

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)
Институт спорта, туризма и сервиса
Кафедра туризма и социально-культурного сервиса

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент,

_____/_____/_____
«__»_____2018 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой,
д.п.н., профессор

_____/Т.Н. Третьякова/
«__»_____2018 г.

Проектирование делового тура в Финляндию

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ–43.03.02.2018.027.ПЗ ВКР**

Консультанты

Безопасность жизнедеятельности,
ст. преподаватель

_____/И.А. Горбунова
«__»_____2018 г.

Экономическая часть,
к.п.н., доцент

_____/И.А. Фрейнкина
«__»_____2018 г.

Руководитель ВКР, к.п.н., доцент

_____/И.А. Фрейнкина
«__»_____2017 г.

Автор ВКР, студент группы СТЗ-551

_____/Е.Д. Костылева
«__»_____2018 г.

Нормоконтролер, ст. преподаватель

_____/М.Н. Малыженко
«__»_____2018 г.

Челябинск 2018

АННОТАЦИЯ

Костылева Е.Д. Проектирование делового тура в Финляндию. – Челябинск: ЮУрГУ, С-551, 2018. – 77 с., 7 ил., 2 табл., библиогр. список – 24 наим., 2 при., 1 презентация – CD-R.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью разработки делового тура в Финляндию.

В выпускной квалификационной работе выявлены особенности проектирования деловых туров в Скандинавских странах, а точнее в Финляндии.

Построена модель делового тура, апробация которой была реализована на примере тура в Финляндию.

Обоснована экономическая оценка от внедрения результатов дипломного тура.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
1 ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ДЕЛОВЫХ ТУРОВ	
1.1 Понятие делового тура.....	8
1.2 Характеристика туристских ресурсов Финляндии для делового туризма.....	15
1.3 Модель делового тура в Финляндию.....	24
Выводы по главе один	46
2 РЕАЛИЗАЦИЯ МОДЕЛИ ДЕЛОВОГО ТУРА В ФИНЛЯНДИЮ	
2.1 Характеристика маршрута.....	50
2.2 Техничко-экономическое обоснование тура.....	54
2.3 Обеспечение безопасности тура.....	61
Выводы по главе два	73
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	74
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	75
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Презентация на CD-R диске	
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Электронная версия ВКР	

ВВЕДЕНИЕ

С каждым годом деловые, культурные и научные связи между регионами и странами становятся все более интенсивными. В этой связи развитие индустрии делового туризма является неотъемлемым условием успешного бизнеса и оказывает значительное влияние на развитие национальной экономики и ее интеграцию на мировой рынок. Данный вид туризма является одним из наиболее прибыльных и имеет огромное значение для принимающей стороны.

Деловой туризм является одной из ведущих и наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. За свои невиданно быстрые темпы роста деловой туризм признан экономическим феноменом XX столетия.

Деловой туризм играет важнейшую роль в развитии национальной экономики содействует ее интеграции в мировой экономический рынок. Современный бизнес невозможен без активного обмена информацией, без овладения новыми технологиями, без повышения квалификации на всех уровнях делового образования, участия в международных конгрессах, семинарах, выставках и т.п. Все это входит в сферу делового туризма. Благодаря этой отрасли туризма происходит приток новых идей в экономику, завоевываются новые рынки, т.е. осуществляется прогресс [3].

Актуальность темы исследования обусловлена низкой степенью разработанности теории делового туризма как специфической отрасли мирового туризма. Эта отрасль интенсивно развивается в мировом туристском пространстве в последние три десятилетия, причем доходы от нее имеют высокий удельный вес в структуре доходов от международного туризма; в целом ряде стран они играют заметную или даже в отдельных случаях ведущую роль в государственном бюджете. Соответственно в зарубежной экономико-географической науке в последние десятилетия проводятся исследования, посвященные зарождению и развитию делового туризма; появилась статистика Всемирной туристической организации по основным его показателям – прибытиям, доходности и др.

Однако, представления о феномене делового туризма весьма противоречивы. В частности, до сих пор нет четкого определения этого явления. А также не разработаны модели функционирования отрасли, не выявлены основные закономерности ее развития, нет обобщающей характеристики территориальной структуры и современного состояния мирового делового туризма.

Теоретическая база выпускной квалификационной работы: «Проектирование делового тура в Финляндию». В выпускной квалификационной работе описывается такое понятие, как деловой туризм, основные направления его развития, инновационные методы и реализация делового тура в Финляндию.

Цель выпускной квалификационной работы – спроектировать деловой тур в Финляндию.

Объект выпускной квалификационной работы – Финляндия как центр делового туризма.

Предмет исследования – разработка модели делового тура в Финляндию.

Задачи исследования:

- Охарактеризовать понятие делового туризма;
- Охарактеризовать туристические ресурсы Финляндии для делового туризма;
- Разработать деловой тур в Финляндию.

Методы, используемые в ВКР следующие: метод научной абстракции, метод анализа и синтеза.

Новизна исследования состоит в том, что многие туристические туры имеют большую значимость для экономики страны, но лишь небольшую долю составляет деловой туризм.

Структура выпускной квалификационной работы включает в себя: две главы, семь иллюстраций, пять таблиц, библиографический список 25 наименований.

1 ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ДЕЛОВЫХ ТУРОВ

1.1 Понятие делового тура

В наше время каждый четвертый из десятков миллионов человек, ежедневно покидающих свой дом, чтобы отправиться в поездки – ближние и дальние, краткосрочные и длительные, – делает это по служебной надобности. И весь огромный сектор поездок, совершаемых с самыми разнообразными деловыми целями, именуется деловым туризмом [1]. В отличие от массового туризма решение о командировке, источниках и размерах ее финансирования обычно принимают, исходя из деловой необходимости. Часто решение принимают даже не сами деловые туристы, выполняющие свои профессиональные обязанности за пределами обычной среды, а другие лица (руководитель или владелец компании, начальник отдела фирмы и др.).

Деловой туризм играет важнейшую роль в развитии национальной экономики любой страны, активно содействуя ее интеграции в мировой рынок. Благодаря этой отрасли туризма, происходит приток новых идей в экономику, завоевание новых рынков.

Понятия делового и корпоративного туризма появились в связи с глобализацией мировой экономики. В развитых зарубежных странах это произошло в 70–80хх годах XX века, а вот в России о деловом туризме заговорили только в начале 90–х. Именно в это время российские компании смогли выйти на мировой уровень [2].

В России специалисты вместо термина «деловой туризм» часто используют английскую аббревиатуру MICE (Meetings Incentives Conferences Exhibitions – «деловые встречи, интенсив–туризм, конференции, выставки»). Этот специальный термин и англоязычная аббревиатура (акроним) широко применяются в международной практике делового туризма для обозначения 4–х ключевых английских слов, характеризующих составляющие делового туризма. Аббревиатура включает первые буквы следующих слов: M - Meetings (встречи), I – Incentives (инсентив), C – Conferences (конференции), E – Exhibitions (выставки),

обязательно во множественном числе. Таким образом, понятие делового туризма включает в себя организацию и сопровождение, как частных деловых визитов, так и работы многотысячных международных конгрессов, симпозиумов, конференций, выставок, ярмарок. Если быть совсем точными, термин MICE в основном используется корпоративными покупателями (corporatebuyers). Определенная часть продавцов услуг (suppliers) предпочитают употреблять еще один общий родственный и более академический термин – встречи (Meetings), отсюда индустрия встреч (MeetingIndustry). Поэтому, когда говорят об индустрии поездок со служебными целями, наравне можно использовать три термина: деловой туризм или businesstravel, индустрия MICE и индустрия встреч. Таким образом, понятие делового туризма включает в себя организацию и сопровождение, как частных деловых визитов, так и работы многотысячных международных конгрессов, симпозиумов, конференций, выставок, ярмарок [9].

Деловой туризм очень многогранен. Он включает индивидуальные и групповые, деловые поездки руководителей и сотрудников, участие в мероприятиях, организуемых промышленными и торговыми корпорациями, участие в съездах, конференциях, семинарах, устраиваемых политическими, экономическими, научными, культурными, религиозными и другими организациями, посещение торгово-промышленных выставок и ярмарок и участия в их работе, поощрительные поездки для сотрудников и клиентов (инсентив-туры). Но также обычно насыщенная деловая часть сочетается с обширной экскурсионной страноведческой программой.

Деловой туризм дает возможность знакомства с новыми технологиями, встречи с инвесторами, партнерами, поставщиками и потребителями товаров или услуг фирмы. Деловые поездки обеспечивают свежие идеи для развития бизнеса. Деловой туризм связан с развитием внешнеэкономических связей, стремлением использовать передовой опыт других стран и народов в создании духовных и материальных ценностей, что способствует расширению международных контактов среди представителей научных кругов разных держав. Деловой туризм оказывает положительное воздействие на те страны, где он осуществляется. В

основном это воздействие аналогично тому, которое оказывают другие виды туризма, однако есть и отличия.

Во-первых, деловой туризм стоит дорого и, следовательно, является доходным. Большую часть деловых путешественников составляют менеджеры высшего и среднего звена компаний, поэтому продавцы дорогих, высококлассных услуг имеют наибольшую выгоду (например, это отели класса «три звезды» и выше, транспортные компании с первоклассным обслуживанием и т. д.). Всемирная туристская организация давно уже подсчитала: деловые люди тратят в поездках в три-четыре раза больше, чем обычные граждане на отдыхе (\$1200 вместо \$300). Годовой денежный оборот в этой сфере исчисляется десятками миллиардов долларов. Понятно, что во всем мире на них идет настоящая охота и наша страна – не исключение [13]. Доходы от этого вида туризма поступают в бюджет государства через налоги. Если большие мероприятия, например, конференции, выставки и другие, сопровождаются культурно-развлекательной программой, то выигрывают также рестораны, местные туристические достопримечательности, транспорт, сувенирные магазины и др.

Во-вторых, многие деловые путешествия совершаются в не самый загруженный для туристского центра период, поэтому там всегда рассчитывают на бизнес-гостей независимо от сезонности.

В-третьих, путешественники, совершающие деловые поездки, меньше других туристов связаны с окружающей средой. Большую часть времени они проводят на заседаниях, обсуждениях различных вопросов, поэтому у них остается мало времени на посещение пляжей, зон отдыха, лыжных трасс и др. Деловые гости не занимают много места в местном транспорте и не создают лишних очередей в магазинах или на почте.

В-четвертых, гости, посещающие туристский центр для участия в конференциях или выставках, а также совершающие инсентив-путешествия, являются хорошими послами для этого центра и продвигают его совершенно бескорыстно. Часто это очень известные люди, чье мнение может существенно повлиять на формирование имиджа туристского центра у них на родине. Этим

объясняется заинтересованность местных властей в привлечении как можно большего количества деловых гостей в свой город или район. Осуществляя такие мероприятия, местные власти надеются на то, что их деловые гости расскажут об их городе, районе и стране своим родственникам, друзьям и коллегам по работе, а также на то, что они приедут еще раз уже в качестве отдыхающих или откроют здесь филиал своего бизнеса [1].

В настоящее время деловой туризм прочно утвердился во многих странах как наиболее быстро развивающийся экономический сектор, обеспечивающий приток иностранной валюты и создание рабочих мест, повышение спроса на разные сектора индустрии туризма, развитие отраслей экономики, науки, образования, культуры и здравоохранения. Международный деловой туризм играет важную роль в повышении рейтинга соответствующего города и может помочь позиционировать его и окружающий регион как центр качества в определенном секторе экономики [4].

Подводя итог выше изложенному, можно отметить: деловой туризм – один из наиболее значительных рычагов экономики. Это развитие международных контактов, укрепление авторитета мегаполиса за рубежом и полная интеграция этого аспекта и нашего города в мировое пространство. Привлечение к проведению международных мероприятий необходимо для поддержки и городской экономики, и культуры, и образования, и медицины. Поэтому деловой туризм – это гораздо больше, чем просто бизнес поездки, это целый спектр очень важных вопросов.

В России, к сожалению, еще пока очень мало туристических фирм, которые могут предоставить услуги в рамках делового туризма, в том числе и корпоративные, на должном уровне.

Поэтому для развития делового туризма необходимо обучение персонала, а для того, чтобы это происходило успешно, при подготовке нужно учитывать опыт зарубежных партнеров, проводить стажировки у зарубежных партнеров, участвовать в мероприятиях, которые проводятся с целью обмена знаниями и опытом, нахождения новых партнеров, знакомиться с новыми технологиями, стремиться создавать положительный имидж фирмы.

В России на деловом туризме специализируется небольшое количество туристических фирм, и они больше нацелены на поездки за рубеж. Для отечественного туристического бизнеса деловой туризм еще остается экзотическим.

В настоящее время у нас в стране невыгодно развивать это направление туризма, проще организовать выезд деловой группы за рубеж. Однако некоторые крупные турагентства сделали ряд позитивных шагов в направлении развития въездного бизнес-туризма.

В нашей стране проводится большое количество научных конференций по различным отраслям экономики, всевозможные ярмарки и конференции, выставки, которые собирают большое количество бизнесменов и специалистов со всего света.

В Москве, Санкт-Петербурге и других крупных городах работают представительства известных зарубежных фирм, компаний, банков. В эти представительства приезжают партнеры как из других городов, так и из-за рубежа. Как правило, представительства имеют тесные связи с туристическими фирмами, которые оказывают для них ряд услуг по размещению, обеспечению транспортом, питанием, проведению экскурсий и другой развлекательно-познавательной программы. Помимо такого стандартного набора услуг, они могут по просьбе фирм собрать интересующую их информацию о партнере, перевести на русский (английский) язык документы, организовать нужную встречу и т. д.

Следует отметить, что организациям, чья деятельность связана с частыми командировками, просто необходимо иметь партнера – туристическую фирму, которая занимается организацией поездок. Суть такого корпоративного обслуживания состоит в предоставлении сотрудникам компании туристических услуг и организации приема в России сотрудников зарубежных компаний.

Как отмечалось в ранее, деловой туризм охватывает путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов по месту временного пребывания. К этому виду туризма ВТО относит поездки для участия в съездах, научных конгрессах и конференциях, производственных совещаниях и семинарах, ярмарках, выставках, салонах, а также для проведения переговоров и

заключения контрактов, монтажа и наладки оборудования. Деловой туризм включает собственно деловые поездки (командировки) бизнесменов и предпринимателей, конгрессно-выставочный и ин센сив-туризм, проведение событийных, или ивент-мероприятий (от англ. event – событие) [2].

Наряду с поездками на конгрессы и выставки деловой туризм включает инсенсив-туры. Понятие «incentive» (англ.) трактуется как побудительный, поощряющий. Под данным видом туризма подразумевают поездки, которыми коммерческие фирмы награждают своих сотрудников за высокие показатели в работе или мотивируют их к более производительному труду в будущем, а также проведение выездных семинаров, совещаний, конференций. Выделяют два вида инсенсив-туров: индивидуальные туры; выездные семинары, конференции, дилерские школы.

Инсенсив-туризм преследует несколько целей:

- презентация и продвижение нового продукта или услуги;
- повышение производительности и качества;
- создание дилерской и агентской сети;
- формирование лояльной и сплоченной команды.

В зависимости от целей выделяют три вида инсенсив-программ:

- поощрительные программы;
- мотивационные программы;
- построение команды (teambuilding).

Инсенсив-программа – лучшее средство для поощрения сотрудников, служащих, руководителей высшего звена, клиентов или дилеров, эффект от которого будет длиться долгое время.

Отличительной особенностью инсенсив-программ является то, что они разрабатываются исключительно индивидуально под конкретного заказчика. Эти туры предполагают высококлассное размещение и обслуживание на маршруте [14].

Начало использования поездок в виде поощрения за успехи в работе было положено в 60-е гг. XX в. в США. В отличие от других видов туризма, которые, не успев оформиться, становились достоянием сразу многих стран в разных регионах

мира, инсентив довольно долго «не покидал» Новый Свет. Лишь в 1970- 1980 е гг., с расширением потока премированных туристов из Америки на старый континент, он охватил Европу, а затем был заимствован и Азией. Именно в это время в Европе и Азии стали специально возводить пятизвездочные отели.

Доминирующим сегментом на рынке инсентив туризма остаются групповые поездки, несмотря на снижение, их доли с начала 1980–х гг. Число туристов в инсентив-группе может колебаться от нескольких до 100 человек и более. В половине групп численный состав не превышает 10 человек. Инсентив-группы комплектуются из работников исполнительного звена компаний, сотрудников среднего и высшего руководящих уровней, а также рядовых потребителей, например, постоянных покупателей. Состав инсентив-групп включает руководящий персонал (31 %), менеджеров по продажам (20 %), потребителей (26 %), агентов и дистрибьютеров (14 %).

С расширением рынка инсентив-туризма появились фирмы, специализирующиеся на организации поощрительных поездок. Они оказывают квалифицированную помощь в разработке специальных программ стимулирования трудового коллектива. По договору с администрацией компании туристская фирма планирует и организует инсентив-туры. Действенность этой системы поощрения не в последнюю очередь зависит от того, насколько удачно выбран маршрут путешествия. Поездка должна быть привлекательной для работников и соответствовать их возрасту, состоянию здоровья, религиозным убеждениям и личным интересам. Поэтому турфирма часто предваряет свою работу наблюдением за потенциальными клиентами. Наиболее известными туристскими фирмами, организующими поощрительные поездки, в США являются «Е.Ф. МакДоналд Трэвел Компании», «Мариц Трэвел Компании» и «Топ ВэльюИнтерпрайзис».

В простейшем случае инсентив-тур – это обычный тур с проживанием в четырех- или пятизвездочном отеле и насыщенной экскурсионной программой. Такие стандартные программы, как ни странно, больше всего заказывают американские туристы. Существует и другая разновидность инсентива, когда программа поездки строится в соответствии с какой-то главной идеей. Инсентив-

операторы предлагают на выбор, как правило, 20-30 программ по каждой стране. Это может быть турнир по гольфу для инсентив-группы в загородном клубе, прогулка на воздушном шаре, пикник на альпийской вершине, круиз с музыкально танцевальными вечерами, питейный или гастрономический тур.

Рост числа инсентив-туров послужил толчком к расширению тематики конгрессно-выставочной деятельности и проведению специализированных форумов по поощрительному туризму. Этот рост повлек за собой организацию университетских курсов подготовки кадров для данного сегмента туристского бизнеса, способствовал образованию многочисленных ассоциаций, обществ и т. д. Одним из них является Общество должностных лиц в сфере поощрительного туризма (SITE), которое находится в Нью-Йорке. В нем состоит 650 членов. В настоящее время SITE насчитывает 18 комитетов, управляет университетом инсентив-туризма, проводит региональные встречи, семинары, торговые выставки.

Эксперты отмечают, что инсентив-туризм ждет большое будущее. В XXI в. он станет главной формой поощрения работников в ведущих отраслях мирового хозяйства. Программы инсентив-туров зависят от специализации организаторов поездки и региона. Наиболее популярными регионами для проведения поощрительных поездок становятся рекреационные и деловые центры [2].

1.2 Характеристика туристских ресурсов Финляндии для делового туризма

Деловой туризм – одно из самых перспективных направлений современного туризма. За последние годы Финляндия все более набирает успех в области организации делового туризма, и каждый раз занимает место в двадцатке лучших организаторов международного уровня. Например, в 2012 году Финляндия заняла шестнадцатое место, что является высоким достижением в глобальном аспекте. В тот же год в Финляндии было отмечено более 600 конгрессов и около 80 000 представителей из разных стран мира.

Финны, как правило, хорошо организованы и умеют создавать не только технически, но и талантливо устроенные корпоративные мероприятия и

конференции. Для проведения успешного мероприятия, важно также разнообразить программу вне делового общения. Например, с точки зрения научной конференции не имеет значения ее местоположение – Москва, Лондон или Хельсинки. Зато впечатления участников зависят от дополнительных услуг и разнообразной культурной программы местного характера, отмечает Леена Сипиля, начальник конгрессов Центра развития туризма Финляндии.

В Финляндии хороший опыт организации больших мероприятий, начиная с Олимпийских игр 1952 года в Хельсинки. Важный фактор в работе финских организаторов, это совместная работа коллектива и прочные связи, а также активное сотрудничество с посредниками и взаимное доверие. К тому же широкое разнообразие услуг и развлечений: красивая природа, достопримечательности, качественное обслуживание.

Мероприятие проведено успешно и в том случае, когда о нем вспоминают впоследствии. По данным исследований, 70% опрошенных участников корпоративных мероприятий из разных стран мира были в Финляндии в первый раз. 80% из них хотели бы вернуться в Финляндию в свободное время.

Деловое мероприятие стоит начать планировать заранее. Необходимо определить время и место события и его главные задачи. Об услугах и возможностях проведения деловых мероприятий в Финляндии можно узнать через некоммерческие предприятия. Последнее время в Финляндии растет традиционный туризм, а вместе с ним и деловой. Ожидается также рост различных мероприятий, конгрессов и конференций международного уровня с участием российских специалистов.

Это достаточно дорогой вид туризма и приносит значительные доходы фирмам, организующим бизнес – обслуживание в этой стране. Участники делового туризма здесь являются представители официальных учреждений, совершающих деловые визиты в другие регионы или страны, предприниматели, делегации коммерческих и некоммерческих организаций. Участники делового туризма в Финляндии потребляют большое количество туристских услуг, размещаются в дорогих отелях,

заказывают богатую культурную программу, активно покупают сувениры и товары.

Туристские ресурсы – природные, исторические, социально – культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил. Европа остается в настоящее время самым популярным местом отдыха. Большинство туристов едут именно сюда.

Финляндия – туристическая страна со многими уникальными возможностями и в любое время года заслуживает того, чтобы ее посетить. Соседство с Россией обеспечивает исключительное транспортное сообщение с Финляндией. Ежедневные авиарейсы и поезда, безопасные, без заторов и находящиеся в отличном состоянии дороги. По количеству населения Финляндия занимает в Европе довольно скромное место. Именно поэтому здесь неограниченные возможности в отношении пространства, покоя и уединенности. А чистая природа Финляндия является для большинства иностранцев главной причиной проведения отпуска здесь, на самом севере Европы.

Туристическими козырями Финляндии являются общепризнанные безопасность и стабильность общества, экологически чистая природа, малая плотность населения, развитая сеть высококачественного туристического сервиса.

Соответственно, страна специализируется на летних и зимних видах отдыха, так или иначе связанных с природой.

Тысячи хорошо оснащенных коттеджей и гостиниц представляют комфортные условия для индивидуального и семейного отдыха.

Десятки туристических фирм и муниципальных бюро предлагают пешеходные и водные маршруты различной протяженности и категорий сложности, рыболовные туры, отдых на озерах, игру в гольф и многое другое.

В летнее время в стране проводятся десятки международных музыкальных и театральных фестивалей. Финляндия стала популярным местом проведения конгрессов и конференций. Курсирующие между Финляндией и Швецией

гигантские автопаромы компаний «СильяЛайн» и «Викинг» являются достопримечательностями сами по себе, а кроме того – это признанные места проведения деловых мероприятий, развлечений и отдыха.

В последние годы Хельсинки становится туристическим объектом, всё чаще посещаемым круизными лайнерами различных стран и компаний.

В зимнее время в Финляндии есть возможность заниматься всеми видами лыжного спорта, принять участие в сафари на собачьих или оленьих упряжках, совершить путешествие на снегоходах.

Многие горнолыжные центры имеют расположенные поблизости водно-оздоровительные центры (аква-парки) и туристы могут получить наслаждение как от общения с северным морозом, так и с субтропическим водным оазисом.

Туристические агентства и бюро регионов и городов Финляндии предлагают разнообразные маршруты с осмотрами достопримечательностей, памятников истории и культуры.

К числу наиболее популярных туристических объектов в Финляндии относятся: парк аттракционов Линнанмяки/Linnanmäki в Хельсинки, парк аттракционов Сяркяни-еми/Sarkanniemi в г. Тампере, морская крепость Суоменлинна/Suomenlinna возле Хельсинки ; зоопарк Коркеа-саари/Korkeasaari - Хельсинки; водно-оздоровительный центр Иматран КюлпюляСпа/ImatranKylpylaSpa в г. Иматра; научно-развлекательный центр Эврика/Heureka, г. Вантаа; аквапарк Серена/Serena, г. Эспоо парк аттракционов "Страна Муми-троллей" в г. Наантали.

В Хельсинки (основан в 1550 г.) туристы наиболее часто также посещают Сенатскую площадь и лютеранский Кафедральный собор, старую рыночную площадь Кауппатори, церковь в скале Темпелиаукио, остров Сеурасаари (простонародно, Беличий остров) – крупный фольклорный музей под открытым небом. Кроме прочего, в Хельсинки имеется более 80 музеев, театров и выставочных залов. В столице расположены 60 гостиниц и почти 2 тыс. заведений общественного питания, от фешенебельных ресторанов до уютных бистро,

заведений, предлагающих блюда национальной кухни народов мира и киосков фастфуд.

Вдоль побережья Хельсинки организованы морские прогулочные туры, есть возможность совершить однодневные круизы через Финский залив в Эстонию и через Ботнический залив в Швецию.

Хельсинки и пригороды

К историческим городам Финляндии, в которых туристы могут увидеть объекты и целые районы XIII–XVIII веков, построенные как во времена шведского владычества, так и в период вхождения страны в состав Российской империи, относятся:

- Турку (основан в 1229 г.);
- Порвоо (1346 г.);
- Раума (1442 г.);
- Наантали (1443 г.);
- Пори (основан в 1558 г.);
- Таммисаари (1546 г.);
- Вааса (1606 г.);
- Хямеенлинна (1639 г.);
- Лаппеенранта (основан в 1649 г.).

В Хельсинки туристам обычно предлагается ряд экскурсий: мосты и каналы Хельсинки, морская прогулка с ужином, экскурсия в Котку. Проводится лососевая ярмарка и соревнования по Ловле лосося на блесну. В Котке организуется парусная регата Котка – Верди (Эстония) и другие соревнования парусников. Туристам предлагаются также морские прогулки. Одной из известнейших достопримечательностей Турку, древней столицы Финляндии, является Кафедральный собор – главный храм лютеранской веры и национальная святыня Финляндии. Он считается ценнейшим архитектурным памятником страны. Собор – не только музей, это место богослужения прихожан, в частности шведскоязычного населения города. Собору уже более 700 лет. Его начали строить в XIII в., когда

Турку стал важнейшим торговым центром страны. Строительство собора было завершено к 1300 г.

Как правило, историческими объектами являются церковные и крепостные сооружения, число которых в Финляндии очень значительно: замок Турунлинна и Кафедральный собор в Турку (XIII век); одна из крупнейших в мире морских крепостей Суоменлинна (1748–1772 гг., до 1918 г. – Свеаборг) в районе Хельсинки, занесенная в список всемирного наследия ЮНЕСКО; церковь XV века Мессукюлян Ванхакиркко в г. Тампере; замок Корсхолман-линна в г. Вааса (1360 год); кафедральный собор Святого Николая в Куопи); крепость Олавинлинна в г. Савонлинна (1475–1490 гг.; замок Хяме (1270 г.) в г. Хямеенлинна, церковь «Котканкиркко» в г. Котка; отель-замок «Валтионхотел-ли» в г. Иматра; собор и старая часть г. Порвоо (XIV век) и т.д. Кроме Суомен-линны в список культурного и природного наследия ЮНЕСКО также включены старая часть г. Раума, старая церковь в Петаявеси, мельничный музей Верла и кладбище Бронзового века в Саммаллахденмяки.

Одним из красивейших мест страны считается Центральная Финляндия. Это озерный край. Так, в городе Куопио, расположенном на берегу озера Каллавеси, туристам предлагается огромный выбор водных прогулок. Ежедневно из порта отправляются небольшие суда и водные автобусы. «Строй сначала сауну, а уж потом дом» – известная финская поговорка. Сауна – неотъемлемая часть финского образа жизни. Сдержанность, медлительность, серьезность, молчаливость, точность – особенности поведения финнов. Лыжные походы, рыбалка, хоккей – секреты финского долголетия.

Suomi – так финны называют свою родину. Эта страна находится совсем рядом от вас. Расстояние от Питера до финской границы (с нашей стороны – Торфяновка, с финской – Валимаа) – 210 км. И от границы до Хельсинки еще 190 км. Для жителей Петербурга и Ленинградской области не нужно тратить много времени и средств чтобы добраться сюда и нет необходимости откладывать эту поездку до отпуска. Туристические фирмы Петербурга и Выборга предлагают удобные однодневные туры в Финляндию, в аквапарки и за покупками. Удобны и туры с

посещением и Финляндии и Швеции. Одна только ночь на пароме «Сильялайн» стоит того, чтобы совершить такую поездку.

Тысячи людей ежедневно пересекают Финскую границу, и этот поток ежегодно растёт. Кто-то едет с целью получить новые впечатления и провести отпуск или выходные дни, кто-то – сделать выгодные покупки, а кто-то и с целью немного заработать. Любителей шоппинга привлекают существенные скидки во время распродаж, относительно доступные цены на качественные товары. В последнее время россияне стали также покупать в Финляндии недвижимость. Иметь дачу на берегу озера стало доступно состоятельным людям. Привлекает также элитная недвижимость.

Также Финляндия стала своеобразным «Окном в Европу» для северо-запада России. Из портов этой страны регулярно отправляются круизные теплоходы и паромы в Швецию и другие европейские страны. Через порты Хельсинки, Турку и Котки поступает в нашу страну большое количество товаров из Европы и Америки.

Отдых и туры в Финляндии

Всё чаще Финляндию называют «страной озёр», и это не случайно: последних здесь насчитывается около 188 тысяч. Около трети всей суши занимают болотца. Столь своеобразные причуды природы объясняются тем, что когда-то вся территория страны была покрыта мощным ледниковым панцирем, со временем растаявшим и своим «уходом» значительно изменившим ландшафты.

Уникальную экологию дополняет и ещё одна чисто географическая особенность страны: все жители или же гости, прибывшие на отдых в Финляндии, имеют возможность лично прочувствовать на себе полярную день или же полярную ночь. Солнце сначала не опускается за горизонт в течение 73 дней, а потом наоборот – не поднимается над горизонтом в течении 50 суток. Зрелище это достаточно необычное и весьма впечатляющее, делающее туры в Финляндию чем-то большим, чем просто путешествие.

Основными направлениями туризма Финляндии стали организация великолепной рыбалки в кристально чистой озёрной воде и отдых на горнолыжных курортах Финляндии Леви, Рука и Луосто. Первый вариант будет лучшим

предложением для летнего отдыха в Финляндии, а второй удачно дополнит зимний отдых здесь же. По словам знатоков, рыбалка в Финляндии – что-то невообразимое, а горнолыжные туры в Финляндию бывают забронированы задолго до официального открытия сезона.

Любителей познавательного отдыха порадуют экскурсии по исторической части городов, а особенно столицы Финляндии – Хельсинки, где на каждом шагу можно встретить необычайной красоты достопримечательности. Вообще же интересно посетить города Финляндии – Тампере и Рованиemi. Увлекательными признаются походы в леса, устраиваемые под присмотром опытных лесников.

Курорты Финляндии имеют целебные источники, что создаёт оптимальные условия для создания в Суоми бальнеологических здравниц. Поэтому поездка в Финляндию может стать не только приятной, но и невероятно полезной.

При организации отдыха для детей в Финляндии идеальным вариантом станет маленькое путешествие на Родину Санта-Клауса, название, которой Лапландия. Кроме интересных историй и сказочного настроения, вы обретёте здесь отдых в тёплой и уютной, практически домашней, обстановке.

Отправиться в тур и узнать все о Финляндии не составит особого труда, нужно лишь заранее выбрать качественного туроператора и не забыть, что въезд в страну предполагает обязательное наличие у Вас визы в Финляндию. Продумывать же маршрут путешествия в Финляндию заранее будет излишним, ведь в этом северном, поистине волшебном, уголке яркие и неповторимые впечатления можно получить буквально от всего окружающего.

Заповедники и национальные парки Финляндии

Большое внимание уделяется устройству национальных парков. Из существующих девяти парков самые крупные – Лемменйоки (площадь 1720 км²). Паллас-Оунастунтури (500 км²) и Оуланка (107 км²) – находятся в Лапландии. Это живописный край тысяч озёр и островов.

Национальный парк Лемменйоки

Национальный парк на севере страны, близ границы с Норвегией. Разорванный расколами скал, покрытый искривленными карликовыми березами, парк выходит к

большим болотистым пространствам, изобилующим осенью полярными ягодами. На реке Лемменйоки (именуемой также рекой Любви) каждый год проходят международные соревнования золотоискателей.

Охраняемая территория продолжается на другой стороне границы, где расположен норвежский Национальный парк Эвре-Анарйока, в результате чего здесь возникла самая большая заповедная область Европы. Основан в 1956 году, площадь 280 тыс. га. Охраняет природные комплексы северной тайги и лесотундры. Растительность представлена сосновыми борами и вересковыми пустошами.

Животный мир типичен для северо-таежных районов Европы и включает северного оленя, волка, бурого медведя, из птиц – клеста-сосновика, сойку и дятлов. Весной на водоемы парка прилетают с юга многочисленные водоплавающие птицы, в том числе лебедь-шипун и гусь-гуменник.

На юге же преобладают парки очень малых размеров. В настоящее время намечается увеличить число парков до 49 и значительно расширить их площадь.

Крупный туристический центр Саариселькя расположен в национальном парке Урхо Кекконена, представляющем собой один из последних диких заповедников в Европе. Все особенности северной природы представлены в этих лесах, которые тянутся до русской границы.

С холмов открывается сказочный вид на девственную Лапландию: болотистые равнины с моренными валунами, нетронутые уголки, куда устремляются пенные воды рек, леса, населенные медведями, рысями, волками или росомахами.

В данном параграфе написано в целом про туристские ресурсы Финляндии. У нас задача – охарактеризовать объекты делового туризма: предприятия, конгресс-холлы, выставочные центры и т.д.

Для деловых туристов важна не только деловая часть поездки, но и культурная программа, в ходе которой деловые туристы могут посетить туристические ресурсы.

1.3 Модель делового тура в Финляндию

Изначальной функцией туристических фирм является планирование туров. В процессе выполнения этой функции создается конкурентоспособный и привлекательный туристский продукт.

Для того чтобы его создать, необходимо реально оценивать ситуацию спроса и предложения, сложившуюся на рынке. Основываясь на параметрах вероятного спроса, необходимо определить:

- территориальные рамки производимого продукта;
- социальную структуру клиентов;
- виды туризма и его возможные цели.

Для повышения спроса на туристский продукт необходимо определить его содержание, при этом обязательно учитывать данные, полученные после изучения и анализа рынка и прогнозов возможного спроса.

Если туристский продукт носит познавательный характер – необходимо выбирать страны с наиболее древними культурами, интересными достопримечательностями.

Тур может выступать как способ отдыха, тогда для него выбираются страны с соответствующими климатическими условиями (море, пляж).

Также необходимо определить сезон и продолжительность туристической поездки.

Основываясь на рыночном спросе, определяется количество групповых или индивидуальных туров по каждой конкретной стране. Класс пакета услуг также определяется на основании оценки рыночного спроса.

Все вышеперечисленные критерии берутся за основу туристической фирмой для подготовки определенного туристического тура. В дальнейшем сформированный туристский продукт обсуждается с поставщиками услуг и иностранными партнерами.

В идеальном варианте подготовка тура должна начинаться за 2 года до того, как по новому маршруту будут отправлены первые туристы.

Для того, чтобы в дальнейшем туристский продукт был востребован, необходимо выделить целевую группу, на которую он будет ориентирован. Реализовывать новые туристские продукты туристическая фирма может через уже налаженные каналы сбыта – это считается наиболее простым способом выхода на рынок с новым продуктом. Для моего делового тура целевая аудитория – это молодые люди 25–35 лет.

Если же туристическая фирма впервые выходит на международный уровень, то ей необходимо найти контрагента (подходящего партнера).

Помощь в нахождении партнеров может оказать национальная ассоциация туристических фирм. Затем происходит обсуждение программы обслуживания между турфирмой и фирмой-контрагентом. Программа обслуживания включает в себя комплект услуг, которые должны соответствовать потребностям туристов, тематике тура, быть заранее оплачены и распределены по времени тура.

Во время проведения переговоров между отправляющей фирмой и фирмой, принимающей туристов, обсуждаются все практические вопросы:

- время прибытия и отъезда (дата);
- список городов, порядок и длительность их посещений;
- способ и классность размещения туристов в каждом пункте;
- питание;
- вид транспорта, используемый во время тура;
- перечень экскурсий.

Эта предварительная (без уточнения деталей) схема проведения туров прикладывается к договору, заключаемому между фирмами–партнерами; если тур продается индивидуально, то он оформляется в виде заказа.

Перед непосредственным заездом туристов фирмы–партнеры дополнительно оговаривают и согласовывают программу обслуживания, здесь уже все раскладывается по дням, с указанием мест остановок, а в некоторых случаях и ресторанов, в которых в дальнейшем туристы будут обслуживаться. Результатом такого согласования должна стать разработанная программа, которая вручается туристу вместе с путевкой. Программа тура будет представлена чуть ниже.

Турист может приобрести как готовый туристский продукт, так и заказать себе комплекс услуг в соответствии со своими желаниями и требованиями, предъявляемыми к уровню обслуживания.

При оптимальной программе обслуживания учитываются все потребности туристов. Во время формирования тура необходимо обратить внимание не только на качество предоставляемых услуг, но и на соответствие содержания тура его цели. Например, если планируется деловой тур, то экскурсионная программа должна формироваться с учетом интересов деловых людей.

Организация деловых туров имеет свою специфику. Также для этого вида туров характерно размещение туристов в гостиницах повышенной комфортности, с неизменным условием предоставления одноместных номеров. Заранее следует предусмотреть вероятность аренды зала для проведения конференций и других мероприятий. Еще одним обязательным атрибутом для делового туризма считается наличие услуг связи и отделений банков.

Если организуется тур с целью проведения конгресса, предусматривается наличие организационной и множительной техники, помещений для заседаний. Необходимо заранее изготовить папки с нанесенным на них логотипом, значки, и продумать их распространение, организовать работу секретариата, распланировать проведение банкетов, приемов, фуршетов и т. п.

Для перемещения туристов нужно определенное обеспечение транспортом (предоставление автобусов и машин для проведения экскурсий, деловых поездок).

Экскурсионно-познавательный тур, как правило, состоит из нескольких экскурсий, первая из которых, вводная (ознакомительная), служит для знакомства туристов с достопримечательностями места пребывания. Помимо экскурсий, программа предусматривает посещение музеев, исторических памятников и т. п. Рекомендуется оставить 1–2 дня свободными от экскурсий, для самостоятельной туристической активности.

При составлении туристических программ и их дальнейшем согласовании путем переговоров туристической фирме надо определиться с конкретными вопросами, установить срок проведения программы.

В зависимости от социальной направленности тура, для ночевки используются предприятия гостиничного типа или дополнительные средства размещения (лагеря, общежития и т. д.). Использование дополнительных средств размещения ведет к снижению общей цены тура. Чаще всего подобный вид ночевки предлагается для туристических поездок студентов и школьников.

Эффективность работы транспортного комплекса Финляндии во многом определяется состоянием и развитием инфраструктуры железнодорожного, автомобильного, водного и воздушного транспорта. Воздушным транспортом на внутренних авиалиниях в Финляндии перевозится около 5 млн. чел., а на международных маршрутах более 7 млн. чел. [2].

В Финляндии имеется 25 аэропортов, через которые осуществляется регулярное пассажирское авиационное сообщение. Наиболее загруженным является аэропорт «Хельсинки-Вантаа», объем пассажиропотока через который достигает 10 млн. чел. ежегодно. Из аэропорта совершаются рейсы самолетов более 130 авиакомпаний – в страны Европы, Северной Америки и Азии. Рейсы, как правило, совершаются без задержек, аэропорт планомерно расширяется. Здесь предоставляются услуги самого высокого класса и бизнесменам, и туристам. В аэропорту имеются хорошие стоянки для автомобилей и магазины Taxfree, предоставляются помещения для проведения совещаний, конгрессов, выставок, имеются свои гостиницы. Из Хельсинки в аэропорт совершают рейсы регулярные автобусы. Примерная стоимость проезда 5–8 евро.

По уровню обслуживания и безопасности данный аэропорт ИКАО признало одним из лучших в мире [5].

Крупнейшая в Финляндии государственная авиакомпания «Финнэйр» располагает парком из 69 современных воздушных судов, в том числе 7 – «Боинг 757» и 18 – «MD-82/83», а также 29 «Эйрбас» моделей А321, А320, А319. Средний возраст самолетного парка компании составляет 8,8 лет. Основной акционер компании – финляндское государство, владеющее 58,4% акций. Другими владельцами акций являются страховые компании.

Популярностью пользуются дешёвые авиаперевозчики, совершающие рейсы из Финляндии — так называемые лоукостеры (lowcoster) или авиадискаунтеры (aviadiscounter). Одной из таких компаний является Blue 1 – вторая по величине авиакомпания Финляндии. Blue 1 работает на внутренних маршрутах в пределах Финляндии, а также выполняет рейсы в Скандинавию и остальные страны Европы [9].

Компания Finavia предоставляет 21 аэропорт по всей стране.

Основные авиакомпании, осуществляющие пассажироперевозки в города Финляндии: Finnair, Lufthansa, EstonianAir, AirBaltic, Аэрофлот, Россия.

Специализированные автобусы Finnair курсируют между аэропортом и центральным железнодорожным вокзалом каждые 15 минут с 5.00 до 24.00. Поездка занимает примерно 25 минут.

Четыре железнодорожных маршрута пересекают эту страну [5]. Транс-Европейский автобан, соединяющий балтийские страны со Средиземноморьем. Автострады, проложенные в горах соединяют страну с Италией и Австрией, второстепенные шоссе – с Хорватией.

Несмотря на попытки улучшения дорог, особо напряженное движение наблюдается возле Миккелии и Керавы. Эти два города располагают небольшими международными аэропортами. Финляндия представляет собой страну вечных снегов и родину Санта-Клауса. Это тоже является особенностью этого государства [13].

В соответствии с общемировой тенденцией все большее значение приобретают автомобильный транспорт. Протяженность автодорог с твердым покрытием приблизилась к 78,821 км. В Северной Европе Финляндия уступает в этом показателе Норвегии – 92,946 км и Швеции – 425,300 км. В Германии – 231,500 км, Австралия – 812,972 км, во Франции – 950,985 км.

Построены первые скоростные дороги протяженностью 400 км. Основные дороги имеют асфальтовое покрытие, второстепенные дороги асфальтированы не везде. При езде по грунтовым и гравийным дорогам нужна осмотрительность:

часты крутые повороты, подъемы и спуски. Важнейшие транзитные магистрали пронумерованы белой краской (общеевропейского значения – на зеленом фоне, междугородные – на красном и все прочие – на голубом фоне).

Состояние дорожного полотна и системы – образцовое, укладка асфальта производится по европейским технологиям в несколько слоев с амортизирующей подушкой. Имеется множество скоростных шоссе и автострад, оборудованных развязками, местами для отдыха и информационными табло.

Наряду с проложенными между городами автомагистралями повсеместно развита сеть поддерживающихся круглый год грунтовых дорог (смотри рисунок 3). В крупных городах обустроены велосипедные дорожки [7].

Максимально допустимая скорость в населенных пунктах составляет 50 км/ч (если иное не указано), а на шоссе – 100 км/ч, если есть соответствующие знаки, а если знаков нет – 80 км/ч, на магистралях – 100 км/ч (летом 120 км/ч). Автомобилям с прицепным жилым вагончиком не разрешается ехать со скоростью более 80 км/ч, то же относится и к кемперам. Максимальная ширина вагончика не должна превышать 2,5 м.

За пределами населенных пунктов все автомашины должны обязательно двигаться днем и ночью с включенными фарами. Все места в автомобиле должны быть снабжены ремнями безопасности, даже в такси езда с не пристегнутыми ремнями строго запрещена. Дорожные знаки и правила дорожного движения в основном соответствуют принятым в Центральной Европе [10].

В объеме пассажирских перевозок на короткие расстояния преобладает перевозка легковыми автомобилями, парк которых в Финляндии насчитывает 2,35 млн. единиц. Объем российско-финляндских пассажирских автомобильных перевозок составляет около 6 млн. человек.

Хотя система автомобильных дорог была расширена, а парк частных автомашин сильно вырос в 1960–1970-е годы, интенсивность дорожного движения в Финляндии все еще невелика по сравнению с другими скандинавскими странами. Автобусное сообщение летом поддерживается вплоть до крайних северных

районов. Длина автомобильных дорог достигает 80 тыс. км.

Основу транспортной сети Финляндии долгое время составляло сочетание железнодорожного транспорта с водным – речным и морским. Спецификой железных дорог по сравнению с другими западными странами является ширина колеи 1524 мм – такая же, как в России и других странах бывшего СССР. Это связано с тем, что главные железные дороги построены в период нахождения Финляндии в составе Российской империи. Протяженность железных дорог – почти 6 тыс. км, из них более трети электрифицировано, почти 500 км имеет две колеи.

Железнодорожная сеть связывает друг с другом почти все крупные и мелкие города Финляндии. Электропоезда курсируют на важнейших маршрутах: Хельсинки – Турку, Хельсинки – Пори, Хельсинки – Оулу, Хельсинки – Иисалми, Хельсинки – Йоенсуу и Турку – Тойяла.

Государственные железные дороги Финляндии сконцентрированы в южной части страны (см. рисунок 1).

Согласно рейтингу стран мира по протяженности железных дорог Финляндия занимает 33 строчку – 5741 км. Уступая таким европейским странам, как Германия 48215 км., Франция 29370 км., но при этом опережает своего соседа – Норвегию – 4114 км. Абсолютным лидером по этому показателю является США 226612 км [3].

Парк подвижного состава состоит из 502 дизельных локомотивов и 130 электровозов, большинство из которых оборудованы системой оповещения, основанной на спутниковой технологии определения местонахождения. Вагонный парк насчитывает более 14 тыс. ед., в том числе пассажирских вагонов около 1 тыс. ед.

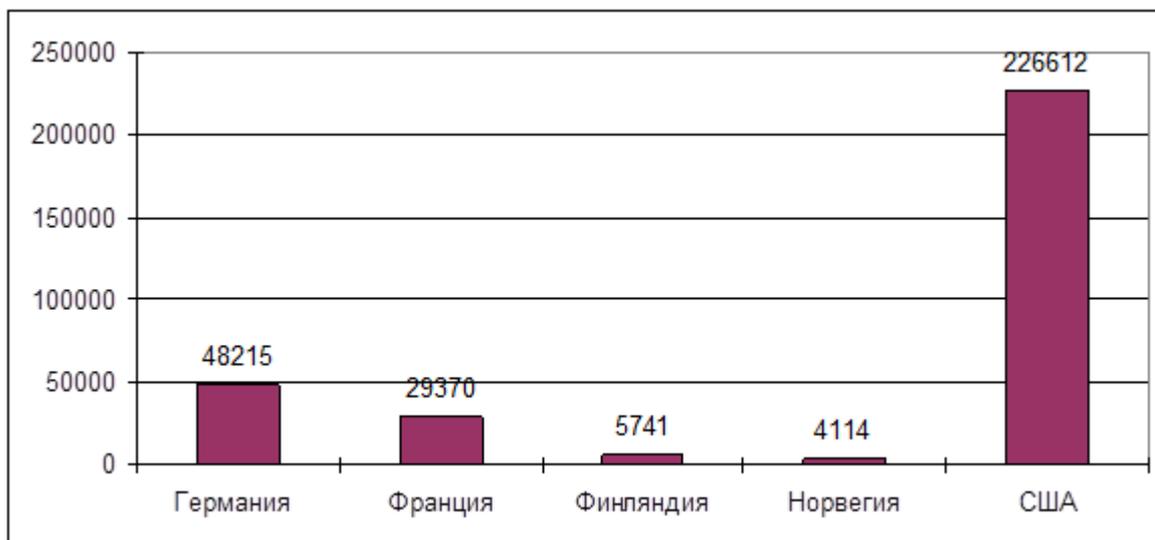


Рисунок 1 – Протяженность железных дорог

Объем пассажирских перевозок железнодорожным транспортом в Финляндии достиг рекордного уровня в 60 млн перевезенных пассажиров в год, из которых 12 млн человек были перевезены поездами дальнего следования. Объем российско-финляндских пассажирских перевозок железнодорожным транспортом составляет порядка 250 тыс. человек.

Поездка от Хельсинки до Рованиеми длится 10 часов, поезда ходят круглый год [12].

Перемещение железнодорожным транспортом в пределах города стоит 1,5–2 евро за одну поездку (зависит от зоны), абонемент на 10 поездок («Seutulippi», дает право на скидку при обратной поездке и при поездках в Эспоо и Вантаа, пригороды Хельсинки) – 20 евро. Железнодорожный билет на 3 дня стоит 105 евро (первый класс – 150 евро), на 5 дней – 135 евро (первый класс – 195 евро) и на 10 дней – 180 евро (первый класс – 260 евро).

Дети до 6 лет имеют права бесплатного проезда (до четырех детей с одним взрослым), детям от 6 до 17 лет предоставляется скидка 50 %. Предусмотрены «семейные» скидки, которые предоставляются семьям не менее чем из 3 человек, один или два из которых – взрослые. Один ребенок (6–16 лет) с каждым взрослым имеет право на бесплатный проезд. Дети до 6 лет также принимаются в расчет при определении размеров группы. Все путешествующие по семейному билету

должны ехать на одном поезде и в одном и том же классе. Пассажиры старше 65 лет оплачивают 50 % от стоимости проезда. Билет на поезд действителен на маршрутах прямого сообщения без права пересадки [8].

Существует так же проездной билет «Финрейлпасс», который предоставляет возможность свободно путешествовать по сети Финских железных дорог в течение 3, 5 или 10 дней.

Между Финляндией и Россией ежедневно курсируют три фирменных поезда: финский «Сибелиус» и российский «Репин» (Хельсинки – Санкт-Петербург), Лев Толстой (Хельсинки – Москва). На осень 2010 года планируется запуск первых высокоскоростных поездов между Санкт-Петербургом и Хельсинки.

Поезд Москва – Хельсинки («Лев Толстой») ежедневно отправляется из Москвы с Ленинградского вокзала. Время в пути – около 14 часов. Из Санкт-Петербурга Финляндского вокзала ежедневно в Хельсинки отправляются поезда «Репин» и «Сибелиус». Время в пути – около 6 часов. Поезд останавливается в Выборге, Вайникала, Коуволла, Лахти, Рийхимяки, Пасила. В состав поезда включается вагон для перевозки автомобилей. Российский поезд «Репин» и финский поезд «Сибелиус» ежедневно следуют из Петербурга (с Финляндского вокзала) в Хельсинки через Выборг, Вайникала, Коуволла, Лахти, Рийхимяки, Пасила. С промежуточных станций можно попасть в другие регионы Финляндии [7].

Финский морской транспорт играет значительную роль в перевозках пассажиров и грузов. В стране существует обширная озёрно-речная сеть и протяженные морские побережья, поэтому по воде можно попасть практически в любую точку Финляндии, а также в близлежащие страны.

Внутренние водные пути (преимущественно по озерам) имеют протяженность 6,7 тыс. км, из них 3,7 тыс. км пригодны для пароходного сообщения. Сайменский канал соединяет озеро Сайма, а вместе с тем внутреннюю водную систему страны с Финским заливом в районе российского города Выборг и активно используется для перевозок грузов. Крупнейшие морские порты – Хельсинки (грузооборот

почти 10 млн. т), Котка, Хамина (более 5 млн. т), Турку, Нантали, Пори, Васа, Оулу, Марианхамина. С портами Швеции и Германии организовано паромное сообщение. Торговый флот насчитывает почти 100 судов общей грузоподъемностью более 1 млн. т [5].

Сеть судоходных водных путей протяженностью 6,1 тыс. км, включающая каналы между многочисленными озерами, имеет исключительно важное значение для пассажирских и грузовых перевозок.

Зимой судоходство по каналам осуществляется с помощью ледоколов.

В международном морском пассажирском сообщении Финляндии с зарубежными странами, в том числе, Швецией, Эстонией, Германией и Россией, объем перевозок (в основном, морскими паромами) превышает 16 млн. человек, из которых на российско-финляндском направлении перевозится лишь немногим более 80 тыс. человек.

Сейчас Сайменский канал, соединяющий Финский залив с озером Саймаа, позволяет совершить водное путешествие прямо из России – из Выборга или Санкт-Петербурга – в финский город Лаппеенранту. Помните, все эти маршруты возможны лишь в летнее время [13].

Главные морские порты: Хельсинки (порт в черте города), Турку, Котка. Паромное сообщение со Швецией, Эстонией, Польшей, Германией.

Наиболее важные судоходные маршруты: Хельсинки – Таллинн, Хельсинки – Любек, Хельсинки – Стокгольм, Турку – Маарианхамина – Стокгольм и Вааса – Уумаи. Крупные судоходные компании гарантируют скорость и комфорт, однако в летний сезон билеты необходимо заказывать заранее. Общая протяженность судоходных рек – 7,842 км. В Норвегии этот показатель равен – 1,577 км.



Рисунок 2 – Общая протяженность судоходных рек

Объем судоходного сообщения между Финляндией и Швецией велик. Гигантские автопаромы с максимумом комфорта отправляются ежедневно из Финляндии, Аландских островов и Швеции. Быстрота и комфорт характерны для автопаромного сообщения между Германией и Финляндией, однако ввиду малых объемов на линии курсирует небольшое количество судов, что создает перегрузку в высокий сезон.

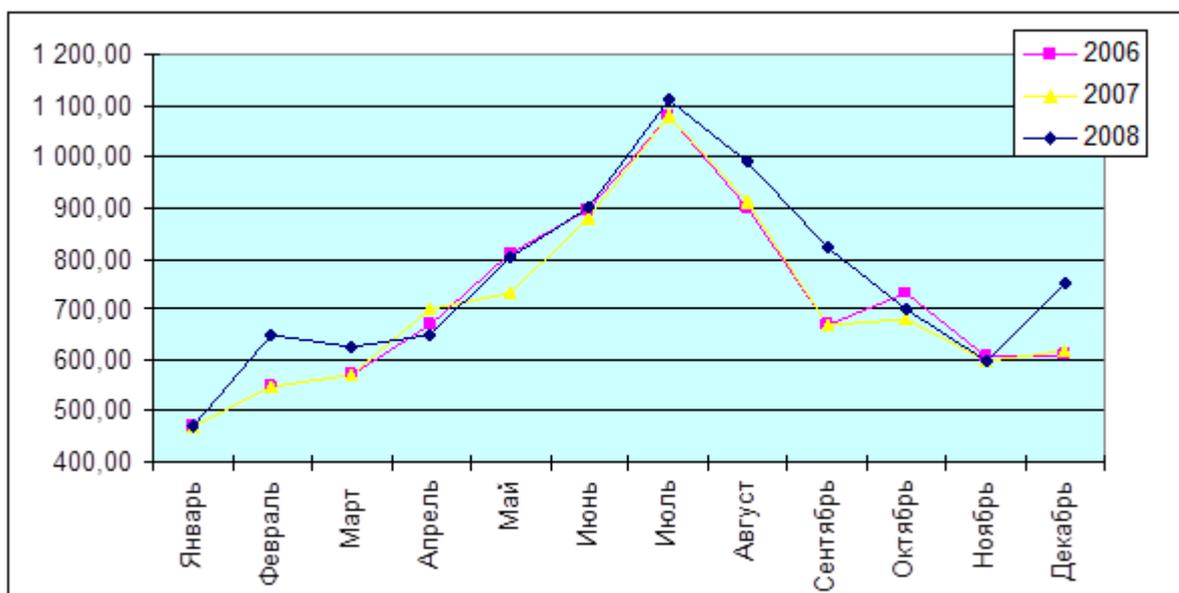


Рисунок 3 – Количество прибывших и убывших из порта Хельсинки

Транспорт и транспортная инфраструктура занимают важное место в экономике Финляндии. На долю транспортного комплекса приходится 6% внутреннего валового продукта страны, 15% потребляемой энергии и более 40% общего потребления нефтепродуктов. Доля транспортных расходов в стоимости финского экспортного продукта составляет 10–15%. Более важную роль играет

автотранспорт. Большая часть пассажирского сообщения с другими странами осуществляется морским путем. Главные морские порты – Хельсинки, Турку, Котка. Благодаря ледоколам морская навигация осуществляется круглый год.

Современное состояние гостиничной инфраструктуры

Существует большое разнообразие гостиниц в Финляндии, чтобы удовлетворить потребности туристов. Путешествие для бизнеса, или для удовольствия, можно быть уверенным, что пребывание здесь будет приятным. Комфорт и удобство сделают воспоминания намного более яркими. Можете путешествовать на бюджетные деньги и искать дешевую гостиницу или, путешествовать самостоятельно с семьёй и поселиться в роскошной гостинице с исключительным обслуживанием, в любом случае можно найти то, что удовлетворит любой вкус.

Согласно результатам исследования, проведенного Статистическим центром и Центром по развитию туризма Финляндии, число посетивших страну иностранных туристов зимой 2006 увеличилось на 4% по сравнению с тем же периодом 2005 года. Всего с ноября по апрель 2006 года в Финляндии побывало свыше двух миллионов зарубежных гостей. Больше всего туристов приезжало из России, Швеции и Эстонии [15].

В свою очередь, у финнов наиболее популярной страной для отдыха оказался Таиланд. Небывалый спрос на туры в дальние страны вообще, и на туры в Таиланд в частности, стал неожиданностью для финских туроператоров. Как пишет местная пресса, туроператоры столкнулись с трудностями в организации достаточного количества чартерных рейсов и гостиничных номеров для своих туристов, желающих провести там отпуск. Особенно проблематична оказалась ситуация с Таиландом, и потому желающих приходилось перенаправлять в другие места. Самые дорогие гостиницы среди стран Северной Европы – в Норвегии. Дания и Швеция сами по себе входят в пятерку самых дорогих стран Европы. Финляндия по уровню цен на размещение в отелях занимает лишь восьмое место. Список гостиничных цен (так называемый HotelPriceIndex) дает приблизительную

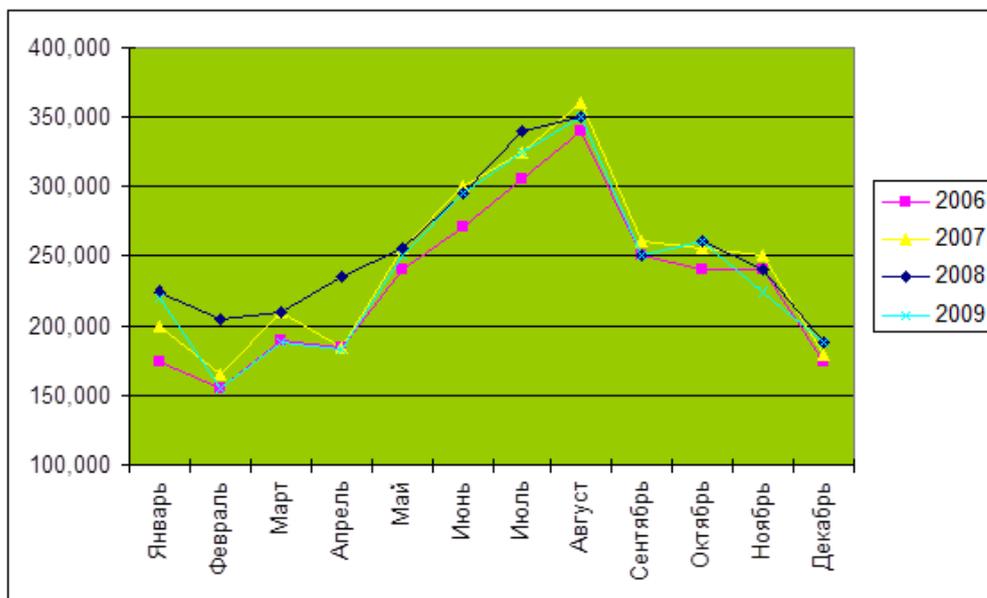
информацию о стоимости проживания в отелях различных уголков земного шара. В опубликованном отчете сравниваются цены с начала июля по конец сентября 2008 года. В этот промежуток времени отели Финляндии даже подешевели: в среднем со 114 до 113 евро [10].

Мало изменилась по сравнению с прошлым годом стоимость размещения и в других странах Северной Европы. Сутки в гостинице Норвегии, как и в 2008 году, стоят в среднем 149 евро. В Дании гостиницу можно снять примерно за 144 евро, в Швеции – за 124 евро. Самыми дорогими городами считаются Копенгаген, Осло и Берген; там проживание в гостинице стоит около 178 евро. Стокгольм находится на четвертом месте в регионе по уровню цен на гостиничные услуги. Здесь стоимость номера – около 128 евро.



Рисунок 4 – График стоимости гостиниц в Скандинавских странах

Из городов Финляндии за период с июля по сентябрь самым дорогим стал Хельсинки. Ночь в гостинице в среднем здесь обходилась в 117 евро. На втором месте – Тампере со средней ценой в 106 евро. В Хельсинки цены с 2007 года остаются практически на одном уровне, в Тампере – снизились на 1%. Количество ночевков в отелях Финляндии в декабре 2008 года в общей сложности превысило 1,2 миллиона, что на 1% меньше по сравнению с тем же периодом 2007 года. При этом число ночевков финских туристов возросло приблизительно на 1%, до 741 тысячи человек. На долю иностранных туристов пришлось 494 тысячи ночевков, и это на 3% меньше, чем за аналогичный период предыдущего



года.

Рисунок 5 – График ночевок в Хельсинки (тыс. чел)/ показатели за месяц

Из графика мы видим, что наибольшее количество человек, остановившихся с ночевкой в Хельсинки было в 2007 году в Августе, наименьшее количество прибывших было в феврале 2009 года. В целом из графика заметно, что наибольшее количество ночевок в гостиницах Финляндии приходится на летний сезон, снижение происходит к декабрю, в январе показатели немного увеличиваются, а в феврале опять заметно снижение количества ночевок. Если с июня по декабрь 2008 года загрузка отелей составляла около 50–80%, что значительно выше запланированного, то в январе она упала до 11–12%. Большинство гостей Хельсинки остаются граждане России. Количество ночей, проведенных ими в гостиницах страны с января по сентябрь, увеличилось на 30% по сравнению с аналогичным периодом 2008 года – до 184,5 тысяч. Заметно сократился турпоток из США: на 24%. Зато на 10% выросло число ночей, проведенных в финских гостиницах российскими туристами [13, 17]. Тенденция декабря 2009 года иллюстрирует влияние мирового финансового кризиса на турбизнес Финляндии. Для сравнения, за период с января по сентябрь 2008 года рост числа ночевок в Хельсинки составлял 4,6%, заполняемость гостиниц достигала 70,4%.

В Финляндию ежегодно прибывает огромное количество туристов. У каждого

туриста соответственно свои цели, но согласно Статистическому бюро Финляндии показатель количества приезжих с целью бизнеса на протяжении с 2002 года по 2008 остается лидирующим. Как видно из графика с целью отдыха в Финляндию прибывает меньшее количество туристов. Наименьший показатель прибытий туристов с другими целями.

В 2009 году сложилась немного другая ситуация. Соотношение туристов, прибывших в страну с целями бизнеса и для отдыха практически одинаковое, а наименьший показатель у туристов, прибывших с другими целями.

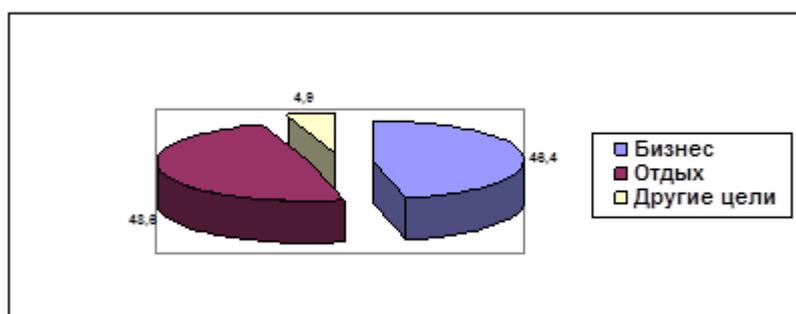


Рисунок 6 – Цели посещения гостиниц Финляндии на 2009 год

Одним из распространенных средств размещения в Финляндии является специализированные средства размещения, такие как круизные суда – флотели.

Методы организации делового тура в Финляндию включает в себя следующие этапы:

- маркетинговые исследования (выявление потенциальных возможностей и формирование тура) – проведен анализ, выявлены потенциальные возможности для формирования и реализации тура:
- ПЭСТ анализ (политические, экономические, социальные, технологические силы) – проведен мониторинг всех сфер, выявлены наиболее оптимальные;
- ПНВУ (преимущества, недостатки, возможности, угрозы);
- сегментация рынка (мотивация, цели) – «название тура»;
- география маршрута (перспективное планирование тура);
- выявление ресурсно-технического обеспечения тура (основные и дополнительные объекты показа, транспорт, питание, размещение);

- тип маршрута (линейный, радиальный, кольцевой).

Договорный этап (заключение договоров с партнерами). На этом этапе происходит определение партнёра или поставщика услуг. В договоре указывают: предмет договора, основные условия, права и обязанности поставщика, ответственность сторон, порядок расчётов, юридические адреса сторон, форс-мажор.

Договор с гостиничным предприятием делового тура в Финляндию должен содержать:

- стоимость номеров, их бронирование;
- скидки;
- условия размещения;
- график заездов;
- материальная ответственность.

Договор с предприятием питания включает:

- количество одновременно обслуживающих туристов;
- регулярность и величина питания;
- примерные цены;
- материальная ответственность.

Информационно-методическое обеспечение тура:

- составление карточки транспортного маршрута;
- описание маршрута (вербальное описание, условия приема и обслуживания);
- график движения по маршруту (расписание);
- документ «Условия приема и обслуживания туристов».
- условия о размещении: какие номера, комнаты или каюты, сколько человек может проживать, санитарно-бытовое обслуживание – наличие канализации, прачечных, душ или ванны в номерах.
- условия питания: ресторан, кафе, буфет – адрес и отдаленность от места проживания, план питания.

Программа туристско-экскурсионного, культурно-досугового обслуживания: дни обслуживания, перечень тем экскурсий и мероприятий, продолжительность экскурсий в астрономических часах, стоимость экскурсий):

- карта-схема маршрута;
- справочные материалы по маршруту;
- различная информация для составления памятки для туристов, выезжающих за границу, памятка для менеджера;
- описание технологических особенностей тура (прививка от СПИД, малярии, азиатская гостиница, Диснейленд и т.д.);
- памятки о сроках подачи заявок (на авиабилеты, проживание, питание, скидки на группу);
- заявка бронирования тура (дата, № заказа, ответственное лицо, название тура, информация о туристах русский и латинский вариант, № заграничного и российского паспорта, транспорт, время, рейс, класс, возможные изменения, страна, город, дата прибытия и убытия, гостиница, название, класс, тип номеров, питание, экскурсии);
- информационный листок, в котором содержится следующая информация:
- маршрут – экскурсия, тип маршрута, транспорт, размещение, продолжительность, краткое описание;
- пакет услуг;
- дополнительная информация.
- расчет стоимости путевок делового тура в Финляндию и выпуск к реализации (калькуляция). Стоимость путевки рассчитывается следующим образом:
 - транспортные услуги – внутри маршрутный транспорт, трансфер (доставка туристов от места сбора группы к терминалу основного перевозчика), экскурсии;
 - продвижение делового тура в Финляндию на рынок (инструменты продвижения):

- реклама (каталоги, брошюры, наружная реклама, реклама в СМИ, в пункте продажи);
- стимулирование продаж (различные материалы для прямой почты, проспекты по конкретному направлению – метод поддержки);
- связи с общественностью (оформление пресс-релизов и публикаций отдаются в информационные службы, комитеты);
- пресс-конференции и пресс- демонстрации;
- иллюстративные рассказы с описанием – имиджевая статья;
- презентации;
- ознакомительные туры;
- выставки, ярмарки, научно-практические конференции;
- различные видеофильмы.

Этап реализации путевок (формирование агентской цепи)

Для формирования и реализации любого турпродукта необходимо следовать требованиям ГОСТ 50681–2010. Без рассмотрения данного ГОСТа невозможно дальнейшая работа над созданием турпродукта. Данный ГОСТ устанавливает порядок и правила проектирования туристских услуг, в том числе туристских услуг входящих в туристский продукт. Данный стандарт применяется юридическими лицами, независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности, индивидуальными предпринимателями, оказывающими туристские услуги и/или услуги по разработке технических документов в сфере туризма [17]. Данный ГОСТ указывает следующие основные положения по проектированию туристских услуг:

- проектирование туристских услуг осуществляется туроператором или организацией, предоставляющей услуги по проектированию туристских услуг, а также саморегулируемой или общественной организацией, осуществляющей деятельность в сфере туризма, в целях определения основных параметров и характеристик новых туристских продуктов;

- проектирование туристских услуг осуществляется в соответствии с техническим заданием, разрабатываемым туроператором с учетом следующих основных факторов;

- конъюнктуры рынка туристских услуг;
- запросов (требований) туристов/заказчиков туристского продукта (услуги);
- состояния и структуры объектов туристской индустрии - межрегионального кластерного подхода;

- результатов маркетинговых исследований;
- обеспечения безопасности туристских услуг;
- защиты прав потребителей туристских услуг;
- предоставления потребителям туристских услуг возможности компетентного выбора;

- соблюдения экологических и санитарно-эпидемиологических требований;
- наличие договоров на оказание туристских услуг с соисполнителями.
- порядок и основные параметры технического задания на проектирование туристского продукта/услуги утверждаются руководителем туроператорской компании/организации-соисполнителя туристской услуги;

- формирование туристского продукта осуществляется в соответствии с техническими и технологическими требованиями.

К техническим требованиям относятся:

- требования к документам, в том числе картам и схемам маршрутов путешествий, паспортам трасс туристских походов, схемам трасс маршрутов и т.п.;

- требования, учитывающие инженерные, геологические, геодезические, почвенные и гидрологические характеристики территории;

- регламенты использования технических средств, в том числе: паспорта объектов туристской индустрии, инструкции о правила использования оборудования, туристского снаряжения, других технических изделий, чертежи, рисунки и т.д. Технические требования, направленные на обеспечение безопасности жизни, здоровья и имущества туристов, охраны окружающей среды,

минимизацию рисков для потребителей туристских услуг, устанавливаются в соответствии с законодательством и ГОСТ.

К технологическим требованиям принадлежат:

- требования, установленные в технологических картах процессов оказания туристских услуг (туристских маршрутов, экскурсий и пр.);

- требования, предусмотренные в технологических инструкциях;

- требования, предусмотренные национальными стандартами, отраслевыми технологическими нормами;

- квалификационные требования, содержащиеся в должностных инструкциях, стандартах работы персонала и др. Согласно ГОСТу основными этапами проектирования турпродукта являются следующие:

- проектирование туристских услуг осуществляется в несколько этапов:

- составление моделей туристских услуг;

- разработка технических требований и нормируемых характеристик услуг;

- установление технологических требований и определение технологии процесса оказания туристских услуг;

- определение методов контроля качества проектируемых туристских услуг;

- утверждение документов на проектируемые туристские услуги.

- при составлении модели туристской услуги учитывают следующие факторы:

- вид туристской услуги;

- основную направленность/назначение туристской услуги (оздоровление, осмотр природных достопримечательностей, посещение объектов историко-культурного наследия и др.);

- маршрут путешествия (путь следования, пункты отправления и прибытия, перечень пунктов ночевки, стоянок и т.п.);

- перечень соисполнителей (поставщиков услуг по размещению туристов, организации питания и перевозок);

- метод обслуживания туристов;

- перечень организаций и индивидуальных предпринимателей, оказывающих дополнительные услуги (организация досуга, консалтинговые, информационные и другие услуги) [17];

- установление нормируемых характеристик/показателей для каждой туристской услуги осуществляют в зависимости от ее вида и назначения. Для каждой характеристики/показателя услуги должны быть указаны приемлемые для потребителя и исполнителя значения.

- основными требованиями к туристским услугам и условиям обслуживания туристов являются;

- соответствие назначению;
- безопасность;
- точность и своевременность исполнения;
- эргономичность;
- комфортность;
- эстетичность;
- информативность;
- доступность.

Характеристики туристских услуг, указанные в проектных документах, должны соответствовать требованиям национальных стандартов.

Дополнительными требованиями к процессам оказания услуг являются:

- категория, тип, количество и пропускная способность объектов туристской индустрии (средств размещения, горнолыжных трасс, пляжей и др.), используемое снаряжение и оборудование;

- количество и компетентность необходимого персонала, обслуживающего туристов на каждом этапе оказания услуги, и необходимый уровень профессиональной подготовки;

- обязательства исполнителей и соисполнителей туристских услуг по надлежащему их оказанию в соответствии с заключенными договорами, включая условия возмещения ущерба.

Установление технических и технологических требований при проектировании туристских услуг осуществляется для процессов формирования, продвижения и реализации туристского продукта.

Результатом данного этапа проектирования являются проекты технических условий, технологических инструкций, технологических карт, стандартов работы персонала и других документов.

В документах, регламентирующих проведение контроля качества, устанавливаются методы и формы проведения контроля на соответствие запроектированным характеристикам [17].

Анализ разработанных проектов документов на туристские услуги проводится специалистами – представителями соответствующих функциональных подразделений туристской организации, в том числе с привлечением независимых экспертов.

Анализ проводится с целью подтверждения: – соответствия установленных характеристик проектируемой услуги требованиям безопасности для жизни и здоровья туристов, а также охраны окружающей среды; – соответствия требований к процессам обслуживания туристов запроектированным характеристикам услуг; – эффективности методов контроля качества туристских услуг и объективности оценки их характеристик.

Анализ проектов документов направлен на выявление и своевременное устранение несоответствий и может быть осуществлен методом верификации (инспекционное обследование маршрута, ознакомительный тур и др.).

Результатом анализа проектов документов является уточнение содержания технических документов на проектируемые туристские услуги [17].

Утверждение проектных документов на туристские услуги осуществляется руководителем туристской организации. В случае проектирования услуги по заявке заказчика технические документы на проектируемые туристские услуги согласовываются с заказчиком. Внесенные в проектные документы изменения и дополнения утверждаются руководителем туристской организации и согласовываются с заказчиком, если проектирование проведено по его заявке. В

ГОСТ 50681–2010 также представлена информация об требованиях к особенностям проектирования отдельных видов туристских услуг и схемы взаимодействия с организациями, предоставляющими отдельные туристские услуги. Согласно данному ГОСТу, результатом проектирования туристских услуг являются следующие документы:

- карта (схема) туристского маршрута с указанием пунктов остановок, ночевок, средств размещения, предприятий питания;
- перечня экскурсий, продолжительности путешествия и др.;
- технологическая карта туристского путешествия – информационный листок к туристской путевке – листок с дополнительной информацией;
- перечень основных работников (количественный состав на каждом этапе), обеспечивающих оказание туристских услуг на маршруте, включая требования к образованию, квалификации и профессиональной подготовке;
- стандарты работы персонала.

Все эти пункты являются неотъемлемой частью проектирования тура, в том числе и делового.

Выводы по главе один

Международный туризм является сегодня одной из наиболее доходных и динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства, а деловые поездки являются неотъемлемой частью бурно развивающейся туристической индустрии. Эта отрасль интенсивно развивается в мировом туристском пространстве в последние три десятилетия, причем доходы от нее имеют высокий удельный вес в структуре доходов от международного туризма; в целом ряде стран они играют заметную или даже в отдельных случаях ведущую роль в государственном бюджете.

В последние годы рынок делового туризма стремительно развивается как за рубежом, так и в России. Деловой туризм стал одной из самых стремительно развивающихся отраслей мировой экономики, играя немаловажную роль в развитии многих стран. Деловая жизнь успешно протекает только там, где для

этого имеются соответствующие условия. Одной из тенденций в деловом туризме является формирование специализаций туристических компаний на различных видах туризма, и, в частности, появление фирм, занимающихся исключительно бизнес-поездками и проведением выставок, семинаров и конференций за рубежом, а также фирм, специализирующихся на инсентив-программах. Что касается России, рынок делового туризма здесь только начинает развиваться. Если говорить о выездном деловом туризме, наблюдается тенденция увеличения числа бизнес-поездок, активное участие в международных выставках и явное осознание полезности и необходимости инсентив-программ. Однако, инфраструктура, необходимая для успешного развития данной отрасли, пока слаборазвита, не хватает квалифицированных специалистов в этой области, т.к. деловой туризм предъявляет повышенные требования к профессионализму обслуживающих его сотрудников.

В целом же деловой туризм является одним из самых перспективных и быстроразвивающихся направлений современной мировой экономики. Высокие темпы его развития определяют, в первую очередь, глобализация мировой экономики и «стирание границ». Предприниматели все чаще ищут и находят деловых партнеров за рубежом. Но, отправляясь в «путешествие», они хотят не просто побывать на выставке, семинаре, конференции – они едут за новыми возможностями для своего бизнеса.

2 РЕАЛИЗАЦИЯ МОДЕЛИ ДЕЛОВОГО ТУРА В ФИНЛЯНДИЮ

2.1 Характеристика маршрута

Ниже представлены трансферные возможности и перечень достопримечательностей основных направлений делового тура в Финляндию.

- прямые авиарейсы (Finnair, Аэрофлот, S7);
- железные дороги (ночной поезд из Москвы, скоростной поезд Аллегро из центра Петербурга до центра Хельсинки всего за 3,5 часа;
- круизы на пароммах St. Peter Line;
- замок Турку – г. Турку (прекрасная кухня – ресторан Pinella, различные мероприятия);
- Лейкари – Юг - Между Котка и Хамина (банкет, праздничный обед/ужин, несколько конференц-залов (20-150 чел.);
- Валтикка – Центр – Валкеанкоски (ледовый дворец, фитнес-клуб, самый большой торг центр Ideapark, популярные финские артисты);
- Эспоо – Юг – рядом с Хельсинки (2-е место по проведению конгрессов, объединение природы и инноваций, университет Аалто, центр инноваций в Отаниеми, масштабный бизнес-центр в р-нах Кейланиеми и Леппяваара, природный заповедник Нууксио, совещания и корпоративные мероприятия на берегу озера Туусуланъяви (отель Gustavelund, конференц-отель Siikaranta);
- Сириус – Юго-Восток – Котка – спортивно–развлекательный центр 93 коференц-зала на 20-60 человек, кейтеринг, кофе-брейки, серфинг, полеты в аэродинамической трубе, ресторан Скайфолл европейская кухня и финские деликатесы, бар шампанского с камином и мягкими креслами – неформальные встречи);
- паромы Tallink и SiljaLine – Санкт-Петербург – Хельсинки. Удобные каюты, лучшая кухня на Балтийском Море, зажигательная шоу-программа и возможность насладиться СПА-центром;

- паром VikingGrace- бизнес круиз – Хельсинки – Стокгольм – конференц-залы, рестораны VikingLine, развлекательные шоу-программы, СПА;
- собрания, видеоконференции, рабочие пространства, помещения под офис – деловые помещения в самом центре Хельсинки.

Далее представлена программа делового тура в Финляндию, разработанная в соответствии с ГОСТ 50681-2010 Туристские услуги.

Программа бизнес-тура

(Финляндия, 27 апреля - 03 мая 2017)

Четверг, 27 апреля

Встреча делегации в аэропорту Хельсинки. Трансфер в Эспоо. Размещение в отеле Gustavelund.

Пятница, 28 апреля

08.00–09.00 Завтрак

09.30–10.00 Знакомство с программой тура и ее организаторами (компания Langford Lewis) и участниками с Российской стороны.

10.30–15.30 Семинар по вопросам инвестирования, девелопмента и управления проектами коммерческой недвижимости с участием специалистов рынка LangfordLewis, EDAW, Franklin&Andrews, DOWNINGS, KnightFrank, HOK INTERNATIONAL LTD, JER PARTNERS, RHWL ARCHITECTS, GRAFTON ADVISORS LLP и др. – конференц–отель Siikaranta.

15.30–16.00 Обед

16.30–20.00 Университет Аалто (Конференция «Смешанное использование» – офисы, торгово-развлекательные комплексы, жилье, редевелопмент).

20.00 Ужин в отеле Gustavelund (не включено в стоимость)

Суббота, 29 апреля

08.00–09.00 Завтрак, обзор предстоящего дня.

09.30–12.30 Центр инноваций в Отаниеми (Знакомство с проектом (инвестирование, строительство, управление) при участии девелоперов отдельных составляющих территории и менеджеров действующих объектов – SimonSokel, Roger Downing.

12.30–13.30 Обед

14.00–20.00 Посещение г. Турку Знакомство с проектом (инвестирование, строительство, управление) при участии компании координатора.

20.00 Официальный ужин в ресторане Pinella с приглашением представителей компании EDAW, Franklin&Andrews, DOWNINGS.

Воскресенье, 30 апреля

09.30–12.30 Посещение спортивно-развлекательного центра Сириус в Котка (Участие в тренинге «Редевелопмент территории смешанного типа – жилье, ритейл, отели Marriott»)

12.30–13.30 Обед в ресторане Скайфолл

14.00–19.00 Конференц-отель Лейкари. Круглый стол при участии VincentWang, директоров компаний EDAW, Franklin&Andrews и других специалистов рынка.

20.00 Ужин (не включено в стоимость)

Понедельник, 01 мая

08.00–09.00 Завтрак, обзор предстоящего дня.

09.30–12.30 Посещение г. Валкеанкоски. Конференц-отель Валтикка. Знакомство с проектом (инвестирование, строительство, управление) при участии архитекторов и девелоперов объекта.

12.30–13.30 Обед

14.00–20.00 Посещение торгового центра Ideapark. Знакомство с проектом (инвестирование, строительство, управление) при участии VincentWang – девелопер территории в районе Broadgate.

20.00 Ужин (не включено в стоимость)

Вторник, 02 мая

08.00–09.00 Паром Viking Grace. Завтрак, обзор предстоящего дня.

09.30–12.30 Круглый стол по итогам мероприятия в конференц-зале парома VikingGrace

12.30–13.30 Обед

14.00–19.00 Свободное время

19:00 Вручение дипломов участникам программы

20.00 Заключительный ужин, развлекательная шоу-программа.

Среда, 03 мая

Трансфер – «отель–аэропорт»

На рисунке 7 представлена схема с отмеченными на ней маршрутом делового тура.



Рисунок 7 – Маршрут делового тура

2.2 Технико-экономическое обоснование тура

Объектом калькулирования себестоимости является отдельный турпродукт. Его себестоимость представляет собой стоимостную оценку материальных и иных ресурсов, используемых в процессе формирования, продвижения и продажи путевок.

Состав затрат, учитываемых при калькулировании турпродукта, определен Методическими рекомендациями по планированию, учету и калькулированию себестоимости туристского продукта и формированию финансовых результатов у организаций, занимающихся туристской деятельностью. Утверждены приказом Госкомитета РФ по физической культуре и туризму от 4 декабря 1998 г. № 402.

Итак, все затраты туроператора подразделяются на производственные (связанные с формированием турпродукта) и коммерческие (связанные с его продвижением и продажей).

Производственные расходы

Производственные затраты в зависимости от способа их включения в себестоимость турпродукта делятся на:

- прямые – это затраты, которые можно непосредственно включать в себестоимость соответствующего объекта калькулирования;
- косвенные (накладные) – затраты, связанные с деятельностью фирмы в целом, которые включаются в себестоимость соответствующего объекта калькулирования с помощью специальных методов (распределяются).

Прямые расходы

Пунктом 21 Методических рекомендаций определена типовая группировка производственных затрат, включаемых в себестоимость турпродукта.

Затраты по приобретению прав на услуги сторонних организаций, используемые при производстве турпродукта. Это расходы на услуги:

- гостиниц (иных организаций по размещению и проживанию туристов);
- перевозчиков;

- организаций общественного питания;
- экскурсионных бюро и иных аналогичных организаций по экскурсионному обслуживанию;
- медицинских учреждений, санаториев и профилакториев по медицинскому обслуживанию, лечению и профилактике заболеваний;
- связанные с оформлением визы и иные затраты по оформлению поездки;
- организаций культурно-просветительского, культурно-развлекательного и спортивного характера;
- по страхованию туристов в период поездки;
- гидов, сопровождающих;
- иные услуги, используемые при производстве турпродукта.

Затраты, связанные с деятельностью производственного персонала. Сюда можно отнести:

- затраты на оплату труда менеджеров, включая вознаграждение персонала, которое выплачивается по договорам гражданско-правового характера;
- страховые взносы в государственные внебюджетные фонды;
- затраты, связанные со служебными разъездами в пределах пункта нахождения турфирмы или ее структурного подразделения, включая затраты по использованию в служебных целях личного автотранспорта работников.

Затраты подразделений туристической организации, участвующих в производстве турпродукта. К ним относят:

- имеющиеся на балансе гостиницы, дома отдыха и т. д.;
- спортивные сооружения;
- транспортные средства (например, экскурсионные автобусы) и т. д.

При учете затрат на производство турпродукта можно использовать позаказный метод, при котором объектом учета является отдельный заказ на формирование турпродукта или группы типовых турпродуктов либо

совокупность заказов на производство турпродуктов, которые можно объединить по определенному признаку.

Затраты подразделений, выполняющих работы, которые используются при производстве турпродукта, учитываются на счете 23 «Вспомогательные производства».

Накладные затраты

По данной статье отражаются:

- оплата труда работников аппарата управления;
- командировочные расходы;
- расходы на содержание и эксплуатацию зданий и помещений административного и хозяйственного назначения;
- расходы на коммунальные услуги, обслуживание офисной техники;
- расходы на пожарную и сторожевую охрану помещений;
- расходы на содержание и эксплуатацию служебного автотранспорта;
- амортизация основных средств и НМА;
- затраты, связанные с разработкой новых направлений;
- стоимость услуг связи;
- расходы на канцтовары, приобретение бланков строгой отчетности;
- расходы на информационные, юридические, аудиторские услуги, а также затраты, связанные с услугами сторонних организаций по подбору кадров;
- затраты, связанные с подготовкой и переподготовкой кадров;
- представительские расходы;
- прочие затраты, связанные с производством турпродукта.

Данная группа расходов туроператора является косвенными, которые учитываются на счете 26 «Общехозяйственные расходы».

Они ежемесячно распределяются между объектами учета на основе одного из специальных методов, а именно:

- пропорционально прямым затратам, отнесенным на объект учета;

- пропорционально сумме оплаты труда работников, прямо включаемой в затраты по объекту учета;

- пропорционально плановой себестоимости объектов учета.

Выбранный метод распределения накладных расходов отражается в учетной политике туристической организации.

Коммерческие расходы

Пунктом 26 Методических рекомендаций определено, что к коммерческим затратам, связанным с продвижением и продажей турпродукта, относятся:

- расходы, связанные с деятельностью точек реализации в качестве подразделений организации, как выделенных, так и не выделенных на отдельный баланс;

- затраты на комиссионные, агентские и иные вознаграждения сторонним организациям;

- затраты на рекламу, организацию или участие в выставках, направленных на продвижение турпродукта.

Информацию о коммерческих расходах отражают на счете 44 «Расходы на продажу» и ежемесячно списываются на себестоимость реализованных турпродуктов.

Расчет транспортного обслуживания

Транспортное обслуживание в данной выпускной квалифицированной работе состоит из двух частей: автобусное и паромное(1).

Для начала рассчитаем автобусное обслуживание:

Аренда автобуса MercedesVario на 20–23 человека у автотранспортного предприятия «Ренттранстур» составит 24 000 рублей в сутки. В стоимость входят: аренда автобуса, отпускные водителю, 200 литров дизельного топлива, а так же стоимость провоза автобуса на пароме (4800 руб.). Следует отметить, что транспортное предприятие предоставляет двух водителей, так как в первый день путешествия с 00:10 до 18:00 автобус должен находиться в пути.

$$S=C \times K, \quad (1)$$

где S – общая сумма платы;

C – цена аренды авто за сутки;

K – количество дней бронирования.

Таким образом, стоимость аренды на 5 суток будет составлять(1): (24 000 руб. X 5 суток) + 4 080 руб. +((6 235 руб.+ 380 руб.)X 2 ночи) + дозаправка транспортного средства.

Следует рассчитать стоимость дозаправки транспортного средства. Для этого необходимо просчитать общий километраж тура на котором задействован автобус:

Хельсинки – Эспоо 330 км

Эспоо – Турку – Котка 780 км

Котка – Валкеанкоски – Турку 1 550 км

Прочие перевозки 140 км

Итого: 2 800 км

Следует заметить, что километраж Турку – круиз по морю – Турку не рассчитывается, так как передвижение осуществляется на пароме, следовательно, автобусное топливо не расходуется. Исходя из того, что 1 литр дизельного топлива рассчитан приблизительно на 5-7 км пробега, то можно рассчитать необходимое количество топлива для данного маршрута:

$2\,800 / 6 \approx 470$ литров

Так как в стоимость аренды автобуса входит 200 литров топлива, то расходы на дозаправку составят(1): 270×20 руб. = 5 400 рублей.

Следовательно, расходы на автобусное обслуживание составят:

$(24\,000 \text{ руб.} \times 5 \text{ суток}) + 4\,080 \text{ руб.} + ((6\,235 \text{ руб.} + 380 \text{ руб.}) \times 2 \text{ ночи}) + 5400 \text{ руб.} = 142\,710$ рублей.

В моем туре так же используется паром, как средство передвижения.

Туристам предлагается на выбор несколько классов кают.

Стоимость указана в рублях.

Категория каюты	Стоимость, руб.
Сьют	18 095
Делюкс	13 110
Класс А	8 425
Класс В/В2	6 235/5 627
Класс С	5 330

Таблица 1 – стоимость номерного фонда

Стоимость указана за билет в одну сторону.

В каютах возможно размещение 2–4 человек.

При стандартном условии проживания в каютах класса В по 4 человека, расходы на паром составят:

$$R = T \times K, \quad (2)$$

где R – сумма за номер;

T – цена брони номера за 1 сутки;

K – количество дней бронирования.

$$6\,235 \text{ руб.} \times 2 \text{ ночи} \times 5 \text{ кают} + 190 \text{ руб.} \times 20 \text{ человек} = 66\,150 \text{ рублей} \quad (2)$$

Таким образом сумма затрат на транспортное обслуживание составит:

$$142\,710 \text{ руб.} + 66\,150 \text{ руб.} = 208\,860 \text{ рублей}$$

Расчет экскурсионного обслуживания.

Стоимость услуг гида по маршруту Хельсинки – Эспоо – Турку – Котка – Валкеаноски – Турку составит(1) 2500 руб./сутки X 5 суток = 12 500 руб.

Так же экскурсионной программой предусмотрено посещение исторической экспозиции замка в Турку.

Цены за посещение собора исторической экспозиции замка в Турку

Цены рассчитаны на 16.05.2017 по курсу евро 60,35 руб.

Вид билета	Стоимость посещения, руб.
------------	---------------------------

Взрослый	4700 (100 NOK)
Детский	2350 (50 NOK)
Семейный	9400 (200 NOK)

Таблица 2 – стоимость билета в музей

Цены указаны в рублях.

Таким образом, при стандартной программе затраты на посещение музея составят (1): 470 руб. X 20 человек = 9 400 руб.

В стоимость экскурсионного обслуживания так же входит проживание гида (2): 4 650 руб. + (6 235 руб. + 190 руб.) X 2 ночи = 17 120 руб.

Таким образом затраты на экскурсионное обслуживание составят 12500 руб. + 17 120 руб. = 39 400 рублей

Расчет питания.

Стоимость завтрака входит в стоимость проживания в отеле. В другие дни туристы питаются самостоятельно, в выделенное для этого время или же питаются на пароме за дополнительную плату.

Расчет проживания.

Туристам предлагается проживание в гостинице 4*.

Стоимость указана в рублях.

В стоимость проживания включен завтрак.

Отель	SGL, руб.	DBL, руб	TRPL, руб
«Gustavelund»	4 650	4 080	5 930
«Siikarany»	3860	3260	4560
«Pinella»	3960	4120	5850
«Leikari»	4100	3800	5840
«Valtika»	3580	3100	4750

Таблица 3 – стоимость проживания в отелях

Таким образом, при двухместном размещении стоимость одного места в номере будет составлять $(2) 2\ 040 + 1630 + 2060 + 1900 + 1550 = 9180$ руб.

Следовательно, проживание всех туристов в отелях при условии размещения в двухместных номерах будет составлять: 9180 руб. $\times 20$ человек = 183600 рублей

Себестоимость тура составляет:

$208\ 860$ руб. + $39\ 400$ руб. + 183600 руб. = 431860 руб.

Однако все, что было перечислено ранее, является переменными затратами.

Таким образом, полная себестоимость тура составляет:

$208\ 860$ руб. + $39\ 400$ руб. + 183600 руб. = 431860 руб.

Себестоимость одной турпутевки составляет:

431860 руб. / 20 человек = 21593 руб. 00 коп.

Для того, чтобы получить полную стоимость путевки необходимо прибавить к себестоимости одного тура прибавить прибыль фирмы и величину комиссионного вознаграждения турагентства.

Цена: 21591 руб. + $30\ \%$ ≈ 28070 руб.

2.3 Обеспечение безопасности тура

Во время путешествия возникает достаточно большое количество проблем, которые могут привести к неблагоприятным последствиям. Вероятность возникновения трудностей и неприятностей увеличивается также по той причине, что человек (турист, путешественник) отправляется в незнакомую местность, где существует своя культура, свои правила общения, свои традиции. Трудности могут возникнуть с языком, с климатом или с другими факторами. Все это делает вопрос безопасности туризма крайне актуальным.

«Серьезные» туристические фирмы уже давно взяли на себя обязательства по оказанию туристам страховых услуг.

Так, любой турист при желании может застраховаться от всевозможных неприятностей и получить компенсацию за нанесенный здоровью либо имуществу ущерб. Безусловно, услуга страхования является необходимой и востребованной как за рубежом, так и в нашей стране.

Однако понятия «застрахованный» и «защищенный» не тождественны. Именно по этой причине на первое место ставится вопрос безопасности туризма, а только потом – страхования.

Безопасности туризма посвящена глава VII ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Согласно ст. 14 названного ФЗ под безопасностью туризма понимается безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также не нанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства.

Согласно п. 5.1 ГОСТа Р 50690–2000 «Туристические услуги. Общие требования» туристические услуги должны учитывать интересы туристов, быть безопасными для жизни, здоровья туристов и соответствовать требованиям ГОСТ Р 50681–2010 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов» и ГОСТ 32611–2014 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов».

Основная роль в обеспечении безопасности во время путешествия ложится на плечи проектировщика тура. При составлении тура необходимо учитывать всевозможные риски и их источники, необходимо понимать, как определенный источник фактора риска может повлиять на здоровье, жизнь или имущество туриста. Процесс подготовки тура должен включать в себя проведение различных мероприятий по защите туриста и его имущества.

Риск для жизни и здоровья человека в туристско-экскурсионном обслуживании возникает в условиях:

- существования источников риска;

- появления данного источника на опасном для человека уровне;
- подверженности человека воздействию источников опасности (п. 4.2 ГОСТ 32611–2014 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»).

Также очень важное значение имеет вопрос информированности туриста (потребителя туристических услуг). Любой турист должен быть информирован обо всех возможных неприятностях, которые могут с ним произойти в течение путешествия, и ознакомлен с теми мерами, которые необходимо принять по собственной безопасности непосредственно во время туристической поездки или при подготовке к ней (например, необходимость провести определенные медицинские процедуры при отправке в определенную местность).

Наибольший уровень опасности имеет самый первый этап путешествия – перевозка. Это происходит потому, что использование любых транспортных средств повышает риск возникновения различных затруднений. В СМИ достаточно часто встречаются сообщения о железнодорожных и автокатастрофах, о крушениях самолетов и др. Вследствие этих катастроф гибнет огромное количество людей.

Именно поэтому вопрос безопасности человека во время использования средств перевозки является одним из важных. На каждом виде транспорта существуют свои правила поведения для пассажиров и условия страхования их жизней. Пассажир в целях личной безопасности обязан соблюдать эти правила и следовать рекомендациям персонала соответствующего вида транспорта.

Согласно п. 4.4.3 ГОСТ Р 50644–2009 транспортные перевозки туристов во время экскурсий, походов и путешествий осуществляются в соответствии с требованиями действующих Правил обслуживания пассажиров на конкретных видах транспорта (автомобильного, железнодорожного, воздушного, водного и других).

Однако неприятности с туристами могут возникнуть не только во время перевозки, но и на протяжении всего путешествия.

Существует несколько видов факторов риска. В соответствии с п. 4.3. ГОСТ Р 50644–2009 факторы риска (вредные факторы) можно классифицировать следующим образом:

- травмоопасность;
- воздействие окружающей среды;
- пожароопасность;
- биологические воздействия;
- психофизиологические нагрузки;
- опасность излучений;
- химические воздействия;
- повышенная запыленность и загазованность;
- прочие факторы;
- специфические факторы риска.

Рассмотрим каждый из факторов подробнее.

Травмоопасность может возникнуть в результате перемещения механизмов и предметов, тел, сложного рельефа местности, перемещения горных пород (камнепадов, селей, лавин), неблагоприятных эргономических характеристик используемого туристского снаряжения и инвентаря, влекущих травмы (неудобная обувь, потертости кожных покровов у туристов и т. п.), опасных атмосферных явлений (атмосферное электричество, молнии и т. п.) (п. 4.3.1. ГОСТ Р 50644–2009).

Однако следует отметить, что существуют меры по снижению травмоопасности.

Так, согласно ГОСТ 32611–2014 снижение травмоопасности обеспечивается:

- защитными устройствами и ограждениями при использовании подъемников, канатных дорог и других подвижных механизмов, предметов, опасных участков территории;

- использованием средств индивидуальной защиты, например, страховочных веревок, шлемов и иного страховочного снаряжения;
- соблюдением эргономических требований к туристскому снаряжению и инвентарю;
- соблюдением требований СНиП 31–06–2008 «Общественные здания и сооружения» к жилым и общественным зданиям и требований соответствующих нормативных документов к техническому состоянию транспортных средств, используемых для перевозок туристов (экскурсионных автобусов, плавсредств и пр.);
- соблюдением правил эксплуатации используемого инвентаря и оборудования (лифтов, подъемников), обеспечивающих его безопасную работу;
- упреждающим информированием туристов о факторах риска и мерах по предупреждению травм.

Следует отметить, что туристы должны быть информированы о том, как можно избежать возможных травм, и какие экстренные меры следует предпринять в случае получения травмы.

Вероятность получения травм связана также с тем видом туризма, который выбирает человек. Если это экстремальный туризм, горнолыжный, альпинизм, то опасность получения травм повышается.

Турист должен быть ознакомлен с правилами поведения в местах отдыха (тем более, экстремального), должен иметь специальную обувь и одежду, ознакомлен с правилами эксплуатации различных средств перевозки и передвижения (подъемники на горнолыжных базах, канатные дороги и т. д.). От осведомленности туриста и соблюдения им правил техники безопасности нередко зависит не только его здоровье, но и жизнь.

Воздействие окружающей среды обусловлено повышенными или пониженными температурами окружающей среды, влажностью и подвижностью воздуха в зоне обслуживания туристов, резкими перепадами барометрического давления. Показатели микроклимата в помещениях обслуживания туристов

(спальных, питания, клубных и др.), а также в транспортных средствах должны соответствовать установленным санитарно-гигиеническим требованиям (п. 4.3.2.ГОСТа Р 50644–2009).

Предупреждение вредных воздействий данного фактора риска, согласно названному пункту ГОСТа, обеспечивается:

- выбором благоприятного времени года, суток для проведения туристского мероприятия;
- рациональным проектированием трассы туристского маршрута;
- учетом погодных особенностей района;
- сооружением на трассах туристских маршрутов укрытий от непогоды;
- оснащением помещений и транспортных средств устройствами кондиционирования, дезодорации воздуха, отопления, автоматического контроля и сигнализации;
- обеспечением соответствующей экипировки туристов, включая средства индивидуальной защиты;
- своевременным информированием туристов о реальных и прогнозируемых условиях на маршруте (в том числе, климатических условиях, перепадах высот на маршрутах).

Пожаробезопасность. Номенклатура требований и показателей по обеспечению безопасности туристов от воздействия данного фактора риска и методы их проверки в соответствии с ГОСТом Р 12.3.047–2012 «Система стандартов безопасности труда. Пожарная безопасность. Общие требования». Эксплуатацию объектов обслуживания необходимо осуществлять в строгом соответствии с требованиями утвержденных нормативных документов (соответствующих Правил пожарной безопасности).

Биологические факторы (патогенные микроорганизмы и продукты их жизнедеятельности, микроорганизмы, а также ядовитые растения, пресмыкающиеся, насекомые и животные, являющиеся переносчиками

инфекционных заболеваний, вызывающие ожоги, аллергические и другие токсические реакции) (п. 4.3.4 ГОСТ Р 50644–2009).

К биологическим факторам относятся всевозможные инфекционные заболевания и отравления.

В условиях перемещения в другую дестинацию (прежде всего, в страны тропического пояса) организм туриста сталкивается с проблемой неадаптированности его иммунитета к различным инфекциям. Именно поэтому существует необходимость проведения предварительной медицинской профилактики перед отправкой в определенное место. Согласно ст. 14 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристы (экскурсанты), предполагающие совершить путешествие в страну (место) временного пребывания, в которой они могут подвергнуться повышенному риску инфекционных заболеваний, обязаны проходить профилактику в соответствии с международными медицинскими требованиями.

Еще одна проблема, с которой приходится сталкиваться туристам при несоблюдении мер предосторожности – это пищевые отравления. В незнакомой дестинации туристам рекомендуется не пить обычную местную воду, не есть овощи, фрукты и сырые продукты, купленные на местных рынках и лотках, без предварительной обработки, не приобретать пищу в местах, не принадлежащих предприятиям общественного питания. В соответствии с п. 4.4.2. ГОСТа Р 50644–2009 в целях обеспечения безопасности жизни и здоровья туристов должны соблюдаться установленные в нормативных документах требования по хранению, транспортированию и приготовлению пищевых продуктов.

Безусловно, многие пренебрегают данными рекомендациями и сталкиваются с рядом проблем, как правило, связанных с системой пищеварения.

Воздействие данных факторов риска на туристов, согласно п. 4.3.4. ГОСТа Р 50644–2009, предупреждается:

- соблюдением установленных санитарных норм и правил обслуживания;

- применением оборудования и препаратов для дезинфекции, дезинсекции, стерилизации, дератизации, автоматизации производственных процессов;
- использованием знаков безопасности и необходимой маркировки на предметах оснащения и сооружениях, используемых при обслуживании туристов (посуды, кухонного инвентаря, в том числе для приготовления пищи в походе, мест водозабора, колодцев и пр.);
- проведением предварительных и периодических медицинских осмотров обслуживающего персонала;
- упреждающим информированием туристов об опасных животных, рыбах, пресмыкающихся, растениях, ареалы распространения которых совпадают с туристским маршрутом, о том, как избежать нежелательных контактов и какие экстренные меры следует предпринять в случае получения травмы (контакта).

Психофизиологические факторы риска: физические и нервно-психические перегрузки.

Исключение или снижение воздействия психофизиологических факторов риска достигается:

- рациональным построением программы обслуживания туристов, графиков перемещения по маршруту, предусматривающих достаточные условия для нормальной жизнедеятельности человека (сна, приема пищи, удовлетворения санитарных и бытовых потребностей);
- учетом психофизиологических особенностей туристов при формировании туристской группы;
- соблюдением эргономических требований к используемому туристскому снаряжению и инвентарю, транспортным средствам, мебели (п. 4.3.5. ГОСТа Р 50644–2009).

Еще одним фактором опасности являются нервно-психические и физические перегрузки. Проектировщик тура должен рассчитывать объем предоставляемой информации и объем нагрузки в зависимости от особенностей группы (возраст, состояние здоровья, уровень интеллектуальной подготовки и т. д.), каждый турист

должен иметь достаточное количество свободного времени, для того чтобы отдохнуть.

В процессе путешествия туристам всегда предоставляется «свободное» время, т. е. время, не занятое запланированными мероприятиями. Человек, отправляясь в путешествие, стремится отдохнуть, иногда забывая о своих физических и психических возможностях. Регулярные недосыпания и переутомления в результате получения всевозможных услуг, предусмотренных и не предусмотренных программой путешествия, могут привести к ухудшению здоровья.

Опасными излучениями являются: повышенный уровень ультрафиолетового излучения, радиологического излучения. Предупреждение об опасности ультрафиолетовой радиации на туристских маршрутах обеспечивается:

- информированием туристов о воздействии ультрафиолетового излучения на человека;
- использованием средств индивидуальной защиты (защитных масок, кремов, одежды, закрывающей тело, руки, ноги туристов, солнцезащитных очков). Необходимо учитывать действие данного фактора риска при планировании графика движения по маршруту (по открытым, незатененным участкам маршрута в горных, водных, лыжных и других походах). Туристские маршруты допускается прокладывать и эксплуатировать только в местностях с благоприятными характеристиками радиологического состояния (п. 4.3.6. ГОСТ Р 50644–2009).

Химические факторы риска: токсические, раздражающие, сенсibiliзирующие. Для предотвращения действия данных факторов риска в обслуживании туристов необходимо:

- осуществлять регулярный контроль за содержанием вредных химических веществ в воздухе, воде, почве, продуктах питания и других биологических средах;
- осуществлять строительство и размещение объектов для обслуживания туристов в благоприятной с точки зрения действия химических факторов риска среде;

- применять препараты для дезинфекции и дезинсекции в строгом соответствии с инструкцией по использованию, исключая возможность контактов туристов с этими средствами (п. 4.3.7 ГОСТ Р 50644–2009).

Повышенная запыленность и загазованность. Требования к допустимому уровню вредных веществ в воздухе зон обслуживания туристов, помещений, транспортных средств должны быть не ниже санитарно-гигиенических норм, установленных ГОСТ 12.1.005, санитарными нормами и правилами. Безопасность обеспечивается соблюдением требований к оснащению помещений, транспортных средств вентиляцией с очисткой воздуха (п. 4.3.8. ГОСТа Р 50644–2009).

Существуют также и прочие факторы риска, которые закреплены в п. 4.3.9. ГОСТа Р 50644–2009. Согласно названному пункту к прочим факторам риска относятся опасности, связанные с отсутствием необходимой информации об услуге и ее номинальных (запроектированных) характеристиках. Необходимо предусматривать:

- предоставление туристам достаточной информации о реализуемых туристских услугах в соответствии с требованиями, установленными действующей нормативной документацией (требованиями к содержанию информационного листка к туристской путевке, технологической карты путешествия, технологической карты экскурсии) – об основных характеристиках этих услуг, условиях обслуживания;

- проведение для туристов необходимых инструктажей по безопасности, учитывающих специфику вида туристского маршрута.

Специфические факторы риска, в соответствии с п. 4.3.10. ГОСТа Р 50644–2009, обусловлены:

- возможностью возникновения природных и техногенных катастроф в зоне размещения туристского предприятия или маршрута, а также других чрезвычайных ситуаций (в том числе связанных с состоянием общественного порядка в районе обслуживания туристов);

- техническим состоянием используемых объектов материально-технической базы (туристских гостиниц, баз, кемпингов, канатных дорог и бугельных подъемников, туристских трасс, в том числе горно-пешеходных, лыжных, горнолыжных, водных, верховых и вьючных животных, разнообразных транспортных средств, в том числе велосипедов, маломерных и гребных судов, архитектурных, природных достопримечательностей);

- сложным рельефом местности (речными порогами, горными склонами, моренными, скальными, ледовыми участками туристских трасс и т. п.);

- уровнем профессиональной подготовленности обслуживающего персонала (инструкторов, экскурсоводов и др.);

- подготовкой туристов к передвижению по маршруту определенного вида и категории сложности (инструктаж, экипировка и т. п.);

- информационным обеспечением (гидрометеорологические прогнозы, маркировка трасс туристских маршрутов).

Наряду с рассмотренными факторами риска для здоровья и жизни человека, существует риск возникновения неприятностей с имуществом туриста (личными вещами и багажом), поэтому вопрос сохранности имущества тоже является актуальным.

Туристы представляют собой «желанный» объект для всякого рода мошенников, грабителей и воров. Это связано с притуплением бдительности самого туриста и незнанием им особенностей посещаемой страны. Риск возникновения неприятностей возрастает, если местом отдыха туриста является страна с высокой социальной напряженностью. В ряде стран издаются специальные памятки, которые выдаются туристам. В подобных памятках объясняется, куда не стоит ходить, чего не стоит делать и т. д. В этом проявляется заинтересованность принимающей стороны в безопасности туриста. К сожалению, туристы довольно часто пренебрегают подобными рекомендациями и попадают в неприятные ситуации, разрешение которых занимает много сил и времени самих туристов, а также сопровождающих их лиц.

Не менее важным является вопрос безопасности окружающей среды. Под экологичностью туризма понимается взаимодействие индустрии туризма и окружающей среды, где главным является нанесение вреда и рациональное использование имеющихся ресурсов.

Узкое понимание данной проблемы сводится к тому, что турист имеет право свободного доступа к туристическим ресурсам в соответствии с различными ограничениями, предусмотренными конкретной страной пребывания, в то же время, турист обязан бережно относиться к окружающей природной среде, не наносить ей вреда.

В более широком понимании данный вопрос рассматривается на уровне экологичности туризма. Туристическая индустрия, как и любая другая, оказывает воздействие на окружающую природную среду. Степень и характер этого воздействия и определяют экологичность либо неэкологичность туризма.

Выводы по главе два

Изначальной функцией туристических фирм является планирование туров. В процессе выполнения этой функции создается конкурентоспособный и привлекательный туристский продукт.

Выполненное во второй главе ТЭО, заключающееся в оценке затрат на отдельные товары и услуги, в суммировании издержек на все составляющие тура (транспортные услуги, размещение, питание) и определение общей стоимости турпродукта помогло определить конечную цену туристской путевки и прибыльность тура.

В подразделе БЖД второй главы были рассмотрены вопросы безопасности туристов, совершающих деловой тур в Финляндию, сохранность их имущества, а также нанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства.

В данной главе был описан процесс реализации спроектированного делового тура в Финляндию, дана характеристика маршрута, представлена схема маршрута и программа тура.

Схема маршрута была составлена с помощью картографического метода (работа с картографическим материалом: карта Финляндии).

Программа тура основана на возможностях туристских ресурсов Финляндии.

Было проведено экономическое обоснование проведения тура и проработаны вопросы обеспечения безопасности при его реализации.

До начала тура была проведена общая встреча, на которой разъяснялись правила техники безопасности и поведения на маршруте.

Так же к данному туру прилагается лист ознакомления с элементами риска каждой конкретной туристской услуги и мерами по его предотвращению.

Информация, необходимая для туристов в целях охраны их жизни и здоровья, предоставляется заблаговременно, до начала отдыха и в процессе обслуживания.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выпускной квалификационной работы был разработан деловой тур в Финляндию, в процессе которого были рассмотрены: понятие делового тура, характеристика туристских ресурсов Финляндии для делового туризма, была реализована модель делового тура в Финляндию.

Вторая глава диплома посвящена реализации модели делового тура в Финляндию с разработкой маршрута в контексте экономики и безопасности жизнедеятельности.

В ходе проделанной работы можно сделать так же следующие выводы:

- Транспорт и транспортная инфраструктура занимают важное место в экономике Финляндии. Интенсивность дорожного движения в Финляндии все еще невелика по сравнению с другими скандинавскими странами. Большинство перемещений по Финляндии происходит на автобусах, хотя между крупными городами удобно использовать поезд и даже самолет.

- Финляндия является одной из самых привлекательных стран для российских туристов, особенно для жителей Северной столицы.

- Финляндия как туристское направление, возможно не столь большое по масштабам, как пляжные направления, но предлагает при этом очень большой выбор курортов и городов, типов размещений и вариантов доставки туда туристов. На первом месте в скандинавском туризме у русских стоит Финляндия.

В данной ВКР были отражены важность развития делового туризма. В работе также была подтверждена новизна делового туризма в скандинавском направлении, а конкретно в Финляндии, и исходя из этого разработан новый оригинальный турпродукт для внешнего туриста. А кроме того в комплексе такой турпродукт является весьма новаторским для данного региона. Разработанный туристский продукт может способствовать расширению сферы деятельности туроператоров, привлечению новых клиентов и увеличению прибыли, а также позволит укрепить положение на рынке туристских услуг.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Абуков, А.Х. Туризм на новом этапе. География туризма. Маршруты путешествий/А. Х. Абуков. – М.: Профиздат, 1996. – 17 с.
- 2 Бабкин, А.В. Специальные виды туризма/ А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252с.
- 3 Балабанов, И.Т. Экономика туризма: учебное пособие/ А.И. Балабанов, И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 176с.
- 4 Беренбейм, Д.Я. Финляндия: очерки природы/ Д.Я. Беренбейм. – Финляндия: «Янтарный сказ», 1999. – 167 с.
- 5 Биржаков, М.Б. Введение в туризм/ М.Б. Биржаков. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2008. – 320 с.
- 6 Биржаков, М.Б. Введение в туризм/ М.Б. Биржаков. – СПб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 2000, 34 с
- 7 Ваулина, В.Д. Дюны Куршской косы. /В.Д. Ваулина. – Калининград: Книжное издательство, 1981. –105 с.
- 8 Вачугов, Д.Д. Основы менеджмента: Учеб. для вузов/ Д.Д. Вачугов, Т.Е. Березкина, Н.А. Кислякова и др.; Под ред. Д.Д Вачугова. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Высш. шк., 2008., с.339.
- 9 Гуляев, В.Г. Туристские перевозки/ В.Г. Гуляев. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 367 с.
- 10 ГОСТ Р 50681–2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Введен 30.11.2010. М.: Стандартинформ, 2010.
- 11 ГОСТ Р 50690–2000 Туристские услуги. Общие требования. Введен 01.07.2001. М.: Издательство стандартов, 2001.
- 12 ГОСТ Р 53522–2009 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения. Введен 01.07.2001. М.: Издательство стандартов, 2001.
- 13 ГОСТ Р 50644–2009 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. Введен 01.01.2013. М.: Стандартинформ, 2013. 130

- 14 ГОСТ Р 52113–2003 Услуги населению. Номенклатура показателей качества. Введен 01.01.2013. М.: Стандартиформ, 2013.
- 15 ГОСТ Р 54600–2011 Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования. Введен 01.01.2013. М.: Стандартиформ, 2013.
- 16 ГОСТ Р 55318–2012 Туристские услуги. Общие требования к персоналу туроператоров и турагентов введен 08.12.2011. М.: Стандартиформ, 2011
- 17 ГОСТ Р 54605–2011 Туристские услуги. Услуги детского и юношеского туризма. Общие требования. Введен 08.12.2011. М.: Стандартиформ, 2011
- 18 Дурович, А.П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие/ А.П. Дурович, Копанев, А.С. Под общ. ред. З. М. Горбылевой. – Минск, 1998, – С. 236.
- 19 Государственная программа развития туризма и рекреации в Финляндии 2006 – 2008 годы. Хельсинки, 2006.
- 20 Губин, А.Б. Очерки истории Иматры/ А.Б. Губин, В.Н. Строкин. – Финляндия, 1991. – 127 с.
- 21 Дмитриев, М.Н. Экономика и предпринимательство в социальнокультурном сервисе и туризме: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям сервиса и туризма (10000) /М.Н. Дмитриев, М.Н. Збаева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 399 с.
- 22 Долженко, Г.П., Основы туризма: Учебное пособие./Г.П. Долженко. – Издательство: Март, 2008. – 320с.
- 23 Ефремова, М.В. Основы технологии туристического бизнеса. Учебное пособие/ М.В. Ефремова. – М: Издательство «Ось – 89», 2002. – 356с.
- 24 Ефремова, М.В. Формирование и развития рынка туристических услуг в России (теория и практика)/ М.В. Ефремова. – Нижний Новгород: НКИ, 2006

ПРИЛОЖЕНИЯ
ПРИЛОЖЕНИЕ А
CD-диск с презентацией