6634@yandex.ru

Radygina Evgeniya Gennadiyevna,

candidate of pedagogical sciences, assistant professor of the pulpit of the tourism and hospitality, faculty of tourism and hotel service, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg,; e-mail: radygina@bk.ru.

THE DESIGN OF THE PROGRAM DEVELOPMENT STAFF OF THE HOTEL ENTERPRISE

KEYWORDS: personnel to organizations, development of the personnel, hotel enterprises, quality of service of the hotel, professional quality.

ABSTRACT: this article describes methods and directions of development of the personnel of the hotel enterprise, and what are the benefits of staff development hotel. The article presents the program of the project staff development.

Организация труда персонала признается одной из наиболее важных сфер жизни предприятия, способного многократно повысить ее эффективность, а понятие «развитие персонала» рассматривается в достаточно широком диапазоне: от экономико-статистического до философско-психологического.

Система развития персонала и организации труда персонала обеспечивает непрерывное совершенствование методов работы с кадрами и использованием достижений отечественной и зарубежной науки и наилучшего производственного опыта.

Чтобы персонал выполнял в соответствии с требованиями свою работу на должном уровне необходимо иметь соответствующий уровень квалификации. Руководители отеля «Рингс» заинтересованы в квалифицированных сотрудниках.

В современных условиях технического прогресса и конкурентного рынка обучение персонала – уже не просто средство мотивации и инструмент управления персоналом. Это, очевидно, необходимо для продвижения бизнеса. Все чаще руководители организаций проявляют интерес к этому вопросу и готовность

вкладывать финансовые ресурсы в развитие сотрудников, обеспечение обмена между ними имеющимся опытом и получение ими новых знаний, умений и навыков.

Руководство организации должно работать над постоянным повышением потенциала работников, их профессиональным и личностным развитием, поскольку человеческие ресурсы, в отличие от остальных ресурсов компании, с годами только увеличивают свою ценность.

С позиции управления персоналом целями развития становятся: обеспечение подготовленным и заинтересованным в развитии компании персоналом; повышение потенциала работников; решение задач развития бизнеса; повышение эффективности труда; снижение текучести кадров; подготовка руководящих кадров; адаптация к новым технологиям.

Актуальность вызвана острой нехваткой квалифицированных, отвечающих последним требованиям кадрам в гостиницах. В связи с этим развитие персонала гостиничного предприятия является актуальным.

Противоречия заключаются в недостаточной квалификации работника к условиям труда и обязанностям в конкретной организации.

Проблема развития персонала заключается в том, что на предприятии отсутствует заинтересованность руководства в развитии персонала, отсутствие комплексного подхода и тренингов обучения сотрудников.

Термин «развитие» часто применяют к персоналу или человеческим ресурсам. А.П. Егоршино определяет «развитие человеческих ресурсов» как комплексный и непрерывный процесс всестороннего развития личности работников организации с целью повышения эффективности их работы [4, с. 512].

По мнению В.М. Масловой, развитие персонала – это совокупность мероприятий, направленных на развитие человеческого потенциала предприятий [3, с. 352].

В трактовке П.Э.Шлендера развитие человеческих ресурсов – это система мероприятий, направленных на поддержку способных к обучению работников, распространение знаний и передового опыта, обучение молодых квалифицированных со-

трудников, осознание управленческим персоналом важности развития сотрудников и снижения текучести кадров.

Согласно определению Р. Харрисона, стратегическое развитие персонала (трудовых ресурсов) представляет собой «развитие, происходящее от четкого представления о способностях и потенциале, которое работает в стратегической структуре бизнеса в целом».

В данной статье под развитием персонала мы будем понимать систему управляемых действий в области подготовки сотрудников к выполнению новых производственных функций, решению новых задач, с целью преодоления расхождения между требованиями к работнику и качествам реального человека, в рамках достижения определенного уровня социального и экономического развития организации, удовлетворения коллективных и индивидуальных потребностей персонала.

Развитие персонала должно быть направлено на оптимизацию результативности его деятельности, для чего должны быть созданы необходимые условия. Именно управленческий аспект развития персонала интересует нас в первую очередь. В этом смысле можно говорить о создании системы развития персонала на предприятии и управлению этой системой. Исходя из этого развитие персонала понимается нами как проект деятельности, включающий систему управленческих технологий, методов и мероприятий, направленных на совершенствование профессионального потенциала персонала с целью повышения эффективности работы.

Далее логика научного поиска требует обращения к проектированию системы развития персонала на предприятии и управлению этой системой. Социальное управление характеризуется способностью человека вырабатывать идеальные проекты деятельности и осуществлять их своими силами или силами других людей. Роль субъекта управления характеризуется выработкой проекта деятельности и созданием условий для его реализации. Таким образом, проектирование занимает особое место в системе управления и выполняет функцию организации деятельности как самого субъекта управления, так и управляемых субъектов.

Основываясь на методологии системного подхода и принципах управления проектами управление развитием персонала трактуется нами как взаимодействие управляющего и управляемого субъектов по поводу разработки и реализации проекта развития персонала, включающего систему управленческих технологий, методов и мероприятий, направленных на рост профессионализма, компетентности персонала с целью повышения эффективности его работы. Реализации данного проекта предполагает создание условий в рамках организации для развития профессионального потенциала персонала, что способствовало бы устойчивости и развитию самой организации, а также согласованию общих, групповых и индивидуальных интересов. Практической деятельности должна предшествовать разработка теоретической концепции управления развитием персонала.

В работе П.Юнгара развитие персонала определено следующим образом: «Развитие персонала является систематическим процессом, ориентированным на формирование сотрудников, отвечающих потребностям предприятия, и, в то же время, на изучение и развитие производительного и образовательного потенциала сотрудников предприятия» [9, с. 46].

Успех достижения цели напрямую зависит от того, насколько сотрудники организации готовы стать субъектами развития. Термин «субъект развития» означает, что человек осознает необходимость социального роста и всестороннего развития, имеет к этому интерес, и что он является саморефлексирующей и ответственной личностью. Таким образом, чтобы стать субъектом развития, персонал организации должен обладать тремя неперенными качествами:

- иметь собственный интерес к развитию организации и глубокую внутреннюю мотивацию для участия в принимаемых руководством действиях;

- быть достаточно квалифицированным и обладать соответствующими личными качествами для того, что заниматься новой деятельностью;

- нести ответственность за результат (если цель развития не достигнута, то субъект понесет явный ущерб).

Исследователи выделяют две модели подготовки кадров:

- учеба без отрыва от должности.

- теоретический курс в профессиональных учебных заведениях и практической подготовки для предприятия;

- учеба с отрывом от должности в специализированных профессиональных учебных заведениях и центрах подготовки кадров.

- целесообразно организовать учебу по специальным блокам дисциплин: менеджменту, маркетингу, продажам, финансов, новым методам бухгалтерского учета, и так далее. Все эти дисциплины должны были быть ориентированы на индустрию гостеприимства.

Для определения степени мотивации работников «Рингс» используем психологический тест «Мотивация профессиональной деятельности» (методика К.Земфер в модификации А.А. Реана). Для опроса было отобрано 15 человек гостиницы разных профессий и разного возраста. Респондентам предлагалось дать оценку значимости представленных мотивов профессиональной деятельности по 5-бальной шкале.

При анализе ответов было выявлено, что уровень внутренней мотивации и внешней позитивной мотивации работников меньше, чем уровень внешней негативной мотивации.

Это значит, что работа сама по себе для работника не является интересной и содержательной. Большую мотивацию работника осуществляют мотивы позитивные внешние, то есть заработная плата и доплаты, социальный престиж, другое. Внешние негативные мотивы превышают внутренние и внешние позитивные мотивы. В их составе - нежелание работников продвигаться по службе, стремление избежать критики и наказаний со стороны руководства, то есть нежелание четко выполнять задание и брать на себя ответственность. Подытоживая сказанное, можно сделать вывод, что в данном случае мотивационный комплекс личности негативен.

На основе вышесказанного мы разработали программу развития персонала для гостиницы «Рингс». Она представлена в таблице 1.

Таблица 1

Программа развития персонала для гостиницы «Рингс»

| Направление | Мероприятия | Продолжительность (в неделю) | Затраты на одного человека | Результат |
|---------------------|---|------------------------------|----------------------------|--|
| Групповые дискуссии | Рассмотрение общих проблем, решение практических задач. Использование наглядных пособий, таких как слайды, раздаточные материалы с основным содержанием курса и заданиями, актуальные статьи по теме. | 2-2,5 часа | 350 рублей (1 час) | Выявление общих проблем, позволяет увидеть персоналу, над чем именно нужно работать, на что обратить внимание. Позволяет персоналу познакомиться с материалом. |
| Лекции | позволяют преподавателю за короткое время передать большой объем информации и ответить на дополнительные вопросы. | 2-2,5 часа | 350 руб. (1 час) | Возможность персонала получить всю нужную ему информацию, новые знания. |
| Семинары | предлагают большую активность участников и используются для совместного обсуждения проблемы, выработка новых решений и поиска новых идей. | 5-6 часов | 450 рублей (1 час) | Позволяют сотруднику привносить свои идеи в улучшение работы отеля. Сотрудник становится более активный и заинтересован |

| | | | | |
|----------|--|-----------|--------------------|--|
| | | | | ный в работе. |
| Тренинги | призваны развивать определенные управленческие навыки - управление исполнением, планирование делегирование, мотивирование, тайм-менеджмент, эффективные продажи, переговоры, презентацию. Более 70% времени посвящено деловым играм и их анализу, закреплению наиболее эффективных стратегий поведения в типичных деловых ситуациях. | 5-6 часов | 450 рублей (1 час) | повышается личная эффективность сотрудников, развивается ориентация на результат, способность управления конфликтами, коммуникативные навыки, лидерство. |

В целом, можно отметить, что к персоналу «Рингс» предъявляются высокие требования к соответствующей квалификации и профессиональному опыту. Его можно охарактеризовать как ответственный, производительный, сплоченный, однако недостаточно организованный и мотивированный персонал.

Для повышения эффективности состояния мотивации в «Рингс» нами предложены следующие мероприятия:

- профессиональное развитие работников гостиницы;
- совершенствование рабочих мест работников гостиницы;
- обеспечение жилищными условиями работников гостиницы.

Реализация предложенных мероприятий приведет к росту трудовой дисциплины работников; уменьшение потерь рабочего

времени; повышение производительности труда работников; повышение безопасности труда; улучшение мотивационного климата; рост заинтересованности работников в работе; установление благоприятного психологического климата; укрепление обратной связи с руководителем; удовлетворение первичных потребностей работников; стимулирование работников к эффективной работе; повышение сплоченности коллектива; повышение квалификации работников; уменьшение текучести кадров; улучшение жилищных условий работников и укрепления трудовой дисциплины.

Очевидно, что внедрение этих мероприятий требует достаточно много времени. Но их эффективность, при правильной организации осуществления мероприятий, будет проявлять себя все больше и больше.

Рациональное сочетание средств мотивации в будущем приведет к процветанию «Рингс» и его работников.

Список источников и литературы:

1. Алавердов, А. Р. Управление персоналом [Текст]: учебное пособие / А.Р. Алавердов. – М.: Маркет ДС, 2013. – 227 с.
2. Большаков, С. Е. Оценка эффективности управления кадрами. Методы и показатели [Текст] / С. Е. Большаков, С. Костюков. – М.. – С. 10-11
3. Егоршин, А. П. Основы управления персоналом [Текст]: учебное пособие / А. П. Егоршин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М., 2014. – 352 с.
4. Жариков, Е. С. Психология управления. Книга для руководителя и менеджера по персоналу [Текст] / Е. С. Жариков. – М.: МЦФЭР, 2013. – 512 с.
5. Карева, А. В. Социально-правовые аспекты регулирования туристской деятельности [Текст] / А. В. Карева // Социокультурная среда и ее развитие в условиях глобализации современного общества: материалы V Международных социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2013. – С. 201-208.

6. Маслов, Е. В. Управление персоналом предприятия [Текст]: учебное пособие / Е. В. Маслов ; под ред. П.В. Шеметова. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 397 с.
7. Назарова, Л. Д. Организация самостоятельной работы студентов на факультете туризма и гостиничного сервиса [Текст] / Л. Д. Назарова, Е. Г. Радыгина, А. И. Фишелева // Педагогическое образование в России. – 2016. – № 8. – С. 65-71.
8. Назарова, Л. Д. Понятие и функции кадрового менеджмента гостиничного предприятия [Текст] / Л. Д. Назарова // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – 2014. – № 4. – С. 4-12.
9. Радыгина, Е. Г. Формирование сервисных компетенций работника сферы гостеприимства [Текст] / Е. Г. Радыгина // Педагогическое образование в России. – 2014. – № 3. – С. 45-49.
10. Фишелева, А. И. Роль туризма в повышении социальной значимости библиотек и информационных центров Екатеринбурга [Текст] / А. И. Фишелева. // Социально-педагогическая деятельность в социуме: теория, практика, перспективы: материалы VI Международных социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2014. – С. 181-187.

cation "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg, e-mail: tugu-liza12@yandex.ru

Fisheleva Alla Ivanovna,

candidate pedagogical sciences, assistant professor, head the department of tourism and hospitality, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg, e-mail: allafisheleva@mail.ru

DESIGNING INFORMATIVE AND ENTERTAINING TOUR FOR YOUNG AUDIENCES IN THE CITY OF YEKATERINBURG

KEYWORDS: tourist products, youth, design activity, youth tourism, cognitive-recreational aurochs, economy of the tourism.

ABSTRACT: this article describes about the importance and benefits informative and entertaining tours for young audiences, what in General are informative and entertaining tours and how to design them. The article presents the program of the project informative and entertaining tour for young audiences, its economic rationale and SWOT analysis of the strengths and weaknesses of new tourism product.

В настоящее время в Российской Федерации растет интерес к молодежному туризму. Молодежный туризм – это спорт, здоровье, активный досуг, возможность лучше узнать историю, географию, душу России. Ведь чтобы любить свою страну, ее надо знать, надо увидеть своими глазами. Познав красоту своей земли, невозможно не полюбить ее. Свежий воздух, песни у костра, экстрим, эмоции, новые знания об окружающем мире, движении, преодоление как препятствий, так и себя. Все это – молодежный туризм.

Среди многих мест Российской Федерации большими туристскими ресурсами в развитии молодежного туризма обладает Екатеринбург. Не случайно в 2014 году именно здесь проводился чемпионат мира по программированию, областные соревнования этапа кубка России по Workout, ежегодные спортивные соревнования для молодежи, международная лыжная гонка Гран-При

«Спринг Тур», международный турнир по мини-футболу «Кубок Финпромко», так же музыкальные фестивали, такие как фестиваль современной музыки «WMF 2015| PartOne! WINTER-MUSICFESTIVAL» – молодежный, музыкальный фестиваль, сочетающий в себе разновидности самых современных музыкальных направлений. Город Екатеринбург, благодаря расположению на границе между Европой и Азией, является центром не только делового туризма, но и познавательно-развлекательного. На сегодняшний день в нем сосредоточено большое количество различных музеев. В Екатеринбурге есть уникальное объединение музеев писателей Урала. В число которых входят: дом-музей Ф. М. Решетникова, музей «Литературная жизнь Урала XIX века», музей «Литературная жизнь Урала XX века», музей кукол и детской книги «Страна чудес», камерный театр, дом-музей П. П. Бажова, дом-музей Д. Н. Мамина-Сибиряка. К числу музеев, которые пользуются популярностью у молодежной аудитории, можно отнести: музей истории архитектуры и дизайна Урала ГАХА, Свердловский областной краеведческий музей, музей истории Екатеринбурга, музей истории камнерезного и ювелирного искусства, музей радио им. А.С. Попова, Свердловский областной краеведческий музей, Уральский геологический музей, фотографический музей «Дом Метенкова», музей В. Высоцкого, музей Невьянской иконы, музей памяти воинов-интернационалистов Шурави, президентский центр Бориса Ельцина, музей военной техники «Боевая слава Урала», так же музеи развлекательного характера: парк бабочек, крокодиловая ферма, зоопарк, особый интерес для гостей города и туристов представляют природный памятник «Каменные палатки».

Наряду с познавательным в Екатеринбурге все большую популярность в молодежной среде набирает развлекательный туризм. В Екатеринбурге находятся такие развлекательные заведения как: Центральный парк культуры и отдыха им В.В. Маяковского (ЦПКиО), Аквапарк «Лимпопо», парк чудес «Галилео», екатеринбургский Цирк, котокафе «Кошкин дом», ледовый городок на площади 1905 года в новогодние праздники, киноконцертный театр «Космос», боулинг «Пять звезд», дом квестов, бильярд «Пять шаров», пейнтбол «Лазербой», Наряду с днев-

ными развлекательными заведениями в Екатеринбурге, активно работают и вечерние, и ночные развлекательные заведения, среди них: Екатеринбург как Tele-Club, Пушкин CentralClub, Podzemka, Chili, ShowGirlsCabaret, Гадкий кайот, Lynch, Клуб WhiteHouse, Клуб-бар Agave.

Общая характеристика понятия «познавательный туризм» раскрыта в трудах: А.Ю. Александрова, Л.В. Егоренкова, А.Б. Косолапова, И.В. Зорина, Т.П. Каверинной, В.А. Квартальнова.

И.В. Зорин отмечает, под познавательным туризмом мы будем понимать – туристские поездки с целью посещения каких-либо регионов, местностей, центров туризма для ознакомления с памятниками природы, истории и культуры, музеями и театрами, общественным строем, жизнью и традициями местного населения. Главной целью познавательного туризма является осмотр достопримечательностей, а главной особенностью – насыщенность поездки экскурсионной программой [7, с. 115]. Развлекательный туризм предполагает посещение ночных клубов, парков аттракционов, ледовых катков, разнообразных концертов, показов мод и т.п. Основная их цель, естественно, развлечение во время туристской поездки [7, с. 145]. Под познавательным туризмом понимаются информационное потребление рекреационных ресурсов. Он ориентирован преимущественно на ознакомление туристов с культурными ценностями: археологическими и культурно-историческими памятниками, архитектурными ансамблями, этнографией (быт, культура, традиции народов, фольклор), хозяйством. Познавательный туризм редко выступает в качестве самостоятельного направления, обычно познавательные цели путешествия сочетаются с иными – отдых, развлечения. Основным элементом познавательных туров является экскурсия – посещение достопримечательных чем-либо объектов с элементами развлечений (памятники культуры, музеи, предприятия, местность и т. д.) с целью приобретения новых знаний и получения новых впечатлений. [3, с. 146].

Технология проектирования познавательного тура раскрыта в работах: А.Б. Косолапова, И.В. Зорина, А.И. Зорина, Е.Л. Драчева, Е.С. Сенина, В. А. Квартального.

Как пишет А.И. Зорин, рекреационная деятельность отдыхающих и организаторов отдыха выступает как процесс организации пространства и времени, т. е. как деятельность, создающая, организующая, придающая им некоторую упорядоченность [8; с. 146]. Программа обслуживания туриста – это определенный цикл рекреационных занятий. Если рассматривать познавательные и развлекательные циклы рекреационных занятий. Характерна очень высокая требовательность к природным и особенно культурным комплексам. Особенно важны такие свойства, как экзотичность и уникальность, неизменность и разнообразие пейзажа. Познавательные и развлекательные циклы должны быть хорошо обеспечены сетью коммуникаций (автомобильными и пешеходными дорогами) и других инженерных сооружений (например, видовыми площадками). В процессе рекреационной деятельности используются не отдельные компоненты природы и культурного комплекса, а весь комплекс. Для этого типа ТРС характерны меньшая требовательность к комфортности климатических условий, высокая подвижность отдыхающих при кратковременном пребывании в ТРС, высокие требования к информационному обслуживанию, комфортности средств передвижения, мест ночлега и питания. Осмотр культурно-исторических памятников и посещение зрелищ, этому сопутствует любительское творчество, посещение необычных ресторанов. Этот подтип привязан к местам сосредоточения культурно-исторических памятников и событий (фестивали искусств, спортивные соревнования) [8, с. 151].

Познавательно-развлекательный тур относится в большей степени к познавательному и развлекательному циклам рекреационной деятельности. Для организации познавательно-развлекательного тура необходимы туристские ресурсы, такие как: культурно-исторические (музеи, памятники архитектуры); развлекательные (ночные клубы, фестивали); трудовые ресурсы (работники, принимающие участие в оказании услуг на пути следования туристской группы) [8, с.158-159].

Характеристика психолого-возрастных особенностей молодежной аудитории в исследованиях: Е.Н. Хрисанфовой, В.А. Квартальнова, Н.А. Волгиной, Л.С. Выгодского, А.Ф. Воловика, Б.А. Трегубова.

Е.Н. Хрисанфова отмечает что, черты молодежного возраста очень подвижны. Молодость – это период между детством и зрелостью. Исходя из этого, понимания и следуют ведущие критерии выделения последовательных границ молодежи. Возрастные рамки, допускающие относить людей к молодёжи, отличаются в зависимости от конкретной страны. Низшая возрастная граница молодёжи – 14-16 лет, высшая – 25-35 лет [11, с. 16].

Молодежь заведено разделять на четыре возрастные группы:

1. 14-16 лет, подростки. Это возраст развития полового созревания, одновременно которому происходит определения других биологических циклов организма. Для этого возраста характерны наибольшие несоответствия в уровне и темпах физического и психологического развития. В основном это учащиеся средних школ и профессиональных учебных заведений.

2. 17-19 лет, юношество. Биологически это промежуток окончания физического созревания, возраст самоопределения – начало самостоятельной профессиональной занятости или определения и осуществления качественно новой профессиональной учебы. Распределение жизненных путей юношей и девушек, что в дальнейшем является причиной к более глубокому экономическому, политическому и культурному разделению среди них. В этом возрасте наступает процесс социальной адаптации – происходит приобретение почти всех возможностей гражданских прав, растет размер общественно-политических дел и связанных с ними увлечений и обязательств.

3. 20-24 года, молодежь. Человек в этом возрасте, являясь взрослым в физиологическом плане, продолжает процесс социальной адаптации. Эту возрастную группу, составляют учащиеся и молодые люди, заканчивающую основную профессиональную специализацию, вступающие в производственную занятость и создающие собственные семьи.

4. 25-30 лет, старшая молодежь. В этом возрасте на основе личного опыта производственной и семейной жизни, а также участия молодежи в политических связях оканчивается процесс развития зрелой личности. Молодые люди этого возраста представляют образ родителей в собственных семьях. Они уже нашли свою дорогу в жизни [11, с. 46].

Психолого-педагогические особенности молодежной аудитории – это преобладание поисковой, творческо-экспериментальной активности, огромная потребность в эмоциональных контактах, стремление к психологическому комфорту в эмоциональных контактах, стремление приобрести определенные навыки общения с людьми различного социально-психологического склада, потребность в сопереживании, потребность в информации, свободный выбор личностью досуговых занятий. Молодежный туризм, являясь одной из форм молодежного досуга, имеет большое значение в жизни молодого человека, так как он направлен на восстановление физических и психологических сил, удовлетворяет потребности молодого человека в общении, развлечениях, активном и подвижном отдыхе [3, с. 258].

Город Екатеринбург обладает высоким туристским потенциалом для разработки новых интересных маршрутов, в частности необходимым является проектирование познавательно-развлекательных туров для молодежной аудитории, так как в России это направление еще только в процессе развития [9, с. 215].

В познавательно-развлекательном туре для молодежной аудитории в город Екатеринбург, представлены такие объекты как: обзорная экскурсия по Екатеринбургу (ул. Челюскинцев, ул. Б. Ельцина: Ельцин Центр, памятник Б. Ельцину, Екатеринбург-Сити, Свердловский государственный академический театр драмы; площадь 1905 года: памятник Ленину, здание городской администрации, гимназия №9; Исторический сквер, водонапорная башня, памятник В. Татищеву и В. де Генину, дом Севастьянова; площадь Труда и часовня Святой Екатерины; Колизей, Свердловский государственный академический театр музыкальной комедии; площадь Парижской Коммуны: памятник Свердлову, здание УРГУ им. А.М. Горького, Екатеринбургский государственный академический театр оперы и балета; гостиница Исеть, Городок Чекистов, здание Штаба Центрального военного округа, памятник Г.К. Жукову, окружной Дом Офицеров, памятник Чёрный тюльпан, концертный зал им. И. Маклецкого, Свердловская государственная филармония, дом В.М. Метенкова, музей истории Екатеринбурга). Экскурсия на Свердловскую киностудию, (звукозаписывающая студия, костюмерно-реквизиторский цех, парк чудес «Га-

лилео»), художественный музей Эрнста Неизвестного, президентский центр Бориса Ельцина, ночной клуб «Funnyduck», екатеринбургский музей изобразительных искусств, дом квестов, музей В. С. Высоцкого, смотровая площадка БЦ «Высоцкий. Актуальность тура состоит в том, что город Екатеринбург обладает высоким туристским потенциалом для разработки новых интересных маршрутов, в частности необходимым является проектирование познавательно-развлекательных туров для людей молодежного возраста, так как в России это направление еще только в процессе развития [12, с. 146].

Екатеринбург (с 1924 по 1991Свердловск) – четвёртый по численности населения (после Москвы, Санкт-Петербурга и Новосибирска) город в России, административный центрСвердловской области, крупнейший административный, культурный, научно-образовательный центр Уральского региона. История города Екатеринбурга началась в XVIII веке. В 1721 году Петр I Великий издал указ, на основании которого Татищев Василий Никитич на реке Исеть начал строительство металлургического завода. В Екатеринбурге свыше 600 памятников истории и культуры, из них 43 – объекты федерального значения. Исторический центр Екатеринбурга:Площадь 1905 года – главная площадь города. Плотина Городского пруда на реке Исеть (жители города ласково называют её «Плотинка») и прилегающий к ней Исторический сквер, на месте которого в XVIII–XIX веках находились железодельный завод, монетный двор, гранильная фабрика, а сейчас – музеи промышленности, архитектуры и природы Урала, музей изобразительных искусств со знаменитым Каслинским чугунным павильоном, памятник основателям города Татищеву и Де Геннину.Главное управление горных заводов (Горная канцелярия, 1737 – сер. XIX в., ныне здание Уральской консерватории) на просп. Ленина [12, с. 158].

Дом Севастьянова – жемчужина архитектурного ансамбля застройки городской плотины, позже здание бывшего окружного суда (1860-1866, архитектор А. И. Падучев).

Свердловский государственный академический театр музыкальной комедии – один из ведущих театров России в жанре оперетты, музыкальной комедии и мюзикла, многократный обладатель

Национальной театральной премии «Золотая маска» (в том числе три премии за лучший спектакль в жанре оперетта/мюзикл).

Музей истории Екатеринбурга расположен в нескольких старинных зданиях в историческом центре города. Главное здание музея за свою долгую жизнь было гостиницей, дворянской усадьбой, доходным домом и коммунальными квартирами. В 1992 году началась новая жизнь музея, он был реорганизован в Музей истории Екатеринбурга. В обновленной экспозиции можно прогуляться по улицам старого Екатеринбурга, познакомиться с историей дома, увидеть наш город из космоса [13, с. 161].

Свердловскую киностудию. Единственная в России региональная киностудия, которой управляет молодежная команда и которая с удовольствием представляет и опытным сценаристам, молодым режиссерам, независимым продюсерам, кинокомпаниям, телеканалам и рекламным агентствам, а также, российским предприятиям и инвесторам, свои услуги и партнерство в создании нового по духу и стилю кино, современных телефильмов и телесериалов, рекламы, инновационных фильмов для бизнеса и качественного цифрового контента.

Парк чудес «Галилео» – это познавательно-развлекательный центр, где в увлекательной форме можно узнать, как работают и устроены те или иные явления. Многочисленные залы, комнаты и переходы, заполнены чудесами, которые приведут посетителей «Галилео» в один из крупнейших в Европе зеркальный лабиринт иллюзий. Стараниями ученых, фокусников и инженеров получилась другая реальность, иной мир, не только развлекательный, но и познавательный.

9 апреля 2013 года в г. Екатеринбурге открылся Художественный музей Эрнста Неизвестного, филиал ГАУК СО «Свердловский областной краеведческий музей». Экспозиция музея размещена в самом центре города по адресу: ул. Добролюбова, 14 (напротив резиденции представителя Президента Российской Федерации в Уральском федеральном округе). Музей создан на базе подлинных графических работ, скульптуры малых форм, иллюстрированных книжных изданий и эксклюзивных фотографий, а также электронного архива. Основу коллекции составляют авторские подлинники, официальные тиражные издания и ма-

териалы из личного архива мастера, фотографии и электронные ресурсы сети Интернет. Музей оснащен современным мультимедийным оборудованием, которое дает возможность виртуально познакомиться с работами скульптора, находящимися в разных странах мира. Художественный музей Эрнста Неизвестного – обладатель ГРАН-ПРИ городского конкурса «Лучший музейный проект года – 2013». В июне 2014 года экспозиция музея была отмечена премией губернатора Свердловской области [12, с. 172].

«Президентский центр Б.Н. Ельцина» (Ельцин Центр) – некоммерческая организация, носящая имя первого президента России. Основная задача Центра – сохранение, изучение и осмысление исторического наследия Бориса Ельцина в контексте политических и социальных событий 90-х. Центр задумывался как общественно-политическая организация, способствующая построению правового государства, изучению и развитию института президентства в России.

Для людей, которые ценят хорошую музыку, умеют и любят отдыхать с друзьями, ценят качественный сервис, стремятся найти лучшее в жизни! Паб «FUNNY DUCK» – это сочетание европейской кухни, атмосферы рок-н-ролла и русской души.

Екатеринбургский музей изобразительных искусств является крупнейшим художественным музеем Урала. Датой его основания считается 1936 год, хотя история его коллекций восходит к последней четверти XIX века и связана с деятельностью Уральского общества любителей естествознания (УОЛЕ). УОЛЕ сыграло немаловажную роль в формировании собрания Свердловского областного краеведческого музея, из художественного отдела которого впоследствии была образована Свердловская картинная галерея (с 1988 года – Екатеринбургский музей изобразительных искусств). В последующие годы музейное собрание пополнялось передачами произведений из Государственного Эрмитажа, Государственной Третьяковской галереи, Государственного музея изобразительных искусств им. Пушкина, поступлениями из Государственного музейного фонда, столичных закупочных комиссий, а также от частных коллекционеров и из мастерских художников. Сегодня музей изобразительных искусств активно участвует в культурной жизни города, являясь ор-

ганизатором крупных международных проектов, престижных выставок из собраний столичных российских музеев и частных коллекций, а также сформированных из собственных фондов и мастерских художников. Музей успешно выполняет не только традиционные научные, просветительские, хранительские функции, но и проводит в своих стенах самые разнообразные культурно-развлекательные мероприятия [12, с. 146].

Квест в реальности – это развлекательная игра для команды из нескольких человек, в специально подготовленном помещении. Игра требует применения логики, ловкости и умения работать в команде. Зачастую локации (комнаты) оборудованы декорациями, электронными механизмами, а так же специальными эффектами, с целью полного погружения команды в атмосферу сюжета. Сюжеты квестов в реальности могут быть самыми разными: от популярных фильмов и компьютерных игр до совершенно уникальных авторских сценариев. Игра требует от игроков работать в команде, решать логические задачи и применять ловкость и физическую силу в условиях дефицита времени.

Музей Владимира Высоцкого. Для всех поклонников творчества известного поэта в Бизнес Центре «Высоцкий» открыт Екатеринбургский Музей Владимира Высоцкого. Концепция Музея уникальна, вехами показана вся жизнь Владимира Семеновича. В основу экспозиции вошли личные вещи Владимира Высоцкого. Самое высокое здание в Екатеринбурге, не посетить это место – не увидеть Екатеринбург с высоты птичьего полета, всей прелести этого небольшого, но уютного и красивого города. Недавно появился еще один повод посетить смотровую площадку. Совладелец центра Андрей Гавриловский разыскал, купил и отреставрировал легендарный «Мерседес» 450 W 116 1974 года выпуска, принадлежавший самому Владимиру Высоцкому. Машина выставлена перед входом в бизнес-центр, где любой желающий может посмотреть на нее и сфотографироваться. Это один из первых «Мерседесов», появившихся в СССР. Его не смогли найти даже для съемок фильма «Высоцкий. Спасибо, что живой» [13; с. 138].

Краткое описание маршрута.

День первый:

10.00 Встреча группы в городе Екатеринбурге, возле Северного автовокзала.

10.15 – 12.45 Обзорная экскурсия по Екатеринбургу (ул. Челюскинцев, ул. Б. Ельцина: Ельцин Центр, памятник Б. Ельцину, Екатеринбург-Сити, Свердловский государственный академический театр драмы; площадь 1905 года: памятник Ленину, здание городской администрации, гимназия №9; Исторический сквер, водонапорная башня, памятник В. Татищеву и В. де Геннину, дом Севастьянова; площадь Труда и часовня Святой Екатерины; Колизей, Свердловский государственный академический театр музыкальной комедии; площадь Парижской Коммуны: памятник Свердлову, здание УРГУ им. А.М. Горького, Екатеринбургский государственный академический театр оперы и балета; гостиница Исеть, Городок Чекистов, здание Штаба Центрального военного округа, памятник Г.К. Жукову, окружной Дом Офицеров, памятник Чёрный тюльпан, концертный зал им. И. Маклецкого, Свердловская государственная филармония, дом В.М. Метенкова, музей истории Екатеринбурга).

13.00 – 13.45 Обед в кафе «Молодежное» (ул. Ленина 1а).

14.00 – 16.00 Экскурсия на Свердловскую киностудию (звукозаписывающая студия, костюмерно-реквизиторский цех, парк чудес «Галилео»).

16.30 – 17.30 Художественный музей Эрнста Неизвестного. Обзорная экскурсия по музею: портреты Э. Неизвестного, выполненные известным уральским художником Г.С. Мосиным в 1963 г., видным российским графиком Б. И. Жutowским в 1975 г., известным портретистом И.С. Айдаровым в 2009 г., главный экспонат зала бронзовая скульптура Эрнста Неизвестного «Сердце Христа», «Кентавресса с ребенком» — самая крупная работа, имеющаяся в распоряжении музея, в бронзовой отливке «Рука», выполненная Эрнстом Неизвестным в 1950-х гг, а также работа «Человек-робот» начала 1960-х гг., работа «Атомный взрыв» 1957 года, известные работы Эрнста Неизвестного из цикла «Война-это...» начала 1960-х гг. «Шаг» и «Раненый солдат», скульптура «Два лица», выполненная в 1962 г., ранние станковые и монументальные работы Эрнста Неизвестного, среди которых «Цветок лотоса», установленный мастером на Асу-

анской плотине — одна из самых больших в мире скульптурных композиций, скульптура «Распятый гигант», графической серии «Судьба (Судьба художника)», бронзовая скульптура «Бертран де Борн», книжные иллюстрации Эрнста Неизвестного – как реальные издания, так и с виртуальной довольно полной подборкой гравюр, на интерактивной панели можно увидеть монументальные и мемориальные произведения мастера первой половины 1970-х годов, «Кентавр указующий», макет Монумента «Маска: Европа и Азия», такие работы, как «Похищение Европы», «Минотавр женщина», «Экус», «Адам», «Сатир» и другие.

18.00 – 19.00 Президентский центр Бориса Ельцина. Интерактивное занятие «Я голосую «ЗА»! (это музейное интерактивное занятие, посвященное сложному пути России к свободе. Современные мультимедийные исторические программы и редкие музейные артефакты помогут участникам занятия лучше узнать историю нашей страны. На занятии расскажут о том, какую важную роль в деле создания Конституции РФ сыграл первый президент России, а также ответят на вопросы о ценности Конституции для современного молодого гражданина, о важном месте прав и свобод в жизни каждого из нас).

19.15 – 20.00 Ужин в кафе «Молодежное» (ул. Ленина 1а).

20.00 Трансфер до гостиницы «Протекс-Отель» (ул. 8 марта, 70)

20.30-21.30 Размещение в гостинице.

21.30 – 22.30 Свободное время

23.00 Выезд в паб «Funnyduck» (это идеальное место для людей, которые ценят хорошую музыку, умеют и любят отдыхать с друзьями, ценят качественный сервис, стремятся найти лучшее в жизни!)

04.00 Обратный трансфер до гостиницы

День второй:

10.00 – 11.00 Завтрак в гостинице.

11.30 – 12.30 Екатеринбургский музей изобразительных искусств. Обзорная экскурсия по музею: Уральское художественное литье XIX–XX вв., Нижнетагильский расписной поднос XX–XXI вв., Русское искусство XVIII – начала XX вв. Златоустов-

ское украшенное оружие и гравюра на стали XIX–XX вв. Выставочный зал, Камнерезное и ювелирное искусство Урала XVIII–XX вв., Западноевропейское искусство XIV–XIX вв., Центр музейной педагогики.

13.00 – 14.00 Дом квестов, на выбор: «Электрический стул», «Загадка Шерлока Холмса», «Нора зверя» (игра требует от игроков работать в команде, решать логические задачи и применять ловкость и физическую силу в условиях дефицита времени).

14.30 – 15.30 Обед в кафе «Молодежное» (ул. Ленина 1а).

16.00 – 17.00 Проезд до БЦ «Высоцкий». Посещение музея В.С. Высоцкого (вход свободный; стоимость экскурсионного обслуживания группы 600 рублей).

17.30 – 18.00 Посещение смотровой площадки.

18.00 – Трансфер до Северного автовокзала.

Размещение на маршруте: гостиница «Протекс Отель» (город Екатеринбург, ул. 8 марта, 70).

Питание: 3-х разовое.

Сопровождение: На маршруте группу (15 человек) сопровождает гид-экскурсовод.

В стоимость включено: 3-х разовое питание, проживание в гостинице, работа гида-экскурсовода, экскурсии (по программе).

Плотность потока машин – средняя.

В рамках проектирования нового туристского продукта было проведено анкетирование, в котором приняли участие 100 человек. Большинство респондентов указали, что им интересен познавательный-развлекательный тур (71%) и путешествие в город Екатеринбург (72%). Основной группой для опроса были студенты (52 человека), работающие (41 человек), школьники (10 человека), временно неработающие и пенсионеры по 1 человеку в каждой категории. Также 17 человек в опросе указали, что они являются работающими студентами. Таким образом, мы можем увидеть, что в опросе приняли участие различные группы как по возрастному, так и по половому составу. Таким образом, мы можем увидеть, что в опросе приняли участие различные группы респондентов по возрастному и половому составу. Цена, как и продолжительность дней, играет важную роль в вы-

боре тура. Анализ платежеспособности туристов показал, что в основном они готовы потратить на познавательно-развлекательный тур не более 5000-7000 рублей.

Проектирование нового тура предполагает проведение анализа туристского рынка. В городе Екатеринбурге существуют туристские организации, которые предоставляют туры и организуют экскурсии по городу. Из туристских фирм города Екатеринбурга можно выделить такие фирмы как: Туристический холдинг Визит-Урал-Сибирь, туристское бюро «Эльтранс», Уральский туристический центр «ЮВА-тур», Свердловская областная туристско-экскурсионная фирма «Евразия», екатеринбургское бюро международного туризма «Спутник», бюро путешествий и экскурсий «Тур-Урал», турфирма «Рандеву» (табл. 1).

Таблица 1

Турфирмы, организующие
познавательно-развлекательные туры

| Название фирмы | Адрес | Направление деятельности | Программа |
|--|--|---|---|
| Конгрессно-туристический холдинг Визит-Урал-Сибирь | Екатеринбург ул. Радищева 28, оф. 1303 | Организация туров, экскурсионное обслуживание | Обзорные экскурсии по городу Екатеринбургу (от 2 до 4 часов): «Виват, Екатеринбург!», «Последние дни русского царя», «Пешеходный гостевой маршрут Классический» |
| Турбюро «Эльтранс» | Екатеринбург ул. Степана Разина 51, оф. 14 | Организация туров, экскурсионное обслуживание по Екатеринбургу, по области, по России | Детские лагеря: английский зимний лагерь ENjoy CAMP, BoomKids, актив-лагерь, «Шар Гений» учебный центр, дети Урала и др. |

| | | | |
|--|--|---|---|
| Уральский туристический центр «ЮВА-тур» | Екатеринбург ул. Энгельса 11, офис ЮВА | Организация туров, экскурсионное обслуживание | Однодневные и многодневные экскурсионные, познавательные и оздоровительные программы. «Здравствуй, Екатеринбург!» тур выходного дня (2 дня/1 ночь) с осмотром основных достопримечательностей |
| Свердловская областная туристско-экскурсионная фирма «Евразия» | Екатеринбург ул. Мельковская 9 | Туристско-экскурсионные услуги в Екатеринбурге, внутри страны, а также за рубежом | «Екатеринбург из века в век» обзорная автобусная экскурсия знакомит с городом, с его архитектурными и историческими памятниками, с современным обликом столицы Урала |
| Екатеринбургское бюро международного туризма «Спутник» | Екатеринбург ул. Пушкина 5 | Организация туров, экскурсионное обслуживание по России, Екатеринбургу и за рубежом | Экскурсии по Екатеринбургу и его окрестностям (от 2 часов до 2 суток) |
| Бюро путешествий и экскурсий «Тур-Урал» | Екатеринбург ул. Азина 20/3 | Экскурсионно-познавательные туры | Экскурсионные автобусные туры по Екатеринбургу и Уралу, а также тематические экскурсии (от 3 до 5 часов) |
| Турфирма «Рандеву» | Екатеринбург ул. Челюскинцев 106 | Экскурсионное обслуживание и организация туров по | Однодневные и многодневные групповые туры, например, «Екатеринбург – город 7 чудес» с посе- |

| | | | |
|--|--|-----------------------------|---|
| | | Екатеринбург и окрестностям | щением 3-х музеев, обзорные экскурсии по Екатеринбургу и его окрестностям |
|--|--|-----------------------------|---|

Рассмотрев перечень услуг от туристских фирм «Визит-Урал-Сибирь», «Эльтранс», «ЮВА-тур», «Евразия», «Спутник», бюро путешествий и экскурсий «Тур-Урал», «Рандеву» можно сделать вывод, что в настоящее время в городе Екатеринбурге не распространены туры для молодежной аудитории. Представленные туристские фирмы предлагают богатое разнообразие обзорных экскурсий по городу Екатеринбургу, но нет познавательного тура для молодежной аудитории с учетом их физических и психологических особенностей, финансовых возможностей.

Важным этапом для определения экономической эффективности, разрабатываемого туристского продукта, является SWOT-анализ (табл. 2).

Таблица 2

SWOT-анализ тура для молодежной аудитории по городу Екатеринбургу

| Сильные стороны | Слабые стороны |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> – отсутствие данного тура у других продавцов тур. продуктов; – возможность посетить один из красивейших городов Свердловской области; – тур можно проводить в любое время – доступность туристских объектов – богатая и насыщенная программа – качественный продукт – наличие спроса у потенциальных потребителей, желающих посетить познавательно-развлекательный тур для молодежной аудитории по городу Екатеринбургу (по результатам маркетингового исследования) | <ul style="list-style-type: none"> – дороговизна рекламы, соответственно, неизвестность продукта на ранних стадиях внедрения на рынок – медленная окупаемость турпродукта |
| Возможности | Угрозы |
| – возможность занять новую нишу на | – наличие конкурен- |

| | |
|---|--|
| рынке тур. услуг; – возможность разнообразить тур новыми услугами – расширение программы тура | тов; – снижение уровня доходов населения – изменение во вкусах потребителей – появление аналогичного продукта у конкурентов |
|---|--|

Исходя из данных таблицы, можно увидеть, что проект данного тура обладает большим количеством сильных сторон и возможностей и достаточно незначительным количеством угроз и слабых сторон, что дает возможность разработки данного туристского продукта.

Расчет цены на туристский продукт производится, исходя из нормативной калькуляции себестоимости услуг. Калькуляция – это определение стоимости одной единицы услуг (или товара) [1, с.113].

В таблице 3 необходимо рассчитать расходы на продвижение турпродукта, которые будут учитываться при расчете стоимости тура в виде постоянных затрат.

Таблица 3

Затраты на продвижение познавательно-развлекательного тура по городу Екатеринбург

| Статьи расходов по видам рекламных средств | Расчет стоимости затрат, руб./год |
|--|-----------------------------------|
| Печатная рекламная продукция: буклеты | $15 \cdot 500 = 7\ 500$ |
| Реклама в интернете(социальные сети) | $500 \cdot 12 = 6000$ |
| Услуги связи | $350 \cdot 12 = 4200$ |
| Итого постоянных затрат: | 17 700 |

Вопросы расчета себестоимости предоставляемой туристской услуги и ценообразования, а также анализ формирования прибыли мы можем проанализировать в табл. 4.

Расчет цены познавательно-развлекательного тура
по городу Екатеринбургу

| № п/п | Наименование калькуляционных статей | Стоимость в расчете на 1 чел. руб. | Стоимость в расчете на груп- пу(15 чел.) |
|----------|---|---|---|
| 1. | Трансфер | 700 | 10500 |
| 2. | Услуги сопровождающего экс- курсвода | 400 | 6000 |
| 3. | Питание | 800 | 12000 |
| 4. | Все экскурсии на территории Екатеринбурга и посещение ту- ристских объектов | 1000 | 15000 |
| 5. | Размещение в отеле «Протекс» | 500 | 7500 |
| 6. | Итого переменных затрат | 3400 | 51000 |

Как видно из таблицы 4, переменные затраты формируются из затрат на оплату услуг экскурсовода, трансфер, всех экскурсий на территории Екатеринбурга и посещения туристских объектов, размещения и питания, на группу из 15 человек затраты составят 51000 рублей. Постоянные затраты состоят из затрат на продвижение, то есть затраты на группу из 15 человек будут равны отношению затрат на продвижение к числу групп в год ($17700/15=1180$). Таким образом, производственная себестоимость туристского продукта на группу из 15 человек будет составлять 52180 рублей. Цена тура рассчитывается по формуле: переменные затраты * 1,30 (нормативная рентабельность) = $51000*1,30 = 66300$ рублей – цена туристской путевки на группу из 15 человек. Следовательно, цена тура на одного человека составляет 4420 рубля ($66300/15$).

Рентабельность проектирования тура (на группу из 15 человек) = $\text{прибыль/выручка} * 100\% = 4420/66300 * 100\% = 6,6\%$

Для того, чтобы рассчитать выручку в точке безубыточности продаж, необходимо найти показатели маржинальной прибыли на единицу продукции и рентабельность по маржинальной прибыли.

Маржинальная прибыль на единицу продукции равна разнице цены и переменных затрат на единицу продукции: $4420 - 3400 = 1020$ рублей.

Рентабельность по маржинальной прибыли = маржинальная прибыль на единицу продукции / цена = $1020/4420 * 100\% = 23,07\%$

Отсюда выручка в точке безубыточности равна отношению постоянных затрат к рентабельности по маржинальной прибыли единиц продукции, умноженное на 100%: $17700/23,07\% * 100\% = 76723$.

Количество единиц продукции (объем продаж в точке безубыточности) равно отношению выручки в точке безубыточности к цене тура = $76723/4420 = 17$.

Следовательно, для того, чтобы получить прибыль и покрыть издержки, необходимо продать более 17 туров.

Таким образом, на основе анализа, анализа трудов: А. П. Дуровича, О. Т. Лебедев, Н. С. Морозовой, Р. Морриса, И. Т. Балабанова, В. А. Квартальнова, мы разработали программу и технологическую документацию познавательного-развлекательного тура для молодежной аудитории по городу Екатеринбургу. Для определения эффективности разрабатываемого турпродукта составили SWOT-анализ проекта и разработали маркетинговую программу его продвижения; рассчитали стоимость двухдневного тура, которая составила 4420 рублей на человека. При указании стоимости тура выручка переходит в точку безубыточности после продажи 17 туров.

Список источников и литературы:

1. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: учебное пособие / И.Т. Балабанов. – М.: МарТ, 2003. – 176 с.
2. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма [Текст]: учеб. пособие / А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
3. Волгина, Н.А. Демография [Текст]: учебник / Н.А. Волгина. – М.: РАГС, 2003. – 384 с.
4. Дурович А.П. Маркетинг в туризме [Текст]: учеб. пособие / А.П. Дурович. – М.: Новое знание, 2004. – 496 с.

5. Емельянов, Б.В. Экскурсоведение [Текст]: учебник / Б.В. Емельянов. – М.: Советский спорт, 2004. – 216 с.
6. Егорычева, Е. В. Менеджмент организации. Теория и практика [Текст]: учебник / Е. В. Егорычева. – М.: Омега-Л, 2014. – 503 с.
7. Зорин, И.В. Туризм как вид деятельности [Текст]: учебник / И.В. Зорин, Т.П. Каверина, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 288 с.
8. Зорин И.В., Зорин А.И. Профессиональное образование и карьера в туризме [Текст]: учебник для вузов / И.В. Зорин, А.И. Зорин; Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2005. – 528 с.
9. Золотая книга Екатеринбурга и Свердловской области [Текст]: в 2 т. Т. 2 / глав. ред. Ю.В. Кондатова. – Екатеринбург: Тавель, 2008. – 232 с.
10. Козырева, Т.В. Учет издержек в туризме [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Козырева. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 224 с.
11. Хрисанфова Е.Н. Основы геронтологии [Текст]: учебник / Е.Н. Хрисанфова. – М.: Владос, 1999. – 192 с.
12. Самойленко Е. Свердловская область: активный и познавательный туризм [Текст]: путеводитель / Е. Самойленко. – Екатеринбург: Репейник, 2012. – 252 с.
13. Путеводитель «Наш Екатеринбург. Путеводитель по центру столицы Урала. Больше, чем Красная Линия» [Текст]. – 2012. – 22-23 с.

УДК 640.5
ББК У432.1

Тюняева Марина Александровна,

студентка 4 курса факультета туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail:ftgs@mail.ru

Назарова Людмила Дмитриевна,

канд. пед. наук, доцент, декан факультета туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург;ftgs@mail.ru

СПЕЦИФИКА ОБСЛУЖИВАНИЯ VIP-ГОСТЕЙ В ОТЕЛЕ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: VIP-персоны, гостиницы, гостиничные услуги, дополнительные услуги, гостиничные предприятия, специфика обслуживания.

АННОТАЦИЯ: в данной статье рассказывается о сущности процесса обслуживания гостей в отеле, о специфике обслуживания VIP-персон в гостинице. В статье представлена программа мероприятий по обслуживанию VIP-гостей в отеле «Московская горка», ее экономическое обоснование и SWOT-анализ сильных и слабых сторон программы.

Tjunjaeva Marina Aleksandrovna,

student 4 courses of the Faculty of tourism and hotel services, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg, e-mail: ftgs@mail.ru

Nazarova Lyudmila Dmitrievna,

candidate of the pedagogical sciences, assistant professor, dean of the faculty of the tourism and hotel service, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg; e-mail: ftgs@mail.ru

SPECIFICS SERVICE OF VIP-GUESTS

KEYWORDS: VIP-guests, hotel, hotel services, additional facilities, hotel enterprises, specifics of the service.

ABSTRACT: this article describes the essence of the process of servicing guests in the hotel, about the specifics of the services VIPs in the hotel. The article presents the program of events for VIP-guests in the hotel "MoskovskayaGorka", its economic rationale and SWOT analysis of the strengths and weaknesses of the program.

Работа с VIP-гостями отеля – это важное направление в деятельности гостиницы. Те предприятия, которые уделяют большое внимание этому направлению, получают большой доход и известность. Обычно VIP-гости владеют полной информацией об услугах, предоставляемых лучшими отелями мира. Соответственно все ожидания гостя должны быть реализованы.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в связи с выборами депутатов Госдумы и Законодательного собрания, Чемпионатом мира по футболу, который будет проходить в 2018 году, а также частыми выставками, например, такими как «Иннопром», в гостиницах возрастает количество заездов VIP-гостей.

Противоречие заключается в том, что с одной стороны гостиницы предоставляют обслуживание для высокопоставленных гостей, но с другой стороны оно недостаточного уровня качества. Потребности VIP-клиентов вырастают, поскольку, работая в режиме ограниченного времени, гость хочет получить разнообразные услуги в одном предприятии, не выезжая в другие части города, но гостиница не всегда имеет возможность предоставить требуемые услуги. Поэтому проблема заключается в том, что качество обслуживания VIP-клиентов и разнообразие услуг в гостиницах на сегодняшний день удовлетворяются не в полной степени.

«Золотое» правило обслуживания гласит: гостей следует обслуживать так, как бы вы хотели бы, чтобы обслужили вас [3, с. 89]. По мнению Д. Г. Брашнова, процесс обслуживания – это критерии, необходимые для обеспечения результативности системы менеджмента качества, совокупность процедур и ежедневных операций, выполняемых персоналом и способствующих максимальному удовлетворению посетителей [2, с. 245]. Залогом коммерческого успеха гостиницы является умение его владельцев предугадать любое возможное желание потенциального клиента.

Каждая гостиница имеет среди своих гостей VIP-персон. VIP (very important person) – особо важная персона. Такими людьми являются знаменитости, выдающиеся деятели политики, культуры, искусства, спорта, корпоративные клиенты и т.д. [1, с. 74].

Нами была разработана программа мероприятий для VIP-гостей отеля «Московская горка» (табл. 1).

Таблица 1

Программа мероприятий по обслуживанию VIP-гостей
в отеле «Московская горка»

| Этапы | Содержание этапов | Результативность |
|---|---|--|
| Этап 1. Увеличение количества VIP-гостей за счет совершенствования сервиса | Шаг 1. Мероприятия по повышению контроля за персоналом | Стандарты внешнего вида Стандарт поведения |
| | Шаг 2. Разработка мероприятий по предоставлению новых комплиментов для VIP-гостей | Уборка снега с машины Встреча с зонтом |
| | Шаг 3. Технология процесса обслуживания VIP-гостей | Операции процесса обслуживания VIP-гостей: - встреча и приветствие VIP-гостей - выселение VIP-гостя - уборка номера VIP-гостя |
| | Шаг 4. Разработка | План переоборудо- |

| | | |
|---|--|---|
| | плана переоборудования номера для людей с ограниченными возможностями | вания номера с экономическими расчетами |
| Этап 2. Увеличение количества VIP-клиентов через развитие партнерских отношений с другими организациями | Шаг 1. Составление списка корпоративных клиентов | Список корпоративных клиентов |
| | Шаг 2. Проведение презентации | Коммерческие предложения |
| | Шаг 3. Процесс заключения договоров на взаимное сотрудничество | План мероприятий |
| Этап 3. Реклама на сайте | Разработка рекламы номера для лиц с ограниченными возможностями на сайте отеля | Реклама номера |
| Этап 4. Оценка эффективности работы персонала гостиницы | Внедрение мероприятий для анализа существующего уровня сервиса | Методика «Тайный гость» |

Рассмотрим каждый этап программы, на каждом этапе разработаем мероприятия по обслуживанию VIP-гостей.

Этап 1. Увеличение количества VIP-гостей за счет совершенствования сервиса.

Шаг 1. Мероприятия по повышению контроля за персоналом.

Одним из самых главных факторов, влияющих на восприятие гостями, как отеля, так и каждого сотрудника является внешний вид сотрудника. Каждый сотрудник должен создавать профессиональный имидж; всегда выглядеть опрятно и уделять внимание своей внешности и личной гигиене. Поэтому мы разработали стандарт внешнего вида персонала.

Стандарт внешнего вида персонала гостиницы

1. Все сотрудники, которые контактируют с гостями, обязаны носить форму.

2. Форма должна быть чистой, идеально выглаженной и сшита по фигуре.
3. Во время рабочей смены весь персонал должен быть одет в полный комплект форменной одежды.
4. Обувь должна быть легкой, черного цвета, либо в тон к форме, с закрытым носком и пяткой, каблук не выше 5 см.
5. Женщины обязательно должны носить колготки или чулки телесного цвета.
6. Цвет волос натуральный:
 - длинные волосы собраны;
 - мужчины должны быть коротко подстрижены;
 - у мужчин лицо гладко выбрито; допускаются усы, аккуратно подстрижены;
 - нельзя носить массивные украшения;
 - разрешается носить часы;
 - у женщин не больше одного кольца на руке;
 - у мужчин – только обручальное кольцо.
7. Ногти должны быть чистыми и аккуратно подстриженными (длина ногтей не более 5 мм); лак для ногтей – бесцветный.
8. Разрешается использование духов спокойных ароматов, в небольшом количестве.
9. Все сотрудники обязаны носить бейджи с правильно и четко написанными именами.

Правила поведения персонала гостиницы:

1. Работник отеля должен быть всегда готов оказать гостю услугу.
2. Работник должен показывать позитивное отношение к гостю: демонстрировать уважение, разговаривать вежливо, сохранять выдержку.
3. Работник должен всегда улыбаться гостю, поддерживать контакт глазами.
4. Сотрудник должен уметь тактично доносить информацию до гостя и сообщать ему даже неприятные новости.
5. Ни один работник отеля не имеет право спорить с гостем, даже по пустякам. Если работнику не понятно желание гостя, нужно вежливо переспросить.

6. Проблемы гостя необходимо решать быстро, не откладывать на потом. Работник гостиницы должен сделать все возможное, чтобы быстро решить проблему гостя.

7. Каждый сотрудник должен демонстрировать уверенность и компетентность.

Таким образом, благодаря соблюдению правил общения с гостями и правильному внешнему виду, повысится уровень обслуживания в отеле и удовлетворенность гостей.

Шаг 2. Разработка мероприятий по предоставлению новых комплиментов для VIP-гостей.

Для того чтобы VIP-гости были полностью удовлетворены обслуживанием и запомнили именно отель «Московская горка», для них можно предложить различные комплименты, например:

1. зимой, зная, во сколько гость будет выходить из номера, заранее расчистить его машину от снега;
2. во время дождя ждать VIP-клиента у крыльца с открытым зонтом и сопроводить его до автомобиля.

Данные комплименты будут очень приятны гостю, и в будущем приезжая в город он с большей вероятностью заселится именно в отель «Московская горка».

Шаг 3. Технология процесса обслуживания VIP-гостей.

Технология обслуживания гостей в отелях характерна цикличностью - последовательным повторением процесса обслуживания гостя от времени его прибытия до отъезда.

Встреча и приветствие VIP-гостей.

1. При резервировании номера для VIP-гостя менеджер по бронированию обязательно уточняет время его приезда, а также пожелания по расположению и комплектации номера.

2. Старшая горничная проверяет чистоту номера и отсутствие посторонних запахов.

Сотрудники СПиР отвечают за выполнение особых требований организаторов: комплектация номера, микроклимат: в летнее время обязательно включить кондиционер на температуру 23С, дополнительное оборудование. В номер обязательно ставится приветственный комплимент от Отеля.

3. VIP-гостей следует встречать на первом этаже Отеля, обязательно предложить помощь с багажом. Если VIP-гостя при-

возит водитель на машине Отеля, встречать VIP-гостя нужно у машины. Также обязательно помочь с багажом. Портье сопровождает VIP-гостя до стойки администратора.

4. Администратор приветствуют VIP-гостя стоя, с улыбкой:

«Добрый день/вечер/утро!»

«Рады видеть Вас в нашем Отеле»

«Добро пожаловать в Отель»

Приветствие должно быть радушным и искренним, чтобы VIP-гость почувствовал, что его ждали и ему рады.

5. Все документы для оформления VIP-гостя: регистрационная карта и карточка гостя должны быть готовы к заезду. Администратор передает VIP-гостю документы. Ключ от номера передается портье, который провожает VIP-гостя до номера.

6. Администратор уточняет пожелания VIP-гостя на период его проживания в Отеле: время подачи и меню завтрака/обеда/ужина, пожелания воспользоваться доп. Услугами Отеля.

7. Портье провожает VIP-гостя до номера и помогает ему с багажом

8. Подойдя к номеру VIP-гостя, следует открыть номер, пропустить VIP-гостя вперед. Багаж VIP-гостя следует разместить на подставку для багажа в прихожей.

Ключ ни в коем случае не следует оставлять в двери! Его следует вытащить из замка и вежливо подать VIP-гостю. Если VIP-гость желает, то следует показать ему информационную папку, рассказать и показать, как следует пользоваться ТВ, кондиционером. Известить VIP-гостя о том, что по любому возникшему вопросу он может обратиться к дежурному администратору. Уходя из номера, не следует закрывать за собой дверь, тем более хлопать ей. Дверь нужно прикрыть.

9. Нельзя прощаться с гостем, уходя из номера, следует пожелать ему приятного отдыха/пребывания, спокойной ночи (если это ночь).

Процесс выселение гостей очень важен, необходимо быстро и качественно обслужить VIP-гостя, правильно подсчитать счет за проживание.

Выселение VIP-гостя

– поприветствуйте гостя в стандартной форме;

- уточните фамилию гостя (всегда уточняйте фамилию, если вы не знаете гостя лично);
 - обращайтесь к гостю по имени (госпожа/господин, допустимо по имени отчеству). Минимально – 2 раза;
 - сообщите горничной о выезде номера для проверки минибара:
 - «Добрый день, имя, ресепшн, № 515 выезжает». Не допускается использование фразы «Примите номер»;
 - произведите расчет по оставшимся неоплаченным услугам;
 - проверьте правильность начисления услуг в программе;
 - распечатайте счет и ознакомьте с ним гостя/ Предоставьте заранее подготовленный счет с печатью организации:
 - «Господин ..., пожалуйста, Ваш счет, будьте добры ознакомьтесь и проверьте, все корректно?»;
 - предложите гостю файл или логотипированный конверт для счета;
 - поинтересуйтесь, как прошло проживание гостя:
 - «Как прошло Ваше проживание? Все понравилось? Есть ли у Вас пожелания?»
- Уборка в номере очень важный процесс в гостинице, ведь от чистоты номера зависит отношение гостя к обслуживанию и в целом к отелю.
- Уборка номера VIP-гостя
1. Вход в номер. Горничная останавливается перед номером, проверяет, нет ли на двери таблички «Не беспокоить», сверяет с рабочим листом статус номера (выездной или жилой) и точно ли в данном номере проживает VIP-гость. Затем она 3 раза стучится в дверь, если никто не открывает, горничная четко произносит название своей службы и оповещает гостя, что войдет в номер. Войдя, она проверяет еще раз наличие гостя в номере, затем оставляет дверь открытой, а тележкой перекрывает вход в номер.
 2. Горничная проверяет наличие мусора в ванной комнате и в мусорном ведре под рабочим столом, при необходимости меняет мусорные пакеты.
 3. Смена постельного белья согласно стандарту отеля «Московская горка».

4. Горничная протирает пыль на всех поверхностях, включая шкаф, стол, тумбочки, подоконник, плинтуса, полку для багажа, розетки, кондиционер, выключатели.

5. Проверка комплектации мини-бара.

6. Уборка в ванной комнате. Необходимо соблюдать последовательность раковина – ванная (душевая кабина) – туалет. Сначала поверхности обрабатываются специальными химическими средствами, затем моются, чтоб средства не остались на поверхности. В конце нужно насухо вытереть раковину и ванну. У унитаза обязательно нужно вымыть сиденье с двух сторон.

7. Горничная вешает 5 полотенец: банное, лицевое, коврик для ног, салфетка для биде, салфетка для лица. Также для VIP-гостей ложится полный комплект косметических средств: шампунь, гель для тела, бальзам, зубной комплект, бритвенный комплект, шапочка для душа, мыло. Также вешается именной халат.

8. Уборка ванной комнаты заканчивается влажной уборкой пола.

9. В комнате протираются все зеркальные поверхности, в том числе телевизор, специальными средствами.

10. В шкаф кладется щетка для обуви, тапочки, ложечка для обуви, салфетка для обуви и щетка для одежды. На плечики вешаются талоны на услуги прачечной. В тумбочку нужно положить швейный набор, на стол полный комплект информации об отеле, в том числе меню ресторана, анкету для гостей, приветственное письмо для VIP-гостя.

11. Горничная пылесосит номер и осматривает все ли на месте.

12. На стол ставится комплимент от отеля: тарелка фруктов и конфеты ручной работы.

13. В конце уборки горничная должна позвонить супервайзеру и сообщить, что номер для VIP-гостя готов.

Шаг 5. Разработка плана переоборудования номера для лиц с ограниченными возможностями.

Так как в городе Екатеринбурге мало гостиниц предоставляют номера для инвалидов, а VIP-гостями отеля «Московская горка» являются корпоративные и постоянные гости, то один из номеров можно перестроить в специализированный номер для

лиц с ограниченными возможностями. Так как в отеле высокие раковины, то для инвалидов колясочников необходимо сделать их ниже, также нужно сделать поручни у унитаза и поручень на входной двери для удобного открытия. В душевой и ванной необходимо сделать смеситель с удлиненным рычагом, складное сиденье и поддон с антискользящим покрытием (таблица 6).

Этап 2. Увеличение количества VIP-клиентов через развитие партнерских отношений с другими организациями.

Организациями, с которыми гостиница «Московская горка» могла бы заключить договор на взаимное сотрудничество, могут являться туристские агентства, бизнес-центры, банки и др. Первым шагом является составление списка корпоративных клиентов (табл. 2).

Таблица 2

Список корпоративных клиентов

| | Наименование организации | Адрес |
|---------------|---|---|
| Бизнес-центры | SUMMIT, бизнес-центр | 8 Марта, 51а |
| | Кольцо Екатерины | Радищева, 12 / Вайнера, 23 |
| | Рифей | Московская, 54 |
| Банки | Сбербанк | Ясная, 2 Хохрякова, 72 Вайнера, 21 |
| | Уральский банк реконструкции и развития | Шейкмана, 119 8 Марта, 78а Народной Воли, 19а |
| Турагентства | Туристическое агентство «ВИП-Сервис» | Белореченская, 28 vip-ural.ru |
| | «Эльтранс» | Степана Разина, д.51 http://ltur66.ru/ |

Вторым шагом является организация и проведение презентации отеля «Московская горка» для составленного списка организаций. На презентации должна быть представлена полная информация об отеле, предложены выгодные условия для дальнейшего сотрудничества. Также во время презентации предусмотрен кофе-брейк (таблица 3).

Проведение кофе-брейка

| Продукты | Стоимость, руб. |
|---|--------------------|
| Кофе американо, 450 гр. | 500 |
| Элитный чёрный чай "Пу-эр Люкс", 150 гр. | 350 |
| Элитный зеленый чай Манговый Улун, 150 гр. | 350 |
| Выпечка: – круассан ванильный, 20 шт. – профитроли с кремом, 20 шт. – пирожные Макаронс, 20 шт. – штрудель яблочный, 20 шт. | 1000 |
| Конфеты ручной работы, 800 гр. | 1500 |
| Итого: | 3700 |

Третий шаг – это непосредственно сам процесс подписания договоров на взаимное сотрудничество.

Этап 3. Реклама на сайте отеля.

Отель «Московская горка» имеет рекламу только в Интернете на собственном сайте. Рекламу номера для людей с ограниченными возможностями также необходимо разместить на сайте отеля. Там будут представлены фотографии, полное описание номера, оборудования

Также необходимо оценить работу персонала отеля, проанализировав уровень обслуживания.

Этап 4. Оценка эффективности работы персонала гостиницы. Внедрение мероприятий для анализа существующего уровня сервиса.

Наиболее эффективный метод оценки, используемый во многих отелях – «Тайный Гость» (MysteryGuest), исследование, задачей которого является объективная оценка деятельности отеля и качества сервиса. Это форма обратной связи с посетителями, которую чаще всего нельзя получить другими способами.

Оценка «тайного гостя» представляет собой проведение скрытого аудита работы гостиницы, персонала и ее составляющих (ресторана, СПА и т.д.), во время которого специалисты, имеющие богатый опыт работы в сфере гостиничного бизнеса,

посещают отель как рядовые гости, собирают подробную информацию, проводят всесторонний анализ различных аспектов работы отеля и его структур, оценивают работу персонала.

Стандартная оценка включает в себя фиксацию выполнения стандартов сервиса, комментарии сотрудника относительно впечатлений от посещения предприятия. Собранные данные позволяют выявить недостатки в обслуживании и немедленно принимать соответствующие меры по их устранению. Оценка по методу «Тайный гость» позволяет:

- улучшить качество обслуживания гостей;
- увидеть проблемные места в работе отеля/ ресторана;
- увеличить число постоянных гостей;
- снизить риск потери гостей;
- повысить эффективность работы персонала;
- увеличить прибыль компании;
- корректировать систему мотивации сотрудников.

Таблица 4

Процедура «Тайный гость»

| № | Этапы процедуры | Оценка | |
|-----------|---|-------------------|------------------------|
| | | Да (1 балл) | Нет (0 бал- лов) |
| 1. | Прибытие в отель | | |
| а) | Портье открывает дверь машины, приветствует гостя | | |
| б) | Достает сумки из багажника машины | | |
| в) | Портье выдает бирку на багаж или сопровождает гостя вместе с его багажом | | |
| г) | Портье провожает гостя до стойки регистрации | | |
| 2. | Регистрация гостя (checkin) | | |
| а) | Персонал сразу обращает внимание на гостя, приветствует с улыбкой | | |
| б) | Администратор обращается к гостю по имени как минимум дважды за время регистрации | | |

| | | | |
|-----------|---|--|--|
| в) | Уточняются предпочтения курящий/некурящий номер | | |
| г) | Подтверждается тип кровати (двуспальная/две односпальные) | | |
| д) | Администратор предлагает помощь в заполнении регистрационной карты | | |
| е) | Администратор предлагает гостю зарегистрироваться в программе лояльности, объясняет ее суть | | |
| ж) | Администратор уточняет способ оплаты (наличные/кредитная карта), не называет стоимость проживания вслух | | |
| з) | Администратор указывает на номер комнаты, не произнося его вслух | | |
| и) | Персонал искренне желает приятного пребывания | | |
| к) | Процедура регистрации длится не более 5 мин | | |
| 3. | Знание продукта | | |
| а) | Часы работы ресторанов, баров, особенности меню | | |
| б) | Стоимость бизнес – услуг (печать, факс, копирование и т.д.) | | |
| в) | Информация об услугах прачечной | | |
| г) | Информация о городе | | |
| 4. | Общее | | |
| а) | Персонал выглядит аккуратно (униформа в хорошем состоянии, носит именной значок, волосы убраны в пучок или коротко подстрижены) | | |
| б) | Стойка регистрации и прилегающая территория чистые и в хорошем состоянии | | |
| 5. | Расчет гостя (checkout) | | |
| а) | Персонал сразу обращает внимание на гостя, приветствует с улыбкой | | |

| | | | |
|----|--|--|--|
| б) | Администратор обращается к гостю по имени как минимум дважды за время расчета | | |
| в) | Уточняется ничего ли не оставил гостя в сейфе в комнате | | |
| г) | Счет верен, красиво сложен, запакован в конверт | | |
| д) | Предлагается помощь с багажом | | |
| е) | Персонал искренне желает хорошего пути и благодарит за проживание | | |
| б. | Отъезд из отеля | | |
| а) | Портье относит багаж гостя в машину | | |
| б) | Портье просит гостя проверить багаж в багажнике (его ли, точное ли количество) | | |
| в) | Портье благодарит гостя за выбор отеля и желает приятного пути | | |
| г) | Портье не выпрашивает чаевые | | |

Данные показатели, предоставят полную информацию о работе сотрудников службы приема и размещения, укажут на достоинства и недостатки отеля.

Далее подсчитаем экономическую эффективность данной программы. Составим перечень оборудования для номера и затраты на него (таблица 5).

Таблица 5

Затраты на оборудование номера

| Наименование оборудования | Стоимость, руб. |
|---|-----------------|
| Складной поручень Profi-Plus LY-3001-05 | 5000 |
| Раковина RosaGap 327472 | 4800 |
| Внутренний телефон или звонок | 6000 |
| Поручень дверной av40400 | 2500 |
| Сиденье складное для душевой кабины Sanit 54-002 | 8000 |
| Смеситель с удлиненным рычагом Hansgrohe Talis 32641000 | 11 320 |

| | |
|---|--------------|
| Поддон для душевой кабины с антискользящим покрытием RosaHall 276076000 | 19000 |
| Расходные материалы | 20000 |
| Прочие материалы | 20000 |
| Итого: | 96620 |

Затраты на переоборудование номера составят 96620 руб.

Рассмотрим затраты на проведение кофе-брейка во время презентации. Кофе-брейк рассчитан на 10 человек (таблица 3).

Сумма затрат на все мероприятия 100320 рублей.

Подсчитаем доход за месяц и за год от переоборудования номера (таблица 6).

Таблица 6

Доход от номера для лиц с ограниченными возможностями

| | Кол-во заездов в месяц (дни) | | Стоимость 1 суток | Доход за месяц | | Доход за год | |
|---|------------------------------|-----|-------------------|----------------|-------|--------------|--------|
| | min | max | | min | max | min | max |
| Номер для людей с ограниченными возможностями | 1 | 3 | 4450 | 4450 | 13350 | 53400 | 160200 |

Таким образом, проанализировав таблицу 9 видно, что доход за год при минимальной загрузке будет составлять 53400 рублей, при максимальной 160200 рублей.

Номер DBL за сутки стоит 4450 руб., при условии, если гости с ограниченными возможностями будут заезжать 3 раза в месяц, то данная программа окупится через семь с половиной месяцев.

$4450 \cdot 3 = 13350$ выручка за месяц

$100320 / 13350 = 7,5$ точка окупаемости

Если заезды будут происходить реже, например, 1 раз в месяц, то программа окупится через год и 10 месяцев.

4450 руб. выручка за месяц

$111320 / 4450 = 22,5$ точка окупаемости (таблица 7)

Таблица 7

| Заезды в месяц | Прибыль (руб.) за месяц | Окупаемость (месяц) |
|----------------|-------------------------|---------------------|
| 1 раз | 4450 | 22,5 |
| 3 раза | 13350 | 7,5 |

Если данные рекомендации будут услышаны руководством гостиницы, и будут сделаны необходимые усовершенствования, то это значительно повысит уровень обслуживания VIP-гостей и привлечет новых постоянных клиентов.

Таким образом, у VIP-клиентов такие же пожелания, как и у всех остальных, но все же у них более высокие требования к профессионализму, компетентности, оперативности и пунктуальности специалистов, с которыми они имеют дело, к их воспитанию и интеллекту. Для отеля «Московская горка» важно соблюдать правила обслуживания VIP-гостей, чтобы поднять сервис на высший уровень, также один из номеров отеля можно переоборудовать под номер для людей с ограниченными возможностями, это привлечет новых постоянных клиентов, а значит и VIP-гостей.

Список источников и литературы:

1. Гельфенбейн, В. Э. Совершенствование способов обслуживания гостей с ограниченными возможностями [Текст] / В. Э. Гельфенбейн, Л. Д. Назарова // Социально-педагогическая деятельность в социуме: теория, практика, перспективы: материалы VI Международных социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2014. – С. 16-20.
2. Долгих, Д. И. Социальная деятельность и информационное обслуживание в гостеприимстве [Текст] / Д. И. Долгих, Е. Г. Радыгина // Социально-педагогическая деятельность в социуме: теория, практика, перспективы: материалы VI Международных социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2014. – С. 172-174.

3. Ёхина, М. А. Организация обслуживания в гостиницах [Текст] : учеб. пособие для студ. сред. проф. образования / М. А. Ёхина. – М. : Издательский центр «Академия», 2008. – 208 с.
4. Карева, А. В. Социально-правовые аспекты регулирования туристской деятельности [Текст] / А. В. Карева // Социокультурная среда и ее развитие в условиях глобализации современного общества: материалы V Международных социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2013. – С. 201-208.
5. Назарова, Л. Д. Социальные нормативные требования к гостиничным услугам для клиентов с ограниченными физическими возможностями [Текст] / Л. Д. Назарова, А. И. Фишелева // Социальная ответственность: проблемы и пути их решения: материалы VII Международных социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица / ФГБОУ ВО «Урал. гос. пед. ун-т». – Екатеринбург, 2015. – С. 168-171.
6. Основы индустрии гостеприимства [Текст] : учебное пособие / Д. Г. Брашнов, Е. В. Мигунова. – М. : Издательство «Флинта», 2010. – 245 с.
7. Радыгина, Е. Г. Создание безбарьерной среды в средствах размещения для гостей с ограниченными возможностями [Текст] / Е. Г. Радыгина // Научно-методический электронный журнал Концепт. – 2014. – № 5. – С. 56-60.
8. Радыгина, Е. Г. Социальная ответственность в сфере гостеприимства [Текст] / Е. Г. Радыгина // Социальная ответственность: проблемы и пути их решения: материалы VII Международных социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2015. – С. 172-174.
9. Уокер, Д. Введение в гостеприимство [Текст] : учебное пособие / Д. Уокер. – М. : Юнити, 2002. – 355 с.
10. Ходорков, Л. Ф. Мировое гостиничное хозяйство [Текст] : учеб. пособие / Л. Ф. Ходорков. – М. : ВКШ по иностранному туризму, 1991. – 367 с.

УДК 640.5
ББК У432.1

Фомина Мария Евгеньевна,

студентка 4 курса факультета туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург; e-mail: lemon.q@mail.ru

Радыгина Евгения Геннадьевна,

кандидат педагогических наук, доцент кафедры туризма и гостеприимства, факультет туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург, e-mail: radygina@bk.ru

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПАКЕТА ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ДЛЯ ГОСТЕЙ ОТЕЛЯ «МОСКОВСКАЯ ГОРКА»

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: дополнительные услуги, пакеты услуг, гостиничные предприятия, отели, проектная деятельность.

АННОТАЦИЯ: в статье рассказывается о проектировании пакета дополнительных услуг для гостей отеля «Московская горка», об основах проектирования пакетов дополнительных услуг, о том, что в целом представляют дополнительные услуги и как их пакетировать. В статье представлена программа проектирования пакета дополнительных услуг «Спорт-time», его экономическое обоснование, SWOT-анализ сильных и слабых сторон отеля «Московская горка» и анализ конкурентов.

Fomina Mariya Evgenevna,

student 3 courses of the Faculty of tourism and hotel services, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg, e-mail:lemon.q@mail.ru

Radygina Evgenia Gennadyevna,

candidate of pedagogical sciences, assistant professor of the pulpit of the tourism and hospitality, faculty of tourism and hotel service, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg, e-mail: radygina@bk.ru.

THE DESIGN OF THE PACKAGE OF ADDITIONAL SERVICES FOR HOTEL GUESTS

KEYWORDS: the additional facilities, packages of the services, hotel enterprises, hotels, design activity.

ABSTRACT: This article describes the design of a package of additional services for the guests of the hotel «Moskovskaya Gorka», about the basics of designing a package of additional services, that of the self as a whole are more services and how to package them. The article presents a program of designing a package of additional services "Sport – time", its economic rationale, the SWOT - analysis of the strengths and weaknesses of the hotel «Moskovskaya Gorka» and competitor analysis.

Главной особенностью гостиничного продукта является то, что клиент не имеет право собственности на товар, которым пользуется. Любые услуги – это нематериальный товар, они нужны для удовлетворения возникших в конкретный момент времени потребностей клиентов. При этом пользование услугой происходит в определенном месте – на территории исполнителя. Также важным моментом является то, что клиенты не могут количественно измерить полученные услуги. После посещения отелей остаются лишь внутренние ощущения, которыми клиенты делятся со своими знакомыми, коллегами, пишут отзывы в интернете, что существенно сказывается на репутации и, как следствие, на доходах отеля [1, с. 26].

В наше время гостинице уже недостаточно предоставить клиенту обычный номер с завтраком. Запросы гостей становятся все выше, и, чтобы удовлетворить их, гостиничным предприяти-

ям приходится придумывать массу дополнительных услуг. Противоречие состоит в том, что ограниченные ресурсы предприятия не могут удовлетворить все требования клиентов и их постоянно растущие потребности. Поэтому руководство отеля должно разработать свою стратегию развития и в дальнейшем развиваться согласно ей.

Дополнительные услуги в отелях играют очень важную роль. Набор предлагаемых услуг часто более значим для гостя при выборе отеля, чем характеристики самого номера. Люди стали ценить время, и комплексность услуг стала не только предпочтительным фактором гостиничного сервиса, но и необходимым условием [3, с. 55].

Актуальность данного исследования обуславливается необходимостью быстрого развития гостиничного бизнеса при существующих условиях и ограниченных ресурсах, а также постоянным улучшением сферы обслуживания. В отелях, расположенных в крупных городах, вопрос создания дополнительных услуг и его совершенствования наиболее актуален. Это объясняется не только высокими международными стандартами и требованиями соответствия высокой категории, но и наибольшими ожиданиями потребителей.

Создание и поддержка системы дополнительных услуг требует нестандартных, творческих подходов к решению многих задач. Правильная организация внедрения и предоставления дополнительных услуг обуславливает возможность расширения перечня предложений для клиентов гостиницы и привлечения дополнительных категорий потребителей. Наибольший дополнительный доход гостиницам на данный момент приносит организация конгресс – центров, привлекающая бизнес – клиентов, которые располагают значительными денежными средствами.

Немаловажной сферой является предоставление таких услуг как бар, ночной клуб и фитнес-центр. Особенностью этих видов дополнительных услуг является то, что они актуальны только при условии, что отель находится в достаточно крупном городе, и развита инфраструктура района расположения. Это условие должно соблюдаться потому, что клиентами данных услуг должны быть не только гости отеля, но и жители города.

Тогда гостиница сможет выйти на необходимый уровень выручки и рентабельности [2].

Возможность заниматься спортом в отеле уже давно стала популярной услугой. Постоянно меняющийся ритм жизни, возрастающие психические нагрузки, а также малоподвижный образ жизни заставляют заботиться о здоровье каждого. Люди проводят много времени в командировках, поэтому все чаще и чаще нуждаются в спортивных услугах в стенах отеля, чтобы снять напряжение и морально отдохнуть после тяжелого рабочего дня.

В настоящее время в большинстве уважающих себя отелей есть возможности для занятия спортом.

Спортивно-оздоровительные услуги делятся на основные, дополнительные и вспомогательные. К основным относятся тренажерный зал и бассейн. Дополнительные – это джакузи, баня, сауна. Вспомогательные – парковка, бар, раздевалки. Однако, дополнительные – не всегда значит за дополнительную плату. В основном, люди нуждаются в тренажерном зале и бассейне, а джакузи, сауна и остальное служат всего лишь приятным дополнением. Таким образом, в отеле с большей вероятностью будет бассейн без сауны, чем наоборот – сауна без бассейна. Конечно, всегда есть исключения, но они только подтверждают правило [4].

Ассортимент спортивных услуг, несомненно, зависит, от звездности, бренда, местоположения и направленности отеля, занимаемой им площади.

Проведем анализ конкурентов (табл. 1).

Таблица 1

Анализ конкурентов

| Название отеля | Ассортимент дополнительных услуг | Пакеты дополнительных услуг |
|--------------------|--|---|
| «Московская горка» | Услуги прачечной, конференц-залы, заказ авиа и Ж/Д билетов, экскурсии по Екатеринбургу и Уралу, доставка цветов, визовая поддержка, рестораны и лобби-бар, | Ужин или обед в подарок Лимпопо Romantic Свадебный Weekend Выходной день Детский комплимент |

| | | |
|----------------|---|---|
| | бассейн, сауна, бильярд, сувенирная лавка. | Скидки на проживание держателям карт «крылья» авиакомпании «уральские авиалинии» |
| «Онегин» | Фитнес-центр, сауна и SPA панорамный ресторан, визовая поддержка, услуги прачечной, заказ авиа и Ж/Д билетов, экскурсии по Екатеринбургу и Уралу, доставка цветов, услуги переводчика, аренда офисов. | Выходной день Свадебный номер для молодоженов Романтические выходные Участникам выставок |
| «Вознесенский» | Конференц-залы, бар, тренажерный зал, услуги прачечной, визовая поддержка, доставка цветов, заказ авиа и Ж/Д билетов. | Командировочный Для самых предусмотрительных Полупансион и полный пансион Выходные в Екатеринбурге Длительное проживание Romantic |
| «Урал Отель» | Проведение банкетов, трансфер, услуги прачечной, сауна, бассейн, тренажерный зал, визовая поддержка, экскурсионное обслуживание, ресторан, магазин сувениров, заказ авиа и Ж/Д билетов. | Свадебный Romantic Выходной день Vestavailable rate на майские праздники |
| «Панорама» | Визовая поддержка, услуги прачечной, заказ авиа и Ж/Д биле- | Свадебный Романтические выходные |

| | | |
|--|---|---|
| | тов, конференц-залы, экскурсии по Екатеринбург и Уралу, доставка цветов, рестораны и лобби-бар, сувенирная лавка. | Семейные выходные Комфортное проживание Мальчишник, девичник Свадьба в Панораме Бизнес предложение Панорама Фитнес |
|--|---|---|

Анализируя выше приведенную таблицу конкурентов можно сделать вывод о том, что все отели имеют от 4 до 9 пакетов дополнительных услуг для гостей. В основном гости пользуются пакетами «Выходного дня», которые присутствуют во всех перечисленных в таблице отелях. «Свадебный», «Romantic» и пакет «Бизнес» так же имеют место быть и пользоваться большим спросом в гостиницах четырех звезд. Все отели обладают спорт-пакетами и оснащены комнатами для занятий спортом, в которых имеются профессиональные тренажеры, штанги, гантели и прочее.

Возможности у отеля «Московская горка» для создания своего фитнес-зала нет: не позволяет ограниченная площадь помещений. Поэтому в настоящее время оптимальным способом внедрения дополнительного пакета будет заключение договора на предоставление услуг с фитнес-клубом "Sunfitness", находящемся по адресу Шейнкмана, 111, что в минуте ходьбы от рассматриваемого отеля. Производственные мощности фитнес-клуба позволяют вместить дополнительных клиентов со стороны «Московской горки». Фитнес-центр предлагает занятия в тренажерном зале, единоборства, кроссфит, бодибилдинг, пауэрлифтинг, бокс, пилатес, танцевальные направления, аэробику, стретчинг, йогу, калланетику и другие. Большое разнообразие услуг позволяет клиентам определиться с выбором направления, а при желании – заниматься сразу по нескольким программам. Фитнес-клуб занимает два этажа, общая площадь которых составляет порядка пятисот квадратных метров. Заключение договора с «Sunfitness» будет серьезным бонусом для отеля, это поможет привлечь новых клиентов, а также удержать имеющихся.

Анализируя SWOT-анализ, приходим к выводу о том, что выявленные сильные и слабые стороны гостиницы позволяют выявить те аспекты, которые находятся в выигрышном положении и их нужно поддержать на установившемся уровне, и аспекты, улучшение которых может ускорить процесс развития гостиницы в направлении качества предоставляемых услуг (табл.2).

Таблица 2

SWOT-анализ отеля «Московская горка»

| Сильные стороны | Слабые стороны |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 1.Выгодное местоположение отеля (деловой центр города). 2.Хорошая транспортная доступность. 3.Высококласный интерьер, надежное и высококачественное оборудование. 4.Международная система бронирования и бронирование по Интернет. 5.Финансовая устойчивость и независимость отеля. 6.Наличие высококвалифицированного персонала. 7.На рынке гостиничного бизнеса с 2006 года. 8.Находится под управлением Группы компаний ЮСТА. 9.Развитая инфраструктура гостиницы. 10.Достаточно большой номерной фонд, чтобы разместить большие группы гостей. 11.Наличие собственного интернет-сайта. 12.Широкий перечень предоставляемых услуг. 13.Возможность online - бронирования номеров. | <ul style="list-style-type: none"> 1.Высокий уровень конкуренции, предлагающих также достаточно качественное обслуживание. 2.Недостаточная маркетинговая активность отеля; отсутствие регулярных маркетинговых исследований рынка и анализа эффективности рекламной деятельности. 3.Преимущественная ориентация отеля на один узкий потребительский сегмент - деловых туристов, иностранцев. |
| Возможности | Угрозы |
| <ul style="list-style-type: none"> 1.Увеличение покупательской способности населения. 2.Увеличение количества предпринима- | <ul style="list-style-type: none"> 1.Замедление темпов экономического роста. |

| | |
|--|--|
| <p>тельских структур.</p> <p>3.Расширение емкости рынка гостиничных услуг; появление заинтересованных зарубежных партнеров и заказчиков - рост инвестиционного потенциала отрасли; стабильные цены на гостиничные услуги.</p> <p>4.Рост делового туризма, иностранного туризма.</p> <p>5.Увеличение количества дополнительных пакетов услуг</p> <p>6.Модернизация технического оснащения номеров и служебных помещений.</p> <p>7.Расширение круга сотрудничества с различными турагенствами и туроператорами.</p> <p>8.Выход на новые рынки.</p> <p>9.Повышение уровня сервиса.</p> <p>10.Возможность совершенствования и расширения ассортимента предоставляемых услуг.</p> | <p>2.Неблагоприятный сдвиг в курсах валют.</p> <p>3.Инфляционные процессы.</p> <p>4.Неблагоприятное изменение налоговой политики.</p> <p>5.Высокая конкуренция на рынке гостиничных услуг города.</p> <p>6.Усиление позиций конкурентов.</p> |
|--|--|

Таким образом, приходим к выводу о том, что выявленные сильные и слабые стороны гостиницы позволяют выявить те аспекты, которые находятся в выигрышном положении и их нужно поддержать на установившемся уровне, и аспекты, улучшение которых может ускорить процесс развития гостиницы в направлении качества предоставляемых услуг.

Пакет «Спорт-time» будет включать следующие услуги:

- Пользование тренажерным залом, кардиозоной и залами для групповых программ в фитнес-клубе «SunFitness»;
- Спортивный, лечебный, расслабляющий виды массажа, применяемые с целью увеличения выносливости, устранения травм, борьбы с усталостью, улучшения общего физического состояния спортсменов;
- Фитнес-консультант;

- Пользование раздевалками и шкафчиками;
- Бесплатная парковка на территории фитнес-клуба «SunFitness»;
- Посещение бассейна и сауны в отеле «Московская горка».

От внедрения пакета спортивных услуг ожидаются следующие результаты:

- Увеличение потока клиентов;
- Повышение имиджа предприятия;
- Увеличение прибыли и показателей рентабельности;
- Повышение финансовой устойчивости отеля «Московская горка».

Задачами по расчету экономической эффективности являются:

1. Составление сметы затрат на внедрение нового пакета услуг;
2. Расчет плановой прибыли;
3. Расчет точки безубыточности и построение графика;
4. Расчет плановой рентабельности продукции.

Начнем с выявления статей расходов, сразу разделив их на постоянные и переменные для дальнейшего расчета точки безубыточности:

1. Цена покупки услуги у фитнес-клуба (переменные затраты: чем больше клиентов воспользовались услугой, тем больше мы платим за нее);

2. Основная заработная плата управляющего менеджера отеля по данному пакету услуг (постоянные затраты: основная заработная плата управляющего не зависит от количества проданных услуг);

3. Отчисления с заработной платы во внебюджетные фонды управляющего (постоянные затраты, т.к. отчисления зависят от величины основной заработной платы);

4. Затраты на продвижения пакета (постоянные затраты);

5. Премия управляющего (переменные затраты: при переходе определенной границы продаж начисляется премия, которая в дальнейшем зависит от величины продаж с определенным коэффициентом. На этапе внедрения премию не выплачиваем, поэтому считаем эту статью затрат равной нулю).

И рассчитанные показатели выявили, что постоянные затраты составляют 59 000 в месяц, а переменные затраты 400 рублей на одни сутки одного гостя. Плановая цена за пакет равна 1000 рублей. Точка безубыточности составила 98 333 руб.

Анализируя полученный результат, делаем вывод о том, что необходимо продать 98 пакетов услуг на сумму 98 333 руб., чтобы выйти на безубыточный уровень.

Далее мы наглядно увидим точку безубыточности, а также рассчитаем рентабельность, которая будет равна 37%.

По величине данного показателя можно сделать вывод о том, что на каждый потраченный рубль на производство и реализацию спортивного пакета услуг принесет нам 37 копеек прибыли. Однако, чтобы полностью оценить эффективность того или иного пакета услуг, необходимо анализировать показатели в динамике, то есть за несколько лет. Поэтому в следующем году нужно будет рассчитать фактическую рентабельность продукции, выявить проблемы и найти пути их решения.

Таким образом, разработка пакета спортивных услуг для отеля «Московская горка» имеет не только практическую значимость, но и экономическую выгоду, а, следовательно, рекомендуется к внедрению на предприятии.

Список источников и литературы:

1. Волков, Ю. Ф. Технологии гостиничного обслуживания [Текст] / Ю. Ф. Волков. – Ростов на/Д. : Феникс, 2004. – 242 с.
2. Гостиничное дело Конспект лекций: в 2 ч / сост. Г. Я. Круль. – Черновцы: Рута, 2008. – Часть 2 – 68 с.
3. Елканова Д. И. Основы индустрии гостеприимства [Текст]: учебное пособие / Д. А. Осипов, В. В. Романов, Е. В. Сорокина. – М., 2009. – С. 7-9.
4. Карева, А. В. Социально-правовые аспекты регулирования туристской деятельности [Текст] / А. В. Карева // Социокультурная среда и ее развитие в условиях глобализации современного общества: материалы V Международных социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2013. – С. 201-208.

5. Кингисепп, М. Фитнес – клуб фитнес [Текст] / М. Кингисепп. – М. : ВHV, 2005. – 64 с.
6. Назарова, Л. Д. Понятие и функции кадрового менеджмента гостиничного предприятия [Текст] / Л. Д. Назарова // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – 2014. – № 4. – С. 4-12.
7. Назарова, Л. Д. Социальные нормативные требования к гостиничным услугам для клиентов с ограниченными физическими возможностями [Текст] / Л. Д. Назарова, А. И. Фишелева // Социальная ответственность: проблемы и пути их решения: материалы VII Международных социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица / ФГБОУ ВО «Урал. гос. пед. ун-т». – Екатеринбург, 2015. – С. 168-171.
8. Радыгина, Е. Г. Повышение лояльности потребителей гостиничных услуг [Текст] / Е. Г. Радыгина // Научно-методический электронный журнал Концепт. – 2016. – № 3. – С. 51-55.
9. Радыгина, Е. Г. Разработка инструментов продвижения гостиничного продукта [Текст] / Е. Г. Радыгина // Education&Science – 2016: материалы Международной научно-практической конференции для работников науки и образования. – 2016. – С. 69-72.
10. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах [Текст]: учебное пособие. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2007. – 304 с.
11. Фишелева, А. И. Экскурсия по спортивным объектам Екатеринбурга как один из путей приобщения старших школьников к занятиям спортом [Текст] / А. И. Фишелева // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – 2014. – № 4. – С. 48-57.

**УДК 338.48-6:502/504(470.5)
ББК У433.5**

Фомичёва Анастасия Алексеевна,

студенка 4 курса факультета туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург, e-mail: fomi-nastya@yandex.ru

Карева Анна Владимировна,

канд. пед. наук, доцент кафедры туризма и гостеприимства, факультет туризма и гостиничного сервиса, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный педагогический университет»; г. Екатеринбург, e-mail: karewa666@mail.ru

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРА ПО ОКРЕСТНОСТЯМ ГОРОДА КУРГАНА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: экологические туры, экологический туризм, проектная деятельность, экономика туризма.

АННОТАЦИЯ: в данной статье представлено проектирование экологического тура по окрестностям города Кургана, программа тура и его экономическое обоснование.

Fomichyova Anastasia Alekseevna,

student 4 courses of the Faculty of tourism and hotel services, federal public budgetary educational institution of higher education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg, e-mail: fomi-nastya@yandex.ru

Kareva Anna Vladimirovna,

candidate of pedagogical sciences, assistant professor of the pulpit of the tourism and hospitality, faculty of tourism and hotel service, federal public budgetary educational institution of higher

education "Ural state pedagogical university"; Ekaterinburg, e-mail: karewa666@mail.ru

THE PROJECTION ECOLOGICAL TOUR AROUND THE CITY OF KURGAN

KEYWORDS: the ecological aurochses, ecological tourism, design activity, economy of the tourism.

ABSTRACT: this article presents the projection of ecological tour of the outskirts of the city of Kurgan, the tour program and economic study.

На сегодняшний день в Российской Федерации наблюдается увеличение спроса российских граждан на внутренний туризм. Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) после объявления о запрете на полеты в Египет был проведен опрос, согласно которому две трети россиян (67%) считают необходимым сосредоточить усилия российских властей на развитии внутреннего туризма, а не на безопасности заграничных поездок, иной позиции придерживаются 24% наших сограждан – они полагают, что следует активизировать работу по обеспечению безопасности пребывания российских граждан за рубежом. Согласно полученным результатам опроса можно сделать вывод о желании туристов путешествовать внутри своей страны, что говорит о востребованности разработки новых туров по России.

Всемирной туристской организацией (ВТО) были объявлены самые перспективные туристские направления к 2020 году, среди которых был назван и экотуризм. На сегодняшний день экологический туризм, являющийся одним из наиболее популярных видов отдыха за рубежом, для россиян остается относительно новым понятием, но учитывая заинтересованность населения в новых туристских направлениях, есть все шансы на перспективное развитие экотуризма в России.

Природа России предоставляет большие потенциальные возможности для развития экологического туризма. Существуют районы, обладающие привлекательными природными объектами, но в силу своей неизвестности остаются незамеченными. Так

территория окрестностей города Кургана обладает ресурсами для развития данного направления туризма, но в настоящий момент наблюдается недостаточное использование экологического потенциала Курганской области в практической деятельности турфирм Свердловской области.

Актуальность темы исследования заключается в том, что экологический туризм является одним из наиболее динамично развивающихся сегментов туристского бизнеса, способствующих не только сохранению природы, но и социально-экономическому развитию территории Курганской области.

Рост популярности данного направления туризма обусловлен стремлением в решении одной из насущных проблем современности – сохранении окружающей среды. Также ввиду урбанизации у населения возникает потребность в общении с природой.

Одной из главных проблем современности является загрязнение окружающей среды, что в экстремальной ситуации способно привести к экологическому кризису. Обострение экологической ситуации в мире давно вышло за рамки проблем отдельных стран и регионов, а потому насущной задачей современного мира является разработка новых подходов к решению задач сохранения природной среды [1, с. 159].

Обратимся к понятию «экология». Еще в 1866 году Э. Геккелем было предложено определение, которое звучит следующим образом: «Экология – наука об отношениях живых организмов и образуемых ими сообществ между собой и с окружающей средой» [4, с. 1515]. В контексте данной работы термин «экология» будет рассматриваться как наука о взаимодействии человеческого общества и его деятельности в сфере туризма и окружающей среды.

Отличительные особенности экотуризма заключаются в удовлетворении желания приобщения к природе, способствует охране природы и социально-экономическому развитию, а также предотвращает негативное воздействие на природу и культуру. КрегуЛиндбергу удалось создать сжатое и лаконичное определение: «Экотуризм – это устойчивый и природно-ориентированный туризм и рекреация» [5, с. 11].

Основными задачами экологического туризма являются:

1. Систематически и целенаправленно культивировать критерий равновесия окружающей среды.

2. Гармонизировать отношения между природой, обществом и экономикой.

3. Ориентировать туристские организации на сохранение, воспроизводство и увеличение потребительской стоимости среды за счет выделения части доходов от туризма на решение связанных с этим задач.

4. Подчинять кратковременные интересы получения прибыли от туризма долговременным интересам по сохранению природы для будущих поколений, приумножения рекреационно-туристских ресурсов, а также дальнейшего социально-экономического развития местных общин на основе экотуризма.

5. Формировать у туристов чувство личной ответственности за состояние природы и ее будущее, утверждая в их сознании принадлежность к ней как неотъемлемой органической части.

Наличие ценных в экологическом отношении природных объектов создает предпосылки для развития в Курганской области экологического туризма. В сложившейся ситуации на сегодняшний день обострился интерес к внутреннему туризму, а развитие новых направлений, необычных для нашей страны, пробудит в туристах интерес к путешествиям в новые малоизвестные места.

Благоприятно то, что на территории Курганской области есть природные ресурсы, которые могут послужить популяризации экотуризма, а потому необходимо уделять как можно больше внимания развитию данного туристского направления, так как экотуризм способен привлечь большое количество туристов и способствовать удовлетворению социальных потребностей.

Изучив природные объекты Курганской области, в основу проектируемого экологического тура были заложены объекты туристского интереса, располагающиеся на территории окрестностей города Кургана, а именно Юргамышского и Кетовского районов. Сделанный выбор обусловлен удачным расположением, так как указанные районы являются прилегающими к административному центру Курганской области, что указывает на развитую сеть дорог и объясняет доступность и открытость данных районов для посещения. Также положительным моментом, влияющим

на сделанный выбор, было удобное расположение объектов показа между собой на незначительных расстояниях, что благоприятно сказывается на комфорте и качестве путешествия.

Для посещения были выбраны конное ранчо «Лукино» и Страусиная ферма, находящиеся вблизи от поселка Рощино Кетовского района; Просветский дендрарий, располагающиеся в окрестностях поселка Старый просвет Кетовского района, а также Музей леса; Курганский областной краеведческий музей в городе Кургане; Елизаветинский бор, водопад на реке Юргамыш, Долины грязевых вулканов, находящиеся в окрестностях деревни Елизаветинка на территории Юргамышского района.

В программе проектируемого тура – экскурсия по Страусиной ферме и конному ранчо «Лукино». При входе на ферму вместо билета выдается магнит с изображением страуса, который после экскурсии не возвращается, а остается на память туристу. В программе предусматривается кормление страусов, уток, верблюдов, кроликов, белок и т.д.; катание на лошадях, как верхом, так и в повозке. Во время экскурсии по страусиной ферме туристы увидят, как растут страусы от маленьких птенцов до больших взрослых птиц. Как правило, данные экскурсии на ферму и ранчо являются сопутствующими в экологическом туре.

Основными экологическими объектами туристского интереса в программе проектируемого нами экологического тура выбраны Просветский дендрарий и Музей леса, с которых началось зарождение экотуризма на территории Курганской области. Просветский дендрарий считается самым красивым ботаническим садом Зауралья. Здесь можно увидеть деревья возрастом более 200 лет, сохраненные со времен закладки парка. Редкая коллекция дендрария насчитывает более 50 древесно-кустарниковых и 124 вида травянистых растений. Большую площадь сада занимают ясень пенсильванский, манчжурский орех, бересклет и другие. Всего здесь насчитывают 25 редких видов флоры, занесенных в Красную книгу, среди которых дремлик широколистный, ятрышник шлемоносный и другие. На территории дендрария через определенное расстояние расположены скамьи, предназначенные для отдыха туристов, во время которого предоставляется возможность сделать фотографии.

Последующей за Просветским дендрарием предлагается экскурсия в Музей леса. Создатели музея шли к цели сохранить историю развития лесного хозяйства Курганской области со дня его основания до современности, а также донести до потомков память о выдающихся лесоведах России и Зауралья, их научной, общественной и культурной деятельности. Таким образом, в музее находится несколько залов, посвященных различным направлениям лесохозяйственной работы – зал славы, зал природы леса, зал истории лесного хозяйства; лесохозяйственного инвентаря, инструментов и приборов, а также выставка работ школьных лесничеств и различные коллекции.

Также среди экспонатов музея можно увидеть чучела животных и птиц, обитающих на территории Зауралья, образцы древесных и травяных растений, произрастающих в наших краях, коллекцию семян, образцы древесины и многое другое. Здесь же представлены предметы обихода работников леса [2, с. 76-77].

Следующим объектом экологического просвещения на маршруте является Курганский областной краеведческий музей. В настоящее время в музее работают постоянные экспозиции отделов истории и природы. На маршруте проектируемого экологического тура предусматривается экскурсия по залу природы. Экспозиция данного отдела построена по ландшафтному принципу. Для наглядного изображения ландшафтов используются диорамы и биогруппы. Знакомство с экспозицией начинается с большой диорамы «Лесостепь», так как Курганская область расположена в лесостепной зоне. А затем раскрываются ландшафты степи, луга, леса и водоемов. Более 200 видов зверей и птиц представлены в зале природы.

Водоемы области представлены диорамами «Болото верховое», «Болотонизинное», «Река», «Озеро». Самое привлекательное зрелище для посетителей – подводный мир, представленный в диораме «Река». Серьезное внимание в каждой теме из представленных экспозиций уделяется животным, занесенным в Красную книгу Курганской области. Впервые эта книга вышла в свет в 2002 году, и переиздана в 2012 году. Потенциал экспозиции отдела природы дает неограниченные возможности по со-

зданию различных культурно-образовательных программ, адресованных широкой аудитории, именно поэтому в зале природы проходят тематические экскурсии и выставки, лекции, экологические занятия и праздники, семинары, круглые столы, конференции. В программу проектируемого тура заложена лекция для туристов на тему «Экология Курганской области» [6].

Следующим и наиболее значимым объектом программы является Елизаветинский бор, признанный особо охраняемой природной территорией. Славится бор наличием немалого количества деревьев-долгожителей, возраст которых превышает 100 и даже 170 лет. Сосновые леса, в нижней части сменяющиеся березами, покрывают крутые речные склоны, красотой которых туристам предоставится возможность насладиться во время пикника (при условиях хорошей погоды), а также будет возможность сделать фотографии. Во время экскурсии по бору туристы посетят Надкладезную часовню в честь Святого мученика Иоанна Воина, которую соорудили над родником, бьющим на опушке леса. Внутри часовенки на стене установлена мемориальная доска с именами юргамышан – Героев СССР.

Примечательным явлением Елизаветинского бора является наличие выходов грунтовых вод у подножия берегового склона реки Юргамыш. В некоторых местах благодаря этому образовались необычные оползни, по которым, как по огромным ступеням, можно спуститься к руслу. Сама река неширокая и мелководная – по камням без особых проблем можно перейти ее вброд и оказаться в сосновом бору на противоположном берегу. Юргамыш хранит в себе отложения древнего морского дна: песчаники, ракушечники, что несет в себе большой интерес для туристов. При условиях хорошей погоды туристы смогут собрать для себя коллекцию раковин древних моллюсков, а если повезет, то и акульих зубов, и других палеонтологических находок [2, с. 66].

Около деревни Ерохино река соединяется со своими притоками «П-образной» формой. И здесь можно наблюдать небольшой порожек в виде миниводопада. Пешая прогулка даст возможность полюбоваться журчанием воды и насладиться живописным местом, а также изучить флору и фауну Курганской области. Там же неподалеку в пересыхающем русле ручья Клепе-

чиха на поле между высокими холмами можно увидеть незаурядное природное явление – Долину грязевых вулканов. На компактной территории, в нескольких десятках метров друг от друга, расположились миниатюрные кратеры и сопки, до краев наполненные жидкой грязью. Периодически они выбрасывают на поверхность глинистые массы желтого и голубого цвета (разные цвета глины связаны с различной глубиной её залегания). Несмотря на грозное название «вулканы», квашни не имеют ничего общего с настоящей вулканической деятельностью, хотя природа их до сих пор достоверно не изучена и требует отдельного фундаментального исследования [2, с. 91-92].

Таким образом, в основу проектируемого тура были заложены туристские ресурсы окрестностей города Кургана, представляющие собой экологические и сопутствующие объекты.

Подводя итог, следует отметить, что предполагаемая программа тура даст не только экологическое воспитание туристам, но и физическое, эстетическое, патриотическое, а также понесет в себе культурно-познавательные элементы.

С целью изучения сегмента потребителей и выявления необходимости создания экологического тура по окрестностям города Кургана, было проведено анкетирование, в котором приняло участие 100 человек, из которых 68 % женщин и 32 % мужчин. На вопрос «Какова, по вашему мнению, оптимальная продолжительность тура?» были получены следующие ответы: 60% респондентов ответили 1-2 дня, 19 % – от 3 до 7 дней, 10 % – от 10 до 14 дней, 9% – от 7 до 10 дней и 2% – более 14 дней.

Можно предположить, что это связано с делением отпуска на более короткие сроки, а также с желанием отправляться в путешествия на выходные. Продолжительность тура 1-2 дня наиболее оптимальна для посещения объектов города Кургана.

На вопрос «Какова, по вашему мнению, оптимальная стоимость тура?» респонденты отвечали: 65% – 5-7 тыс. рублей, 21% – до 5 тыс. рублей, и по 7% пришлось на ответы 7-10 тыс. рублей и свыше 10 тыс. рублей. Необходимо обратить внимание, что наиболее оптимальная стоимость ограничена в пределах от 5 до 7 тыс. рублей.

На вопрос «Интересует ли Вас экологический туризм?» 46% опрошенных ответили «да», 35% – «скорее да, чем нет», 7% – «скорее нет, чем да» и «затрудняюсь ответить» и 5% – «нет».

На наш главный вопрос «Хотели бы Вы познакомиться с экологическими объектами окрестностей города Кургана?» 45% респондентов ответили «да», 33% – «скорее да, чем нет», 8% – «нет» и «затрудняюсь ответить» и 6% – «скорее нет, чем да».

Чтобы убедиться, что среди опрошенных есть те, кто готов отправиться в экологический тур по окрестностям города Кургана, был задан четкий вопрос с той же формулировкой, на что 48%, а это без малого половина всех опрошенных, дали ответ «да», 28% – «скорее да, чем нет», а это значит, что 76% готовы купить наш тур, 10% приходится на тех, кто ответил «затрудняюсь ответить», а это значит, что при правильной рекламе тура возможно заинтересовать и этих людей и 7% ответили «нет» и «скорее нет, чем да».

Подводя итоги маркетингового исследования, делаем вывод, что люди заинтересованы экологическим туризмом и готовы отправиться в экологический тур по окрестностям города Кургана, что говорит о востребованности данного тура и необходимости его проектирования.

В ходе маркетингового исследования также необходимо обратиться к SWOT-анализу, чтобы рассмотреть положение дел на рынке (табл. 1). SWOT (Strengths–Weaknesses–Opportunities–Threats) – анализ является одним из самых удобных и наглядных способов определения сильных и слабых сторон планируемого проекта в туризме. Он позволяет систематизировать всю имеющуюся информацию, принимать взвешенные решения, касающиеся развития проектов.

SWOT-анализ

| | Сильные стороны | Слабые стороны |
|------------------|--|--|
| Внутренняя среда | <ul style="list-style-type: none"> – отсутствие данного экологического тура у других туристских предприятий; – тур ориентирован на широкий сегмент потребителей; – приемлемая цена, соответствующая ожиданиям потенциальных потребителей (по результатам анкетирования); – размещение в комфортабельной гостинице; – доступность туристских объектов; – насыщенная программа тура с элементами анимации; – наличие спроса у потенциальных потребителей (по результатам анкетирования) | <ul style="list-style-type: none"> – малоизвестные объекты; – недостаточный уровень рекламы тура; – наличие экологических экскурсий у других туристских предприятий; – тур ограничен во времени (сезон открывается с мая и заканчивается в сентябре) |

| | Возможности | Угрозы |
|---------------|--|---|
| Внешняя среда | <ul style="list-style-type: none"> – возможность занять новую нишу на рынке туристских услуг; – включение в тур элементов анимации | <ul style="list-style-type: none"> – наличие конкурентов и их роли на рынке туристских услуг; – появление аналогичного тура у конкурентов; – спад интереса потребителей к экологическим турам; |

| | | |
|--|--|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> – снижение уровня доходов населения; – исчезновение памятников природы |
|--|--|---|

Исходя из данных, полученных во время маркетингового исследования, можно увидеть, что проект экологического тура обладает большим количеством сильных сторон и возможностей и достаточно незначительными угрозами и слабыми сторонами, что дает возможность проектирования данного туристского продукта.

Также в ходе исследования мы выяснили, что туристы интересуются путешествиями к природным объектам и готовы принять участие в экологическом туре по окрестностям города Кургана. Потенциальные потребители заинтересованы в тура продолжительностью 1-2 дня, стоимость которых ограничена рамками от 5 до 7 тыс. рублей.

Так как в настоящее время предлагаются только экскурсии в город Курган, есть шанс для успешного проектирования экологического тура с условием того, что туристы заинтересованы в подобном туре исходя из исследования.

Изучив природные объекты Курганской области, был спроектирован маршрут экологического тура по окрестностям города Кургана.

*Программа экологического тура
по окрестностям города Кургана*

Первый день:

07:00 – отъезд из Екатеринбурга от «Маринс Парк Отель»; выдаются ланч-боксы, в содержимое которых входит коробочка сока 0,2 л., сэндвич «Freshline», пирожное Choco Pie; также выдается раздаточный материал с перечнем правил безопасности на маршруте (по пути 2 санитарные остановки, время в пути 5 ч 30 мин).

12:30 – посещение Страусиной фермы и ранчо, экскурсия с кормлением страусов, верблюдов, белок, енотов, кроликов, уток, лошадей и других животных; катание на лошадях (село Лукино, поселок Рощино, Кетовский район; продолжительность – 3 часа).

15:30 – отправление в г. Курган (время в пути 30 мин).

16:30 – обед в столовой (ул. Володарского, 35; занимает 1 час).

17:30 – отправление в Просветский дендрарий (п. Старый Просвет, Кетовский район, время в пути 1 ч).

18:30 – посещение Просветского дендрария, где туристам предоставится возможность не только увидеть редкую коллекцию Просветского дендрария, но и узнать увлекательные факты о данных насаждениях (занимает 1 ч).

19:30 – экскурсия по Музею леса, где представлены лесохозяйственный инвентарь, инструменты и приборы, предметы обихода работников леса, чучела животных и птиц, обитающих на территории Зауралья, образцы древесных и травяных растений, коллекцию семян, образцы древесины и многое другое (продолжительность – 1 ч).

20:30 – отправление в г. Курган (время в пути 1 ч).

21:30 – заселение в гостиницу «Москва», ужин (предоставляется в номер). Адрес гостиницы «Москва» – ул. Красина, 49.

Второй день:

09:00 – подъем, завтрак (предоставляется в номер).

10:00 – экскурсия по Курганскому областному краеведческому музею, включающая экскурсию по залу природы и лекцию «Экология Курганской области» (ул. Пушкина, 137; продолжительность 1 ч 30 мин).

11:30 – отправление в Елизаветинский бор (Курганская область, Юргамышский район, вблизи д. Елизаветинка, время в пути – 1 ч 20 мин).

12:50 – прибытие в Елизаветинский бор (прогулка по бору, посещение Надкладезной часовни в честь святого мученика Иоанна Воина, пикник с видом на панораму реки Юргамыш, поиск на дне реки окаменелостей и акульих зубов, посещение мини водопада на реке, Долины грязевых вулканов; продолжительность – 4 часа).

17:00 – отъезд в Екатеринбург.

23:00 – прибытие к «Маринс Парк Отель».

Данный тур по большей части ориентирован на молодежь с возрастными границами от 14 до 35 лет. Носит экологический, экскурсионный, научно-познавательный и развлекательный характер.

Главной определяющей успешной реализации тура является его оптимальная цена. Более половины опрошенных респондентов выбрали, что наиболее значимым при выборе тура является его стоимость, что подтверждает ее важную роль при принятии решения туристом отправиться в данное путешествие, а также стоимость тура является главным оружием в борьбе с конкурентами. Важно, чтобы цена тура удовлетворяла потребителей, а также соответствовала ценности предложения и приносила прибыль предприятию.

Расчет тура начнем с определения его полной себестоимости. Расчет полной себестоимости турпродукта подразумевает калькуляцию всех издержек, связанных с формированием и реализацией турпродукта. Для совершения расчета определимся, что будет входить в стоимость туристского продукта, а это: аренда транспортного средства, в нашем случае автобуса; стоимость экскурсий на страусиную ферму и ранчо, в Просветский дендрарий, в Курганский областной краеведческий музей, в Музей леса; питание; проживание в гостинице. В таблице 2 приведена калькуляция экологического тура по окрестностям города Кургана.

Таблица 2

Калькуляция экологического тура по окрестностям
города Кургана

| Наименование калькуляционных статей | Стоимость в расчетена 1 чел. (руб.) | Стоимость в рас- четена группу 23+2 чел./беспл. (руб.) |
|--|---|---|
| Аренда автобуса | 1602 | 36846 |
| Питание на протяжении все- го маршрута: | 878 | 20194 |
| Ланч-бокс | 113 | 2599 |
| Столовая | 108 | 2484 |
| Завтрак | 272 | 6256 |

| | | |
|--|--------|--------|
| Ужин | 272 | 6256 |
| Пикник | 113 | 2599 |
| Раздаточный материал*25 | 190 | 4370 |
| Страховка для туристов | 327 | 7500 |
| Размещение | 1174 | 27000 |
| Посещение страусиной фермы и конного ранчо | 283 | 6500 |
| Экскурсия в Просветский дендрарий | 13,5 | 300 |
| Посещение Музея леса | 55 | 1250 |
| Посещение краеведческого музея | 66 | 1500 |
| Экскурсия в Елизаветинский бор | 105 | 2400 |
| Итого переменных затрат | 4693,5 | 107860 |

По данным таблицы, на группу из 23 (2 путевки для руководителей оплачиваются участниками туристской группы) человек переменные затраты составят 107867 рублей. Цена тура рассчитывается по формуле: переменные затраты * 1,30 (нормативная рентабельность) = 107860*1,30 = 140218 рублей – цена туристской путевки на группу из 23 (2 путевки для руководителей оплачиваются участниками туристской группы) человек. Следовательно, цена тура на одного человека составляет 6096,4 рублей (14218/23).

Рентабельность проектирования тура (на группу из 23 человек) = прибыль/выручка*100% = 1402,9/6096,4*100% = 23%.

Выручка в точке безубыточности равна отношению постоянных затрат к рентабельности по маржинальной прибыли единицы продукции, умноженное на сто процентов, для этого необходимо рассчитать постоянные затраты, то есть затраты на рекламу и продвижение (табл. 3).

Таблица 3

Затраты на продвижение и реализацию экологического тура
по окрестностям города Кургана

| Перечень расходов | Расчет стоимости затрат, руб./год |
|---|-----------------------------------|
| Печатная рекламная продукция:- буклеты | $6,8*1000=6800$ |
| Реклама в Интернете (социальные сети) | $300*12=3600$ |
| Коврик-сидушка (25 шт.) | $150*25=3750$ |
| Сито для промывания песка (добывание окаменелостей и акульих зубов) | 2100 |
| Сумка-холодильник | 1149 |
| Итого постоянных затрат: | 17399 |

Исходя из данных, полученных в таблицах, мы можем посчитать выручку в точке безубыточности: $17399/23\%*100\% = 75648$. Количество единиц продукции (объем продаж в точке безубыточности) равно отношению выручки в точке безубыточности к цене тура = $75648/6096,4 = 13$. Следовательно, для того, чтобы получить прибыль и покрыть издержки, необходимо продать более 13 туров.

Чтобы определить, сколько туров возможно продать за один сезон, был составлен график обслуживания туристов на маршруте экологического тура по окрестностям города Кургана представлен в таблице 4.

Таблица 4

График обслуживания по экологическому туру по окрестностям города Кургана

| Месяц | Календарный график заезда туристских групп | Число групп | Численность туристов |
|-------|--|-------------|----------------------|
| Май | 21.05 – 22.05 (1); 28.05 – 29.05 (1) | 2 | 50 |
| Июнь | 04.06 – 05.06 (1); 11.06 – 12.06 (1); 18.06 – 19.06 (1); 25.06 – 26.06 (1) | 4 | 100 |
| Июль | 02.07 – 03.07 (1); 09.07 – 10.07 | 5 | 125 |

| | | | |
|----------------|--|----|-----|
| | (1); 16.07 – 17.07 (1); 23.07 – 14.07 (1); 30.07 – 31.07 (1) | | |
| Август | 06.08 – 07.08 (1); 13.08 – 14.08 (1); 20.08 – 21.08 (1); 27.08 – 28.08 (1) | 4 | 100 |
| Сентябрь | 03.08 – 04.09 (1); 10.09 – 11.09 (1); 17.09 – 18.09 (1); 24.09 – 25.09 (1) | 4 | 100 |
| Итого за сезон | | 19 | 500 |

Обращаясь к таблице графика обслуживания по туру (табл. 4), мы видим, что за сезон возможно реализовать 19 туров, а для того, чтобы затраты окупились нужно продать лишь 13, это в свою очередь говорит о том, что тур начнет приносить прибыль предприятию уже в первый год его реализации.

Таким образом, после проведения маркетингового исследования мы убедились в необходимости создания экологического тура по окрестностям города Кургана. Была спроектирована программа двухдневного экологического тура, стоимостью 6096,4 рублей.

Данный тур направлен на экологическое, патриотическое, физическое, духовное, эстетическое воспитание туристов, а также способствует в решении таких социальных проблем, как: восстановление психофизиологического состояния общества и его трудоспособности; проведение свободного времени с пользой; создание рабочих мест и обеспечении занятости населения; воздействие на культуру местных жителей; обеспечение доходов работников, занятых на предприятиях, и собственников; экологической безопасности туризма, направленности его на поддержание и восстановление окружающей среды.

Список источников и литературы:

1. Биржаков, М. Б. Введение в туризм [Текст] : учеб. пособие / М. Б. Биржаков. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2000. – 311 с.

2. География Курганской области [Текст] : учеб. пособие / под общ. ред. О. Г. Завьяловой. – Курган: Предприятие «Парус-М», 1993. – 160 с.
3. Карева, А.В. Увеличение объема продаж туристских услуг посредством современных средств коммуникации [Текст] : материалы регион. науч.-практ. конф. «Проблемы и перспективы развития туризма и гостеприимства на Урале» / А.В. Карева ; Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2016.
4. Кузнецов, С. А. Большой толковый словарь русского языка [Текст] : словарь / С. А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 2000. – 1536 с.
5. Курганский областной краеведческий музей. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gukokm.narod.ru/eksp.htm>. – Загл. с экрана.
6. Назарова, Л. Д. Социальные нормативные требования к гостиничным услугам для клиентов с ограниченными физическими возможностями [Текст] / Л. Д. Назарова, А. И. Фишелева // Социальная ответственность: проблемы и пути их решения: материалы VII Международных социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица / ФГБОУ ВО «Урал. гос. пед. ун-т». – Екатеринбург, 2015. – С. 168-171.
7. Радыгина, Е. Г. Повышение лояльности потребителей гостиничных услуг [Текст] / Е. Г. Радыгина // Научно-методический электронный журнал Концепт. – 2016. - № 3. – С. 51-55.
8. Фишелева, А. И. Экскурсия по спортивным объектам Екатеринбурга как один из путей приобщения старших школьников к занятиям спортом [Текст] / А. И. Фишелева // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – 2014. – № 4. – С. 48-57.
9. Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт [Текст]. – Тула : Гриф и К, 2002. – 284 с.



ФГБОУ ВО
«Уральский государственный педагогический университет»
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ
Факультет туризма
и гостиничного сервиса
Лицензия ААА №001890
от 07.09.2011 г.

Факультет туризма и гостиничного сервиса (ФТГС) успешно работает в сфере образования с 1998 года как структурное подразделение «Уральского государственного педагогического университета».

Опираясь на государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования, на факультете разработаны оригинальные учебные программы, специализации, факультативы, не имеющие аналогов в вузах России, учитывающие особенности и запросы современного рынка труда.

**ФАКУЛЬТЕТ ВЕДЕТ ПОДГОТОВКУ
ПО СЛЕДУЮЩИМ НАПРАВЛЕНИЯМ БАКАЛАВРИАТА:**

- **Сервис** (профиль обучения: социокультурный сервис)
- **Туризм** (профиль обучения: технология и организация туроператорских и турагентских услуг)
- **Гостиничное дело** (профиль обучения: гостиничная деятельность)

Лица, имеющие среднее профессиональное образование по соответствующему профилю могут получить высшее профессиональное образование по ускоренной программе.

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
620042, г.Екатеринбург, ул.8 Марта, 75, каб. 207
«Уральский государственный педагогический университет»
Факультет туризма и гостиничного сервиса
ftgs.uspu.ru
ftgs@mail.ru тел. (343) 257-25-64, 257-34-66



**Факультет туризма
и гостиничного сервиса**
ВЕДЕТ ПОДГОТОВКУ ПО СЛЕДУЮЩИМ ДОПОЛ-
НИТЕЛЬНЫМ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ПРОГРАМ-
МАМ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ:

**«ЭКСКУРСОВЕДЕНИЕ И МЕТОДИКА ОРГАНИЗАЦИИ ЭКС-
КУРСИОННОЙ РАБОТЫ»** в объеме 72 часов

Факультет туризма и гостиничного сервиса Уральского государственного педагогического университета в течение 17 лет ведет подготовку специалистов для индустрии туризма и гостеприимства. С 2007 года на факультете ведется успешная подготовка экскурсоводов. Выпускники наших курсов проводят экскурсии на высокопрофессиональном уровне, как для российских туристов, так и зарубежных гостей.

В ходе обучения слушатели имеют возможность посетить две экскурсии, которые проводят высококвалифицированные экскурсоводы Екатеринбурга.

К окончанию курсов **каждый слушатель** овладевает технологией создания нового экскурсионного маршрута, что существенно облегчает как подготовку необходимой документации при разработке авторской экскурсии, исходя из требований ГОСТа, так и в экскурсионной работе с гостями и жителями Екатеринбурга разных возрастов и социальных групп.

Стоимость обучения – **9000 рублей.**

По окончании курсов слушателям выдается **документ установленного образца – удостоверение о повышении квалификации в объеме 72 часов.** Слушателям, успешно окончившим курсы, дается рекомендация для работы в туристских фирмах, занимающихся региональным туризмом по Свердловской области.

Занятия будут проходить по адресу: г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 75, два раза в неделю по 4 часа.

Заявки на обучение принимаются по электронной почте: **ftgs@mail.ru** А.И. Фишелевой, зав. каф. туризма и гостеприимства или по тел. 8-904-38-82-091 – Фишелева Алла Ивановна, тел. деканата (343) 257-25-64.

Дополнительную информацию о курсах можно прочитать на сайте факультета туризма и гостиничного сервиса в разделе «Дополнительное образование», «Курсы экскурсоводов».

Приглашаем всех желающих!!!

«ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ» в объеме 72 часов

Практика туризма и сервиса показывает, что основными качествами высококвалифицированного и преуспевающего менеджера являются управленческие способности, эрудированность, компетентность, способность к творческому и профессиональному мышлению.

Курс «Эффективный менеджмент» подходит специалистам сферы сервиса и туризма, руководителям различного уровня и рядовым специалистам, желающим повысить свою профессиональную компетентность. Программа подготовлена с учетом того, что слушатели изучают теоретический материал по менеджменту и в тренинговой форме закрепляют его.

Современные положения менеджмента и теории организации придают большое значение кадровой составляющей любой деятельности. Достижение цели организации раскрывается через эффективный менеджмент.

Стоимость обучения – **9000 рублей.**

По окончании курсов слушателям выдается **документ установленного образца – удостоверение о повышении квалификации в объеме 72 часов.** Слушателям, успешно окончившим курсы, дается рекомендация для работы в туристских фирмах, занимающихся региональным туризмом по Свердловской области.

Занятия будут проходить по адресу: г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 75, два раза в неделю по 4 часа.

Заявки на обучение принимаются по электронной почте: **ftgs@mail.ru** А.И. Фишелевой, зав. каф. туризма и гостеприимства или по тел. 8-904-38-82-091 – Фишелева Алла Ивановна, тел. деканата (343) 257-25-64.

Дополнительную информацию о курсах можно прочитать на сайте факультета туризма и гостиничного сервиса в разделе «Дополнительное образование», «Курсы экскурсоводов».

Приглашаем всех желающих!!!

ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА
в рамках региональной образовательной площадки
Российского агентства по туризму
**ведет подготовку по следующим
дополнительным профессиональным программам
повышения квалификации:**

- Программа повышения квалификации руководителей средств размещения и других объектов туристской индустрии (72 часа)
- Повышение квалификации персонала службы приема и размещения гостиницы (72 часа)
- Повышение квалификации сотрудников службы безопасности средства размещения (72 часа)
- Повышение квалификации персонала предприятий питания или службы питания средства размещения (72 часа)
- Повышение квалификации сотрудников службы эксплуатации номерного фонда (72 часа)
- Повышение квалификации персонала организаций, осуществляющих туристскую деятельность (72 часа)
- Повышение квалификации экскурсоводов и гидов-переводчиков по специфике работы в условиях проведения массовых мероприятий (72 часа)
- Обеспечение безопасности при проведении массовых мероприятий (72 часа)
- Современные маркетинговые инструменты в работе объектов туристской индустрии (72 часа)
- Использование современных информационных технологий в работе объектов туристской индустрии (72 часа)

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
620042, г.Екатеринбург, ул.8 Марта, 75, каб. 207
«Уральский государственный педагогический университет»
Факультет туризма и гостиничного сервиса
[http: ftgs.uspu.ru](http://ftgs.uspu.ru) ftgs@mail.ru
тел. (343) 257-25-64, 257-34-66

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА

Сведения о редакторе:

Радыгина Евгения Геннадьевна

Кандидат педагогических наук, доцент
Доцент кафедры туризма и гостеприимства,
факультет туризма и гостиничного сервиса,

Институт социального образования,
ФГБОУ ВО «Уральский государственный
педагогический университет»

тел. +7 (343) 257-17-95 / e-mail: easo.ftgs@mail.ru

Материалы сборника публикуются в авторской редакции
Оригинал-макет Е. Г. Радыгина