

Министерство науки и высшего образования 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, ООО «Смолино–Сервис»

_____/_____/_____
«__»_____2019 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой,
д.п.н., профессор
_____/Т.Н. Третьякова/
«__»_____2019 г.

**Проектирование семейного тура выходного дня
в отель «SMOLINOPARK»**

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ–43.03.02.2019.049. ПЗ ВКР**

Консультанты:

Безопасность жизнедеятельности,
ст. преподаватель

_____/И.А. Горбунова
«__»_____2019 г.

Экономическая часть,
к.п.н., доцент

_____/И.А. Фрейнкина
«__»_____2019 г.

Руководитель ВКР, доцент
_____/Е.В. Шандыбина
«__»_____2019 г.

Автор ВКР, студент группы СТ-453
_____/Е.А. Кроль
«__»_____2019 г.

Нормоконтролер, ст. преподаватель
_____/М.Н. Малыженко
«__»_____2019 г.

Челябинск 2019

АННОТАЦИЯ

Кроль Е.А. Проектирование семейного тура выходного дня в отель «SMOLINOPARK» – Челябинск: ЮУрГУ, СТ–453, 2019. – 59 с., библиогр. список – 49 наим., 2 прил., 1 презентация на CD.

В дипломной работе рассматриваются предпосылки, и обозначается вероятность внедрения инновационного продукта на рынок гостиничных услуг города Челябинск. Наиболее перспективным вектором развития гостиничных инноваций может быть развитие семейного туризма за счет программ отдыха в отелях. Такой программой может стать «отельный семейный тур» в рекреационной зоне промышленного города на берегу одного из городских озер. Исходя из выбора, отелю был разработан и предложен конечный продукт «Семейный июль 2019».

Цель дипломной работы – разработка инновационной программы гостеприимства для семейного отдыха жителей мегаполиса и близлежащих регионов на территории отеля «SMOLINOPARK»

Объект дипломной работы – отель «SMOLINOPARK», как место внедрения инновационного продукта.

Предмет дипломной работы – проектирование инновационной программы семейного отдыха в отеле «SMOLINOPARK».

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---|----|
| ВВЕДЕНИЕ | 7 |
| 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СЕМЕЙНОГО ТУРА... | 11 |
| 1.1. Нормативно–правовая база проектирование гостиничного продукта | 9 |
| 1.2 Характеристика семейного туризма | 15 |
| 1.3 Технология проектирования тура выходного дня | 22 |
| Вывод по главе один..... | 32 |
| 2 РАЗРАБОТКА СЕМЕЙНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫХОДНОГО ДНЯ В ОТЕЛЬ «SMOLINOPARK»..... | 33 |
| 2.1 Характеристика инфраструктуры отеля «SMOLINOPARK» | 33 |
| 2.2 Характеристика и экономическое обоснование семейной программы выходного дня в отель «SMOLINOPARK»..... | 36 |
| 2.3 Обеспечение безопасности семейного тура выходного дня в «SMOLINOPARK»..... | 42 |
| Вывод по главе два..... | 46 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 47 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК | 49 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ | |
| ПРИЛОЖЕНИЕ А. Отель «SMOLINOPARK»..... | 53 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Программа семейного заезда «Семейный июль»..... | 59 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ В. Электронная версия ВКР | |
| ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Презентация к ВКР | |

ВВЕДЕНИЕ

Развитие туризма играет важную роль в развитии экономики стран и регионов, обеспечивая прирост рабочих мест, развитие инфраструктуры местности, попутно удовлетворяя потребности туристов в отдыхе. Особое влияние на туризм оказывает гостиничная индустрия. Она предоставляет возможность туристу удовлетворить свои потребности в отдыхе и питании, а также оздоровлении. Если район привлекателен для туриста, но не оснащен средствами размещения, то он теряет большой процент потенциальных туристов. Такой же эффект получают менее привлекательные для туризма районы: если в них развит рынок гостиничных услуг, то этот факт дает большой потенциал в приросте количества приезжающих туристов. Эта ситуация способствует бурному строительству гостиничной инфраструктуры, и как следствие, увеличивает приток туристов в этот туристический район.

Для некоторых туристических районов, наличие развитой отельно-гостиничной базы – один из главных инструментов привлечения туристов и привлечения внимания правительства для вовлечения регионов в различные знаковые политические события, такие, как саммит ШОС в 2020 году, который будет проходить в г. Челябинск.

К сожалению, г. Челябинск на данный момент времени не может считаться городом, где гостиничная база является развитой, при этом с каждым годом потребность клиентов в высоком качестве обслуживания растет; появляются новые гостиничные предприятия с принципиально новыми концепциями развития бизнеса; не стоит на месте изучение науки и технологии и т.д. Для того, чтобы на этом уровне успешно конкурировать с производителями гостиничных услуг, соответствовать ожиданиям потребителей этих услуг гостиничному предприятию необходимо предоставлять высокое качество обслуживания, в том числе разрабатывать самостоятельные туры, без участия посредников в виде турагентств и туроператоров.

Все это способствует созданию новых концепций, целью которых станет максимально полное удовлетворение потребностей клиентов; повышение качества услуг и высокий уровень обслуживания, дабы привлечь новых и удержать постоянных клиентов.

Для решения вышеперечисленной проблемы городу необходимо развить систему средств размещения.

Город Челябинск основан в 1736 году, как форпост на пути торговых караванов для защиты от набегов кочевых племен. Благодаря природным запасам полезных ископаемых он становится крупным промышленным центром России, занимая 13 место по объёму промышленного производства. Промышленные предприятия региона известны не только в стране, но и за её пределами: металлургический и цинковый завод, производящий 2% мировой и 60% российской продукции в данной отрасли, машиностроение и станкостроение, ракетный центр и атомное производство.

С географической точки зрения, город расположен в центре материка Евразия, в центральной его части проходит граница между Уралом и Сибирью. Он расположен по обе стороны реки Миасс, протекающей в центре города. В пределах города находится Шершнёвское водохранилище и несколько озёр: Смолино, Первое, Второе, Синеглазово. Украшением города является зеленое ожерелье городского и Каштакского сосновых боров.

В такой среде очень сложно обеспечить гостей всей инфраструктурой для семейного отдыха.

Это определило направление дипломной работы, которое заключается в поиске путей увеличения продаж и обеспечения загруженности номерного фонда гостиниц промышленного мегаполиса.

Теоретической основой исследования являются работы авторов: Аванесова Бородин, В.В., Крылов, Э.И., Овчаров, А.О., Степанова, С.А., Жуков А.А., Косолапов А.Б., энциклопедические издания, а также интернет-источники.

Нормативно–правовой базой инновационного проектирования в туризме являются:

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», а также национальные стандарты по туризму:

1 ГОСТ Р 50681–10 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг»;

2 ГОСТ Р 50644–09 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»;

3 ГОСТ Р 51185–14 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» и др.

Вопросам экономики туризма посвящены работы Бородин, В.В., Крылов, Э.И., Овчаров, А.О., Степанова, С.А.

Цель дипломной работы – разработка инновационной программы гостеприимства для семейного отдыха жителей мегаполиса и близлежащих регионов на территории отеля «SMOLINOPARK»

Объект дипломной работы – отель «SMOLINOPARK», как место внедрения инновационного продукта.

Предмет дипломной работы – проектирование инновационной программы семейного отдыха в отеле «SMOLINOPARK»

Задачи дипломной работы:

- изучить особенности организации семейного отдыха;
- изучить состояние предприятий индустрии гостеприимства региона;
- определить предприятие гостиничного типа для реализации программы гостеприимства в регионе.
- разработать и внедрить программу семейного отдыха в отеле «SMOLINOPARK».

В дипломной работе использовались следующие методы исследования: анализ, синтез, аналитический, классификации, аналогии.

Практическая значимость дипломной работы заключается в возможности ее использования при внедрении в отеле «SMOLINOPARK» инновационных программ гостеприимства.

Дипломная работа состоит из введения, двух глав и шести параграфов, заключения, приложений, библиографического списка из источников.

Этапы дипломной работы:

Для решения поставленных задач разработка дипломной работы осуществляется в 3 этапа. На 1 этапе (изучались теоретические основы и нормативно-правовая база инновационного проектирования в туризме, осуществлялась разработка информационно-библиографических источников.

На основании этого определена структура курсовой работы.

На 2 этапе осуществлялось проектирование нового семейного тура в отель SMOLINOPARK.

На 3 этапе осуществляется техническая редакция работы на основе СТО ЮУрГУ 04–2008 «Стандарт организации курсовое и дипломное проектирование. общие требования к содержанию и оформлению»

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СЕМЕЙНОГО ТУРА

1.1 Нормативно – правовая база проектирование гостиничного продукта

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

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

Вторую группу составляют специальные нормативные правовые акты: Федеральные законы «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию»; ГОСТ Р 50690–2017 «Туристские услуги. Общие требования»; ГОСТ Р 50681–2010 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг»; ГОСТ Р 50644–2009 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»; ГОСТ Р 51185–2014 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования», Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 (ред. от 30.11.2018) «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» и др.

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

Отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, продавцами при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг) регулирует Закон «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г.

В статье 7 п. 1 данного Закона сказано, что «потребитель имеет право на то, чтобы ...услуга при обычных условиях использования... была безопасна для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды...». В п. 3 этой же статьи отмечено: «если для безопасного использования... услуги необходимо соблюдать специальные правила, изготовитель (исполнитель) обязан указать эти правила в сопроводительной документации на... услугу, а продавец (исполнитель) обязан довести эти правила до сведения потребителя». В статье 4 п. 1 сказано, что «продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), качество которого соответствует договору.»

Основным специальным нормативным правовым актом является Федеральный закон. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. В нем подробно изложены основные принципы туристской деятельности на территории Российской Федерации. В Законе указаны основные цели, приоритетные направления и способы государственного регулирования туристской деятельности. В статье 4 отмечается, что «первостепенное значение имеет поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самодеятельного туризма».

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

В статье 5 Федерального закона «О рекламе» сказано, что «Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются».

Более узкую «специализацию» имеют государственные стандарты, которые опираются на различные законы. Например, ГОСТ Р 50690-2017 «Туристские услуги. Общие требования». Этот стандарт устанавливает общие требования к туристским услугам, требования безопасности услуг для жизни, здоровья туристов, сохранности их имущества и охраны окружающей среды. Наряду с этим документ

содержит требования к информации о туре для потребителей [7]. Более полно требования этого стандарта указаны в конкретных стандартах.

Безопасность экскурсантов (туристов) обеспечивается в соответствии с требованиями ГОСТ Р 50644–2009 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов». Настоящий стандарт устанавливает требования к туристским и экскурсионным услугам, обеспечивающие безопасность жизни и здоровья туристов и экскурсантов.

Порядок разработки документации при проектировании туристских услуг устанавливает ГОСТ Р 50681–2010 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг».

Проектирование туристской услуги осуществляется в последовательности:

- установление нормируемых характеристик услуги. Конкретные характеристики услуг должны быть не ниже требований государственного стандарта на соответствующий вид услуги. Проект должен содержать конкретные требования по обеспечению безопасности услуги, минимизации рисков для потребителей услуги и их имущества, обслуживающего персонала и окружающей среды.

- установление технологии процесса обслуживания туристов. Конкретные требования к процессу обслуживания туристов должны быть не ниже требований действующих нормативных документов. Проектирование процесса обслуживания туристов осуществляется по отдельным этапам предоставления услуги (например, предоставление информации об услуге, оказание услуги, расчеты за услугу) и с составлением для каждого из них технологических карт.

- разработка технологической документации. Результатом проектирования туристской услуги являются технологические документы (технологические карты, инструкции, правила, регламенты и др.).

- определение методов контроля качества. В документации по контролю качества должны быть установлены формы, методы и организация контроля за осуществлением процесса обслуживания туристов с целью обеспечения его соответствия запроектированным характеристикам.

- анализ проекта. Он направлен на выявление и своевременное устранение несоответствий в проекте. Результатом анализа проекта является уточненное содержание технологической документации туристского предприятия.

- представление проекта на утверждение. Документацию на спроектированные туристские услуги и процессы обслуживания туристов утверждает руководитель туристского предприятия по согласованию с заказчиком.

Кроме того, данный стандарт содержит требования к проектированию отдельных видов туристских услуг. Настоящая работа посвящена проектированию тура, являющегося первичной единицей туристского путешествия.

Основной источник в области осуществления правового регулирования отношений по направлению оказания гостиничных услуг Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 (ред. от 30.11.2018) «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» в котором были внесены уточнения на основании соответствия Закону о защите прав потребителей.

Правила предоставления гостиничных услуг содержат определения термина «гостиница» и осуществляют установление стороны договора об оказании гостиничных услуг и определение прав, обязанностей, ответственности сторон по данному договору.

Данные Правила под потребителем подразумевают гражданина, имеющего намерение осуществить заказ или заказывающий и использующий услуги исключительно с целью личных, семейных, домашних и других нужд, которые не связаны с предпринимательской деятельностью.

Отметим, также еще один документ, который осуществляет нормативно-правовое регулирование оказания гостиничных услуг:

Постановление Правительства РФ от 16.02.2019 № 158 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц». Отметим, что в гостиничной деятельности также руководствуются следующими документами: строительные нормы и правила, санитарные правила и нормы, правила пожарной безопасности, ведомственные инструкции, распоряжения и приказы.

Характеристика семейного туризма

Рынок семейных путешествий характеризуется все более изощренными и иногда несопоставимыми с финансовыми возможностями потребностями путешественников, и в настоящее время отрасли необходимо удовлетворять желания и потребности различных возрастных групп, а также потребителей, которые сильнее, чем когда-либо требуют от индустрии специализированных продуктов и услуг. От предоставления все более инновационных видов деятельности до бесперебойного доступа к современным технологиям, поэтому все элементы должны быть рассмотрены с большим вниманием.

Прежде чем приступить к проектированию продукта по предоставлению программ семейного отдыха, необходимо понять и выделить само понятие семейного отдыха, определить, какой отдых является семейным туризмом, выявить его особенности и основные черты.

Семейный отдых – это то, что навсегда останется в памяти родителей и детей. Дети обожают каникулы, выходные. В эти дни они получают возможность общения с родителями, которая в современном мире является очень ценной. Как правило, взрослые во время семейного отдыха бывают более эмоционально доступными, так как в рутине рабочих дней общение между родителями и детьми происходит крайне мало. Для вечно занятых взрослых становятся доступны также и простые человеческие радости, например, полюбоваться на звезды, проводить закат. Дети любят семейный отдых большими компаниями, вместе с бабушками, дедушками, тетями, дядями, кузенами и племянниками. Особенно со сверстниками. Моменты совместного времяпровождения с родственниками дарят ощущение семейного единства, сплоченности. Для современного общества, особенно для городов-миллионеров, такой вид отдыха являлся бы отличным и популярным средством оздоровить семейную жизнь.

Во время семейного отдыха люди крайне редко остаются дома, как правило, семьи выезжают за город, в иных случаях за рубеж, чтобы провести драгоценные дни вместе. Отсюда выделился особый тип туризма, а именно – семейный туризм.

Под семейным туризмом мы понимаем – временные путешествия семьи (с детьми или без), или группы состоящей из нескольких семей в местность, отличную от места постоянного жительства, совершаемые в свободное время. Главной чертой семейного туризма, как и любой формы семейного досуга, является взаимодействие всех членов семьи. Именно оно позволяет определить является данное путешествие семейным или нет.

Напряженный ритм жизни современного человека оказывает большое влияние на время, которое он может проводить с близкими. От типа занятости зависит формат и продолжительность путешествия. С одной стороны – плотный график офисных служащих диктует им брать более короткие отпуска, в то же время возможности работать удаленно позволяют некоторым категориям населения уезжать в длительные путешествия. Более того, с ростом доходов и семьи предпочитают необычные эмоции материальным благам.

Семейный туризм – недавно возникшая и активно развивающаяся форма организации отдыха, играющая важную социальную и воспитательную роль. Она характеризуется в первую очередь, тем, что воспитательные, оздоровительные, нравственные задачи гармонично сочетаются с приобщением детей к систематическим занятиям туризмом, физкультурой, спортом.

Рынок семейного туризма обладает своей спецификой и особенностями. В настоящее время во всем мире семейный туризм набирает популярность. Потребность в наличии такого отдыха существовала всегда, что доказывали, в частности, социологические исследования. И это неудивительно. В любой стране семья является важной сферой гармоничного развития личности, ее материальных и духовных ценностей, правильного использования досуга.

Этот вид отдыха может быть любым: спортивным и оздоровительным, отдыхом на одном месте или турпоходом. Поэтому и программы такого отдыха сильно отличаются друг от друга. Набор их определяется тематикой выбранного тура. Тем

не менее, присутствие среди отдыхающих маленьких детей всегда означает наличие особых требований к организации подобных туров.

Классифицировать семейный туризм сложно, он многогранен, разнообразен, так же как разнообразны семьи. По уровню организации среди различных видов семейного туризма можно выделить две большие группы:

1) Семейные туры, разработанные туроператорами – этот вид предполагает минимальную творческую активность семьи при выборе маршрута. В туристическом бизнесе ориентация на семью является приоритетной, априори считается, что семейные туристы приносят хороший доход, это способствует выстраиванию особой детской индустрии развлечений и потребления. К сожалению, на практике оказывается, что далеко не всегда речь идет именно о взаимодействии членов семьи. Тем не менее, туроператоры стараются максимально подбирать тур, ориентируясь на основные особенности семейной аудитории, особенно уделяя внимание вопросам комфортного проживания, питания, организации детских развлечений, удобства транспортного сообщения, предоставления дополнительных услуг (например, детский стульчик, коляска, детская кроватка, радио-няня и т. п.), разработке экскурсионных маршрутов, интересных и доступных детям.

2) Самостоятельные путешествия. В этом случае семья самостоятельно планирует маршрут, определяют способ передвижения (поезд, самолет, автобус, автомобиль, пеший поход, велотуризм, водный туризм). Кроме того, самостоятельная организация предполагает и большее взаимодействие между членами семьи на всех этапах подготовки и проведения, так как приходится совместно отвечать на массу вопросов. [1].

Семейный туризм решает следующие задачи: способствует сплоченности семьи и установлению эмоционального контакта, взаимопониманию, сотрудничеству между родителями и детьми, коррекции детско-родительских отношений, реализации семейных ценностей; реализует потребность в отдыхе и физической активности. Особенно это касается спортивных видов семейного туризма; ориентирует на здоровый, активный образ жизни и освоение здоровь

сберегающих технологий; способствует активной социализации детей, многие виды семейного туризма являются командными, совместная работа, сотрудничество, взаимодействие в команде создают естественные условия для приобретения социального опыта у детей.

Таким образом, выделив понятие семейного отдыха, семейного туризма, выделяется крайняя его актуальность для городов-мегаполисов, особенно, промышленной направленности. Далее необходимо рассмотреть, как индустрия гостеприимства может повлиять на развитие семейного туризма в регионе, и какие условия для этого необходимы.

Для того, чтобы понять, какую роль индустрия гостеприимства играет в семейном отдыхе, необходимо кратко рассмотреть зарубежный и отечественный рынок отелей подобной направленности, а затем рассмотреть варианты средств размещения для города Челябинск.

Семейный вид отдыха присущ в основном для курортного типа отелей, в которых по умолчанию имеется все для совместного отдыха взрослых и детей, например, аквапарк, детская площадка. Если подобрать подходящий курорт не является проблемой, то выбор отеля – задача намного сложнее. Семейные отели – это сочетание отдыха детей в коллективе, родительского отдыха и совместного общения. Кроме того, эта категория гостиниц предоставляет различного рода услуги, необходимые для комфортного пребывания в них семей с детьми. Такие средства размещения, как правило, имеют высокую доходность за счет разнообразия услуг, а также высокую популярность.

Для размещения во время отдыха с семьей нужно выбирать здоровые и экологически чистые районы, тихие места с большим количеством зелени. Кроме того, отели, где будут проживать туристы, должны соответствовать особым функциональным требованиям для отдыха с семьей: 2-3-местные номера, система объединения номеров, детские площадки и т. д. В программы таких туров обязательно должны быть включены мероприятия для детей, взрослых, а также общие мероприятия. К подобным программам относятся ознакомительные экскурсии, в которых могут принимать участие, как дети, так и их родители.

Существуют также отдельные экскурсии для взрослых (при наличии услуги по присмотру за детьми). Большой популярностью пользуются прогулки на открытом воздухе (по лесу, реке, морю). Также существуют экскурсии в аквапарки, зоопарки или парки отдыха.

В зарубежных реалиях гостиничного практика курортных отелей является чуть ли не основой ведения бизнеса. Так, на Канарских островах в Испании, более половины отелей специализируются на семейном туризме и обладают всей инфраструктурой для максимально комфортного проживания семей. Для примера испанская сеть отелей Paradise H&R, что располагается на острове Гран-Канария обладает своим собственным аквапарком, центром семейных развлечений и ежедневными вечерними шоу для всей семьи. Здания отелей также рассчитаны исключительно на семейный отдых: номера максимально просторные, все двухкомнатные, с дополнительными кроватями. Как итог, имея среднюю недельную стоимость проживания в 2500 евро, отель имеет практически полную загрузку в летнее время именно за счет семей. Доходы таких отелей колоссальны, при этом гости, как правило, очень довольны своим отдыхом.

В России курортные отели преимущественно располагаются на Юге (побережье Черноморского побережья), где уже на уровне природных факторов заложен потенциал для комфортного отдыха для семей. Зачастую такие отели предоставляют лишь инфраструктуру (гостиничный комплекс «Богатырь» в Сочи-Парке), а гости вольны выбирать сами, что им потребуется из перечня, без какой-либо программы отдыха. Впрочем, отели западной Европы тоже практически не имеют проживания в виде программы, где бы гости имели четко выверенный план отдыха. Это обусловлено тем, что если средства размещения и так популярны, руководство не видит смысла в разработке инновационных программ отдыха для семей.

Иная ситуация обстоит с такими регионами, как Урал, Сибирь, менее располагающим к семейному досугу в плане климатических условий, месторасположения отелей, особенно в рамках индустриального мегаполиса. В такой среде, очень сложно обеспечить гостей всей инфраструктурой для семейного

отдыха, необходимо искать иные пути к развлечению гостей, например, путем составления разнообразных программ отдыха.

По информации областного комитета статистики населения и здравоохранения, численность детей в регионе в возрасте 0-17 лет на 3 квартал 2018 года составляет 412 152 тыс. человек. Эти показатели на 18,6 % выше, чем 8 лет назад в 2011 году. Наблюдается положительная динамика роста детского населения региона, в связи с тем, что процентное соотношение детей в области увеличивается, растет спрос на оказание туристских услуг в данном сегменте. Это формирует потребность в качественно организованном семейном досуге, который способствовал бы нравственному и физическому оздоровлению.

На сегодняшний день утверждена федеральная целевая программа «Развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)», в рамках которой существует Перспективный туристский укрупненный инвестиционный проект «Урал», где делается акцент на культурно-познавательном туризме. Общий объем финансирования Программы рассчитан по предварительным прогнозным данным в ценах соответствующих лет и составляет по оптимальному варианту реализации 387,64 млрд. рублей, в том числе средства федерального бюджета – 69,27 млрд. рублей, средства бюджетов субъектов РФ и местных бюджетов – 11,8 млрд. рублей, внебюджетные средства – 306,57 млрд. рублей. Для того, чтобы экономический эффект Программы был достигнут, планируется привлечь дополнительные инвестиции в туристскую сферу на условиях государственно – частного партнерства и обеспечения выгодных условий для бизнеса. Наряду с экономическим эффектом реализация Программы позволит решить ряд важных социальных задач по удовлетворению потребностей различных категорий российских граждан в активном и полноценном отдыхе, укреплении здоровья, приобщении к культурным ценностям, а также задач по патриотическому воспитанию молодого поколения страны.

Согласно мировым тенденциям уровень заинтересованности в культурно-познавательном, экологическом туризме, который ориентирован на рекреационные виды деятельности на природе, растет, что в этом плане делает Челябинскую

область перспективной, так как она обладает необходимыми ресурсами для осуществления программ по развитию данного вида отдыха. В области находится более двухсот особо охраняемых территорий, в том числе широко известный Ильменский заповедник, Музей-заповедник «Аркаим», также регион обладает уникальными геологическими, гидрологическими и ботаническими объектами. Более 450 памятников археологии, истории и культуры, градостроительства и архитектуры находятся под охраной государства.

В связи со сложной экологической обстановкой остро стоит проблема оздоровления населения и в этой связи необходимо задействовать имеющиеся санатории и пансионаты в организации семейного отдыха.

Таким образом мы видим, что в сложившейся социально-экономической обстановке существует потребность в качественной организации семейного отдыха. Рассматриваемый регион богат туристскими ресурсами, как рекреационными, так и лечебно-оздоровительными. Наличие федеральной программы, позволяет осуществлять работу по развитию данного направления туризма более эффективно, благодаря существующему финансированию.

Возвращаясь к рынку гостиничных услуг г. Челябинска основная масса гостиниц имеет не более трех звезд, так как основная масса потребителей г. Челябинск, а также гостей с регионов имеет своей основной целью проживание в рамках командировок, бизнес-туризма, либо кратковременного отдыха не более суток. Это подразумевает склонность потребителя как можно больше сэкономить на услугах гостиниц. Как следствие, основная масса средств размещения города предоставляют собой базовый перечень услуг, в основном связанных с проживанием. Несмотря на узко направленность Челябинского рынка гостиничных услуг в городе все же имеется небольшой сегмент отелей от 4 до 5 звезд, которые имеют хорошо развитую инфраструктуру, тем самым расширяя набор услуг и предлагая гостям разнообразный конечный продукт.

К основным услугам этих средств размещения относятся проведение конференций, фестивалей, свадеб, и корпоративных/выпускных вечеров. Такой перечень услуг в городе Челябинск оказывает небольшое количество отелей,

особенно, если рассматривать отели, прошедшие на данный момент времени сертификацию, получившие звездность.

Единственным пятизвездочным отелем в г. Челябинск, прошедшим сертификацию, является гранд-отель «Видгоф», обладающий отлично развитой инфраструктурой для проведения массовых мероприятий. Также отель организует массовые банкеты на такие праздники как Новый Год, 8 марта.

Сегмент четырех звезд представляет собой несколько большее количество отелей, а именно: отель «Маркштадт», единственный в городе отель международной сети «Radisson Blu», отель «Виктория», спа-отель «Мелиот», «Парк-сити», отель «SMOLINOPARK».

Все вышеперечисленные отели конкурируют между собой по разным показателям, но наиболее это проявляется в услугах, ориентированных на массовые мероприятия (свадьбы, конференции, фестивали). [9].

Руководство отелей постоянно улучшает качество оказываемых услуг, наращивая инфраструктуру, однако, практически не разрабатывает новых программ гостеприимства. Отчасти, это обусловлено тем, что основная часть отелей расположена в городе, что мешает внедрению подобных решений.

В современной индустрии гостеприимства есть множество решений для семейного туризма и отдыха. Без подходящего средства размещения семейный отдых немислим, что делает отель неотъемлемой частью такого вида туризма. Наиболее успешными являются те средства размещения, что находятся в наиболее благоприятных для отдыха условиях, остальные отели вынуждены искать особые пути реализации подобных программ. Рассматривая конечный вариант отеля, что хорошо подошел бы на роль семейного в г. Челябинск, наиболее предпочтительным вариантом выглядит отель «Смолино-Парк», во второй главе работы этот тезис будет обоснован.

Технология проектирования тура выходного дня

В управлении гостиницами широко используется термин «гостиничный продукт», позволяющий подчеркнуть комплексный характер гостиничного предложения. Этот подход приемлем с точки зрения экономической теории, где «продукт» определяется как «результат» человеческого труда, хозяйственной деятельности, представленный в материально вещественной, духовной, информационной форме, либо в виде выполненных работ и услуг.

Можно выделить и ряд свойств гостиничного продукта:

- гостеприимство – включает достоинство, уважение и любезность персонала;
- обоснованность – предоставление всех услуг должно соответствовать цели путешествия туриста;
- надежность – соответствие фактически предоставляемого туристу продукта рекламе, достоверность информации;
- эффективность – достижение наибольшего эффекта для туриста при минимизации его расходов;
- целостность – завершенность гостиничного продукта;
- ясность – потребление гостиничного продукта, его направленность должны быть понятны и туристу, и производителю;
- простота в эксплуатации – возможность легко обнаруживать ошибки в технологии обслуживания;
- гибкость – гостиничный продукт должен предусматривать возможность замены тех или иных услуг, чтобы быть ориентированным на разных потребителей;
- полезность – способность служить достижению какой-либо цели, удовлетворять потребности определенной целевой группы потребителей.

Маркетингово–аналитический подход является методологической основой проектирования комплексного гостиничного продукта. Представляется, что усиление маркетингово-аналитического подхода в формировании гостиничного продукта должно идти по трем направлениям:

1) изучение потребительских предпочтений и определение социально-экономического портрета потребителя гостиничных предприятий с учетом национальных, социальных, половозрастных, экономических и иных различий, определение потребностей потребителей в ассортименте услуг, ценовом предложении и уровне сервиса;

2) определение круга потенциальных партнеров, который позволит удовлетворить запросы целевой аудитории, а также будет отвечать интересам стратегического развития гостиничного предприятия;

3) разработка структуры комплексного гостиничного продукта по основным входящим в комплекс видам услуг.

Технология проектирования комплексного гостиничного продукта предполагает следующие стадии:



Рисунок 1 – Технология проектирования комплексного гостиничного продукта

Анализ и исследования проводятся по нескольким направлениям: соответствие концепции гостиничного продукта потребительским ожиданиям, изучение возможного рынка, оценка конкурирующих гостиничных продуктов.

Информация, полученная в ходе маркетингового исследования, должна обеспечить создание привлекательного и конкурентоспособного комплекса услуг для его последующей реализации на рынке.

Формирование концепции гостиничного продукта должно быть основано исключительно на предварительной оценке спроса и предложения на рынке. Для этого необходимо определить основные параметры ожидаемого рыночного спроса: территориальные границы рынка (город, район, область, регион), социальный состав клиентуры (молодежь, люди со средними или высокими доходами, пенсионеры, домохозяйки и др.), виды туризма и цели путешествий; возможные объемы и сезоны поездок и т.п.

На базе тщательного изучения и прогнозирования возможного рыночного спроса, анализа конкурентов и потребительских предпочтений формируется предполагаемая концепция гостиничного продукта.

Главной задачей второго этапа являются выявление, сбор и анализ максимального количества идей, которые в будущем могли бы воплотиться в концепцию продукта.

Создаваемый гостиничный продукт должен обязательно соответствовать миссии и целям гостиничного предприятия, удовлетворять требованиям основных клиентов. После того как идеи прошли отбор, необходимо развить их в концепцию продукта.

Потребители в конечном итоге покупают не идею, а готовый продукт, поэтому необходим подробный план реализации идеи, выраженный в потребительских терминах.

При формировании набора услуг, планируемых для включения в комплексный гостиничный продукт, необходимы оценка внутренних возможностей предприятия, анализ продуктового ассортимента, технических и финансовых возможностей создания дополнительных услуг, оценка качества предоставляемых услуг.

Когда определен состав проектируемого гостиничного продукта, необходимо оценить его экономические показатели.

Подобный бизнес-анализ должен проводиться по следующей схеме.

1) Составление плана издержек при коммерческом производстве нового продукта, определение спектра необходимых ресурсов отеля для его производства (людские, технические, финансовые, информационные и т.д.).

Формирование программы производства комплекса услуг, входящих в продукт, подразумевает ответы на следующие вопросы: необходимые основные фонды и оборудование для производства продукта, поставщики и условия покупки сырья и материалов, если таковые требуются, схемы материальных и информационных потоков, необходимых для производства услуг, человеческие ресурсы, требуемые для реализации проекта, расписание работы сотрудников, заработная плата, необходимость привлечения дополнительной рабочей силы, предполагаемая система и процедуры контроля качества обслуживания.

2) Разработка плана маркетинга — определение целевого рынка и позиции на нем нового продукта, определение доли рынка, планируемая цена (цены), объемы продаж и прибыли, инструменты продвижения гостиничного продукта на рынок, формирование рекламного бюджета первого года существования продукта на рынке, формирование долгосрочной стратегии маркетинга продукта.

3) Составление финансового плана — стоимостное выражение материалов предыдущих разделов (план доходов и расходов от реализации гостиничного продукта в различных вариациях, прогноз денежных потоков, план поступлений и выплат).

После этапов, относящихся непосредственно к созданию продукта, гостиничное предприятие переходит к этапам вывода на рынок своего продукта. Для этого в первую очередь необходимо определить оптимальную структуру каналов сбыта.

На этапе определения оптимальной структуры каналов продаж также разрабатываются основные подходы и тематика будущей рекламной кампании, которая может осуществляться как самим гостиничным предприятием, так и при помощи партнеров по сбыту.

После устранения всех недочетов и готовности дифференцированного предложения гостиничного предприятия начинается этап его массового вывода на рынок или коммерческая раскрутка.

Особую роль в этой связи должны играть инструменты продвижения и информирования рынка о новом продукте.

Одновременно следует продолжать совершенствовать качество обслуживания, процедуры взаимодействия служб и отдельных работников отеля, сокращать расходы. Разумно сразу после запуска продукта собрать и проанализировать первые потребительские предпочтения.

Информация о степени удовлетворенности потребителей должна стать отличным показателем того, насколько гостиничный продукт удовлетворяет потребности своих клиентов. Стратегически важным является правильное понимание потребностей своей целевой аудитории и постоянно видоизменять состав услуг, входящих в комплексный гостиничный продукт, удовлетворяя потребности потребителей и повышая их лояльность.

Объектом мероприятий по стимулированию лояльности клиента с помощью контактов становится влияние наличные и информационные взаимосвязи между гостиничным предприятием и потребителем посредством вовлечения последнего в деятельность гостиницы по созданию новых гостиничных продуктов, чтобы вызвать у него психологически-эмоциональное чувство привязанности, а также путем обслуживания клиента в полном соответствии с его требованиями.

Даже если успех выведения на рынок гостиничного продукта превзошел все ожидания менеджмента, нельзя забывать о непрерывном совершенствовании его характеристик и свойств. Все это позволит развить и закрепить успех в долгосрочной перспективе. Осознание этого помогает уравнивать усилия гостиничного менеджмента по поддержанию существующих продуктов, пользующихся спросом, и развитию новых процессов, услуг (пакетов услуг) и целых направлений.

В последнее время среди основных факторов, определяющих успех нового гостиничного продукта на рынке, являются:

- скорость признания нового продукта конечными потребителями (гостями);
- скорость признания нового продукта организованными потребителями (каналами сбыта) — фирмами, туристическими компаниями, посольствами и т.д.;
- ресурсные возможности отеля;
- качество обслуживания;
- эффективность существующей в отеле системы организации продаж;
- ценовая политика в отношении нового продукта;
- уровень конкуренции;
- сроки достижения прибыльности.

Базовая функция туристского продукта, которая для гостиничного объекта заключается в обеспечении отдыха (ночевки) и в утолении голода (питание).

Суммарная полезность (различна для разных видов гостиничных объектов).

Насколько различной может быть суммарная полезность разных объектов, рассмотрим на следующих примерах: студенческая турбаза — один ночлег в многоместном номере, горячие напитки (чай), возможен завтрак (включается в стоимость ночлега), возможность самостоятельного приготовления еды, наличие основной туристской информации; отель категории 5 звезд — многодневное проживание в апартаментах класса «люкс», обеспеченных даже предметами индивидуального пользования (утренними тапочками, халатами), несколько ресторанов, возможность доставки еды в номер, услуги прачечной, портного, фитнес-клуб, бизнес-центр, прокат автомобилей, конгресс-центр и т. п.

Человек, принимающий решение поселиться в гостиничном заведении, должен удовлетворить несколько основных потребностей, в первую очередь, в ночлеге и питании. Гостиничное заведение также удовлетворяет многочисленные дополнительные потребности, такие, как обеспечение безопасности, отдых и развлечение, создание условий для работы и т. п.

Таким образом, гостиничную услугу (реализуемую в заведениях гостиничного типа) можно характеризовать более общими категориями. Представленные рассуждения позволяют сделать вывод:

Базовый продукт отеля (заведения гостиничного типа) – гостеприимство, которое выражается не только в образцовой реализации всех запросов и в удовлетворении ожиданий туриста, но и в сердечности и благожелательном отношении всего персонала – от швейцара до директора отеля.

Основным гостиничным продуктом являются услуги номеров гостиницы и питание. Согласно Постановлению Правительства №158 от 16.02.2019г., предусмотрено деление средств размещения на категории (5*, 4*, 3*, 2*, 1*, без звезд) и номеров на категории: высшая («сюит», «апартамент», «люкс», «студия»), первая, вторая, третья, четвертая и пятая.

Дополнительными гостиничными услугами являются услуги, необходимые потребителю для того, чтобы более комфортно использовать основной продукт. В гостиницах данными услугами являются: бронирование номера, парковка, регистрация, обслуживание багажа, обслуживание номера, услуги ресторана (бара), телефоны в номерах, прачечная и химчистка, парикмахерская, услуги по предоставлению транспорта и т.д.

Сопутствующие гостиничные услуги – это услуги, придающие основным услугам дополнительную выгоду и помогающие отличить данную услугу от услуги конкурирующих компаний. Сопутствующими услугами в гостинице могут служить: наличие хорошо оснащенного делового центра; салон красоты; оздоровительный центр с большим набором медицинских услуг; киноконцертный зал; библиотека и т.д.

Система предоставления услуг – это процесс оказания основной услуги, который показывает, как данный продукт предоставляется клиенту, какую роль играет потребитель в этом процессе, длительность процесса, его эффективность и стиль выполнения. Процесс предоставления основного продукта в гостинице направлен именно на человека, поэтому для него характерна высокая степень вовлечения клиентов в этот процесс и высокая степень их контакта с обслуживающим персоналом.

Каждая дополнительная и сопутствующая гостиничная услуга, в свою очередь, требует собственной системы ее предоставления и определенного уровня обслуживания.

Рассмотренная структура гостиничного продукта является основой для расчета его ценности, повышения качества, усиления желаемых для потребителя преимуществ и сокращения нежелательных издержек. В ряде случаев для улучшения качества гостиничного продукта, становится целесообразным проведение существенной модернизации всей производственной деятельности гостиницы и системы предоставления услуг.

Но функциональному назначению услуги, оказываемые гостиницей, подразделяются на материальные (удовлетворение материально-бытовых потребностей покупателей) и социально-культурные (удовлетворение духовных и интеллектуальных потребностей, а также поддержание нормальной жизнедеятельности клиентов).

Подведем итоги.

Этапы разработки программы:

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

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

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

Анализ проекта:

– завершающий этап проектирования, целью которого является подтверждение следующей информации:

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

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

При организации семейных программ необходимо учитывать следующие особенности:

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

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

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

- сегмент молодых людей на туристском рынке состоит из двух возрастных категорий: от 18 до 24 и от 25 до 34 лет. Эти категории располагают значительной двигательной способностью и влиянием, так как они наиболее многочисленны. Поскольку они представляют собой большую группу людей, можно определить комплексные тенденции в данном сегменте: относительно позднее замужество,

появление в семье первого ребенка, небольшое домашнее хозяйство, важность карьеры для обоих взрослых членов семьи. На туристском рынке для молодых людей существуют две наиболее часто встречающиеся подгруппы: молодые одиночки и молодые семьи без детей.

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

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

Таким образом, в первой главе мы рассмотрели нормативно-правовую базу проектирования гостиничного продукта, а также охарактеризовали семейный туризм.

Рассмотрев сущности семейного отдыха и туризма, удалось выявить большую популярность и прибыльность данного направления отдыха. Изучив, как индустрия гостеприимства связана с отдыхом всей семьи, обнаружена неразрывная связь качественного семейного досуга с правильно выбранным средством размещения.

2 РАЗРАБОТКА СЕМЕЙНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫХОДНОГО ДНЯ В ОТЕЛЬ «SMOLINOPARK»

Характеристика инфраструктуры отеля «SMOLINOPARK»

Отель был открыт в январе 2003 года и с тех пор прошел большой путь развития, как бренда, так и инфраструктуры. На сегодняшний день, он располагается на территории более 30000 м², номерной фонд составляет 58 номеров категорий эконом, стандарт и номеров категории люкс. Все номера оборудованы согласно последним требованиям пожарной безопасности, а также оснащены современной техникой, такой как кондиционеры, спутниковое телевидение, электронные сейфы и т.д. Отель находится в черте города, в спокойном поселке Смолино, на берегу одноименного озера. Отель обладает оборудованным пляжем летом площадью 2500 м² и зимним парком в период с декабря по апрель площадью 3000 м². С экологической точки зрения отель также выигрывает у своих конкурентов, так как находится в относительной дали от заводских предприятий и центра города, территория отеля хорошо озеленена, а воздух практически все время свеж и чист, так как находится в розе ветров.

В рамках инфраструктуры отель также отлично подходит для семейного отдыха, так как имеет несколько банкетных залов, летние рестораны, оборудованный пляж и комплекс саун и мангальных площадок, игровую

площадку на воздухе для детей и специально организовываемую на время отдыха внутри отеля. При отеле имеется агентство по организации шоу «Ивент – Сервис», которое разрабатывает для массовых мероприятий отеля разнообразные программы.

По состоянию номерного фонда «Смолино-Парк» имеет в наличии 58 номеров в категориях от экономов до люксов, особое внимание уделено номерам экономам, проживание в них наиболее удобно для семей до четырех человек.

На базе отеля также присутствуют 2 ресторана:

Бар «Тобассо» предлагает гостям блюда кухни европейских стран, всегда свежую выпечку собственного производства и десерты от шеф-кондитера отеля, а также элитные сорта чая, кофе и крепких напитков дополняют приятную трапезу.

В баре гости смогут насладиться игрой в бильярд, по предварительному запросу проводится трансляция спортивных матчей на большом экране.

Бар работает круглосуточно. Меню от шеф-повара – аля-карт

Средний чек в ресторанах 800 рублей на гостя.

Бильярд – 600 рублей/час.

Летний ресторан, оформленный в европейском средневековом стиле фахверк, расположен в тихом живописном районе Челябинска на берегу озера.

Летний ресторан «Крист».

Здесь гости могут насладиться свежесваренным пивом, также ресторан предлагает изысканные блюда на открытом огне от шеф-повара, рыбу собственного копчения и другие блюда.

Два этажа ресторана позволяют расположиться в соответствии с настроением. Фирменные фруктовые коктейли и напитки собственного производства, аромат цветов, свежий ветер с озера дополняют приятный отдых на берегу.

Летний ресторан работает ежедневно с 12–00 до 24–00 часов.

Средний чек 800 рублей на гостя.

Недалеко от летнего ресторана также расположена безопасная детская площадка газонной траве. Спортивный батут и безопасные деревянные горки порадуют детей и станут прекрасным местом для игр. С площадки открывается прекрасный вид на территорию загородного отеля и живописное озеро.

Отель SMOLINOPARK организует интересные игры, мастер-классы, развлекательные программы.

Для летнего отдыха отель SMOLINOPARK представляет: частный оборудованный пляж, шезлонги, зонтики, душевые кабины с горячей водой и фенами, уютные шатры и понтоны. детская игровая площадка со спортивным батутом, спасатели, анимационная команда, водные виды спорта, волейбольная площадка, мангальные площадки, охраняемая бесплатная парковка.

На пляже SMOLINOPARK можно взять на прокат катер, ватрушку и другой водный транспорт в Челябинске.

В зимнее время года вся территория отеля SMOLINOPARK украшена новогодней иллюминацией и напоминает европейскую рождественскую открытку.

Отель предлагает гостям обновленную инфраструктуру зимних развлечений под названием Сноупарк. Ориентированный на семейный отдых парк в Челябинске включает в себя открытый просторный каток, огромную горку для тюбинга, лыжную трассу по озеру, мангальную зону.

Оборудованные теплые помещения для переодевания и уборная, множество инвентаря для фигурного катания и хоккея, финские сани и снегокаты. Также на территории Сноупарка проходят детские праздники, корпоративы, школьные вылазки и костюмированные шоу-программы.

По предварительному бронированию возможна прогулка на лошадях или на упряжке, запряженной ездовыми собаками.

Суммируя весь потенциал инфраструктуры и месторасположения, руководство отеля уже не первый год успешно реализует свои преимущества, проводя так называемые семейные туры. Семейный тур в отеле «Смолино-Парк» является не просто проживанием с набором услуг, а законченным туристским продуктом определенной тематики, который включает в себя: проживание, тематические мероприятия на территории отеля и за его пределами, проведение банкетов с анимационными программами, как для детей, так и для взрослых. Такие туры имеют свои определенные тайминги и своеобразную «нить маршрута», согласно которому гости отеля следуют программе. При организации туров грамотно рассчитывается и ценовая политика, она закладывается на уровне бронируемых категорий и состав приезжающих семей: чем ниже категория номера, тем ниже цена, если гости приезжают с ребенком, в возрасте от одного года до десяти лет, то он может проживать на туре бесплатно.

Только на конец апреля 2019 года были успешно проведены туры следующих тематик: Новогодний тур (см. приложение Б.3), Рождественский тур, Крещенский тур, Тур защитника Отечества, Румяный тур (масленица и 8 марта). Все они

отличаются тематически, привлекают разные категории людей. Продолжительность туров составляет от двух до трех дней, программа составляется в соответствии с продолжительностью тура.

О необходимости такого рода программ гостеприимства говорят следующие факты: на время проведения туров, загрузка отеля составляет 70-100% процентов, при этом более 90% проживающих во время тура составляют семьи от трех и более гостей (двое взрослых и один или два ребёнка в возрасте от одного года до 14 лет). За время проведения подобных программ у отеля появилось немало гостей, которые приезжают на туры на постоянной основе.

Об актуальности и популярности «семейных туров» отеля говорит тот факт, что 30% отдыхающих приезжают в Челябинск из других регионов (Свердловская область, республика Башкортостан, Тюменская область). Это свидетельствует о том, что продукт имеет определенную степень уникальности не только в рамках г. Челябинска и области.

Характеристика и экономическое обоснование семейной программы выходного дня в отель «SMOLINOPARK»

Для продолжения и усовершенствования программы гостеприимства отеля «SMOLINOPARK», в преддверии праздника «День семьи, любви и верности» для отеля был разработан очередной «семейный тур» под названием «Семейный июль». Время проведения назначено с 5.07.19 по 7.07.19 для того, чтобы охватить наибольшее количество потенциальных гостей.

В рамках тура были организованы следующие услуги:

- проживание в номере соответствующей категории с 05 июля по 07 июля 2019;
- питание по программе «полный пансион» для каждого;
- детская анимационная комната ежедневно;
- праздничные ужины с вечерней программой 5 мая и 6 мая;
- Активная программа на улице;

- 5 июля, в день заезда, вечерняя программа открытия
- 7 июля семейный Фестиваль Барбекю, который будет нацелен на сближение семей

- детская комната
- семейный Форд Боярд 6 июля
- праздничные ужины с вечерней программой
- мастер-классы и занятия по тематике тура;
- бильярд — 1 час (1 раз) на номер

Для гостей, проживающих в рамках тура предусмотрены специальные тарифы на посещения сауна-центра: 800 рублей в час за посещение в дневное время, и 1000 рублей в час за посещение в ночное и вечернее время, бесплатное проживание, питание «полный пансион» (завтрак, обед, ужин) и программа для одного ребенка до 10 лет, пользование частным песчаным оборудованным пляжем, пользование шезлонгом, полотенцем, пляжным душем и пр. оборудованием пляжа

По заезду гостям, будут выдаваться купоны на игру в бильярд, фирменные браслеты, для обозначения принадлежности к туру, а также красочные листовки с таймингом.

Ниже следует тайминг на все время проведения тура:

1 день

14.00 заезд в отель

14:30–15:30 обед в ресторане «Крист»

16:00–18:00 развлекательная программа для родителей и детей, квест «Форд Боярд»

19:00–21:00 ужин в ресторане «Крист»

21:30–22:00 анимационное шоу для детей

2 день

7:00–10:00 завтрак в ресторане «Крист» 11:00–

12:00 кулинарный мастер-класс для детей

13:30–15:30 обед в ресторане «Крист»

16:00–18:00 для желающих прогулка на катамаранах и яхтах
(за отдельную плату)

19:00–21:00 ужин в ресторане «Крист» 21:30–

22:30 дискотека для детей и их родителей 3

день

7:00–10:00 завтрак в ресторане «Крист»

13:00 начала праздника, фестиваль «Барбекю», с мастер классом от именитых шеф–поворов, для детей и их родителей

15:00 обед на берегу озера «Смолино»

16:30 окончание фестиваля «Барбекю»

17:00 Выезд из отеля

Во время тура выходного дня гости посетят квест «Форд Боярд», это новое предложение отеля «SMOLINOPARK» – игра по мотивам теле–шоу, это настоящее приключение со спецэффектами, эксклюзивным реквизитом, необычными заданиями, актерами и живыми тараканами.

Ещё одним развлечением тура является фестиваль «Барбекю», в рамках которого проходит кулинарный мастер-класс по барбекю или Битва поваров.

Также гости отеля всегда могут посетить пляж и воспользоваться дополнительными услугами отеля «SMOLINOPARK».

Песчаный пляж в Челябинске оборудован шезлонгами, зонтиками, просторными душевыми кабинами с горячей водой и фенами. На территории песчаного пляжа располагается также летний душ.

Безопасность обеспечивают спасатели.

Анимационная команда отеля организывает интересные игры и развлечения на пляже для детей всех возрастов (работает по выходным дням).

На пляже SMOLINOPARK есть возможность взять на прокат катер, ватрушку и прочий инвентарь.

Стоимость проката:

Аренда катера SEARAY (вместе с капитаном судна 1 час) 5000 рублей

Аренда катера SEARAY (вместе с капитаном судна 30 мин) 3000 рублей

Аренда ватрушки одноместная (30 мин) 500 рублей

Аренда ватрушки трехместная (30 мин) 700 рублей

Аренда вейкборда (30 мин) 2000 рублей

Аренда ниборда (30 минут) 1500 рублей

Таблица 2 – Стоимость проживания при покупке тура выходного дня

| Категория номера | Описание номера | Питание | Стоимость |
|---|---|----------------|------------|
| DBL Economy + | Уютные однокомнатные номера с кондиционером площадью 23 м ² и видом на лес | Полный пансион | 13 500 руб |
| DBL Economy | Уютные двухкомнатные номера площадью 27 м ² с небольшой гостиной и видом на лес | Полный пансион | 13 500 руб |
| FAMILY Economy | Двухкомнатные комфортные номера блочного типа площадью 23 м ² | Полный пансион | 12 990 руб |
| STANDARD STANDARD SUPERIOR LAKE VIEW | Комфортный однокомнатный стандартный номер площадью 36 м ² с видом на лес. В номере предусмотрен открытый балкон Однокомнатный стандартный улучшенный номер площадью 33 м ² с видом на озеро. В номере предусмотрена уютная обеденная зона В номере: Кровать (160*200); Обеденная зона; Набор закусок; Кондиционер; Чайный набор; Мини-бар; Телефон; Телевизор; Сейф; Высокоскоростной Wi-Fi; Подставка для багажа; Балкон. В ванной комнате: Джакузи и душевая кабина; Биде; Халат и тапочки; Комплект полотенец; Косметические и туалетные принадлежности; Фен. | Полный пансион | 14 990 руб |

| Категория номера | Описание номера | Питание | Стоимость |
|--------------------------|---|----------------|------------|
| SUITE LAKE VIEW | Двухкомнатный просторный номер площадью 58 м ² с видом на лес или озеро | Полный пансион | 16 490 руб |
| SUITE STUDIO | Однокомнатный просторный номер площадью 64 м ² с видом на лес. Номер располагает уютной гостиной и балконом | | |
| SUITE JACUZZI | Просторный однокомнатный номер площадью 48 м ² с видом на лес. В номере предусмотрена обеденная зона, открытый балкон, и две ванных комнаты, одна из которых располагает джакузи | | |
| SUITE BUSINESS Lake View | | | |
| SUITE SMOLINO | Двухкомнатный номер площадью 78 м ² с видом на лес. Номер располагает просторной финской сауной, открытым балконом и комфортной обеденной зоной | Полный пансион | 18 990 руб |

Стоимость указана за двух взрослых. Дополнительно размещение одного ребенка до 10 лет – бесплатно, с включенным питанием и участием в программе тура. Стоимость дополнительного места – 2 950 рублей за ребенка до 10 лет, 3 350 рублей за ребенка от 10 до 14 лет, 3 750 рублей за взрослого. Так же для привлечения постоянных гостей семейных туров действует скидка 5%. Скидка накопительная, и максимально допустимая 10%, но на дополнительное место скидка не распространяется.

Таблица 3 – Стоимость проживания при покупке тура выходного дня (мама ребенок)

| Категория номера | Питание | Стоимость |
|--|----------------|-----------|
| DBL Economy + | Полный пансион | 9750 руб |
| DBL Economy | Полный пансион | 9750 руб |
| FAMILY Economy | Полный пансион | 9250 руб |
| SUITE LAKE VIEW SUITE STUDIO SUITE JACUZZI SUITE BUSINESS Lake View | Полный пансион | 12250 руб |
| SUITE SMOLINO | Полный пансион | 16200 руб |

Таблица 4 – Смета расходов и расчет себестоимости программы выходного дня

| Наименование калькуляционных статей | Издержки | |
|-------------------------------------|---|-------------------|
| | Прямые переменные, на 1 человека (руб.) | Прямые постоянные |
| Квест «Форд Боярд» | | 4500 |
| Питание | 1500 | |
| Проживание | в зависимости от номера (Приложение А.3) | |
| Анимационная программа | | 3000 |
| Фестиваль «Барбекю» | | 3000 |
| Кулинарный мастер-класс | | 2000 |

Прямые постоянные на программу 12500 руб. (725 руб на программу)

Прямые переменные на 1 человека 2000 + проживание.

Рассчитаем рентабельность программы на примере пакета DBL Economy +

Питание (2 человека + 1 ребенок) 4500 + анимационная программа

725 руб + проживание 4300 = 9525 себестоимость программы.

13500 (стоимость пакета) – 9525 (себестоимость программы) = 3975 выгода отеля. что доказывает рентабельность предложенной программы)

Думаю, данный тур, будет актуален именно в период семейного праздника «Семьи, любви и верности» и принесет много положительных эмоций как гостям, так и персоналу отеля «SMOLINOPARK».

Обеспечение безопасности семейного тура выходного дня в Смолино Парк

Главная задача отеля – обеспечение безопасности, при которых клиенты гостиницы и ее сотрудники могли бы чувствовать себя уверенно, спокойно и комфортно.

В Законе РФ от 5 марта 1992 г. «О безопасности» дается такое определение: «Безопасность – состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз».

Поскольку реальных угроз множество, и они имеют пространственно-временную разобщенность проявления, случайный, непредсказуемый характер, то чаще всего эта защищенность объекта оценивается на основе некоторых вероятностных критериев риска, которые не имеют чёткого определения. Некоторая степень риска ущерба от опасности существует всегда, и ввести предельный порог для безопасной степени риска в реальных случаях невозможно. Можно лишь сказать, что значение этого порога (этой степени риска) должно находиться в окрестностях нуля, для того чтобы можно было охарактеризовать объект как безопасный.

Рассмотрим общие положения и требования к системе безопасности: прежде всего, комплекс средств и систем защиты должен быть адекватен возможной угрозе, т. е. средства и системы должны быть разумно достаточны.

Следующий принцип используемая аппаратура не должна создавать дополнительных препятствий и больших затруднений для нормального функционирования гостиницы, как обслуживающему персоналу, так и гостям.

Система должна быть сбалансированной, т. е. средства защиты должны распределяться по возможности равномерно в соответствии со значимостью защищаемых зон.

Все применяемые меры и средства не должны создавать дополнительной опасности здоровью и жизни гостей и сотрудников гостиницы. Это касается в первую очередь обеспечения экстренной эвакуации в чрезвычайной обстановке.

Требования по обеспечению безопасности в гостиничных предприятиях прописано в ГОСТ Р 51185–2014 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования».

Настоящий стандарт устанавливает, что для безопасного нахождения туриста в гостинице, должны соблюдаться следующие правила.

В средствах размещения должны быть обеспечены безопасные условия для жизни и здоровья проживающих туристов, сохранность их имущества и соблюдаться правила и требования, установленные нормативными правовыми актами Российской Федерации и нормативными документами федеральных органов исполнительной власти, региональными законодательными актами в части безопасности, и ГОСТ Р – 50644. Все санитарно-техническое, технологическое и другое оборудование, приборы, мебель и инвентарь должны соответствовать и эксплуатироваться с соблюдением требований нормативных и технических документов.

В средствах размещения должны соблюдаться санитарно – гигиенические, противозoonиологические правила и нормы, в т.ч.: содержание

прилегающей территории, мест общего пользования, общественных зон и помещений средств размещения;

- уборка номеров/жилых комнат и общественных помещений; уборка и обработка санузлов, помещений для самостоятельного приготовления пищи;

- обработка белья (стирка, глажение, хранение);
- содержание и обработка уборочного инвентаря;
- удаление отходов и защита от насекомых и грызунов;
- освещение и состояние микроклимата в номерах/жилых комнатах и общественных помещениях.

Питьевая вода должна быть безопасна в эпидемиологическом отношении и безвредна по химическому составу. При отсутствии гарантии качества питьевой воды в средствах размещения должно быть установлено оборудование для дополнительной очистки воды, обеспечено наличие кулеров или бутилированной питьевой воды.

Уровень шума на территории и в жилых помещениях не должен превышать нормы, установленные законодательством Российской Федерации. Допустимый уровень шума согласно СП 51.13330.2011 «Защита от шума» уровень, который не вызывает у человека значительного беспокойства и существенных изменений показателей функционального состояния систем и анализаторов его организма, чувствительных к шуму

Препараты, используемые для дезинфекции, дезинсекции, дезодорации, моющие средства должны быть безопасными для здоровья туристов, иметь документы, подтверждающие их безопасность, и сопровождаться товаросопроводительной документацией, обеспечивающей их прослеживаемость.

Средства размещения должны соответствовать требованиям пожарной безопасности:

В здании должны быть предусмотрены эвакуационные пути и выходы, лестницы, хорошо заметные информационные указатели для обеспечения свободной ориентации как в обычной, так и в чрезвычайной ситуациях.

Средства размещения должны быть оборудованы системами противопожарной защиты, оповещения и средствами защиты от пожара. В средствах размещения должны быть размещены на доступном для обозрения месте планы эвакуации во время пожара, инструкции о действиях персонала и туристов в чрезвычайных ситуациях (стихийных бедствиях, пожарах и других), включающие взаимодействие с МЧС России.

Система пожарной безопасности.

Перечислим основные задачи, возлагаемые на систему пожарной безопасности:

- эффективное и своевременное обнаружение очага возгорания с точным указанием места;
- автоматическое оповещение службы безопасности, всех сотрудников и гостей гостиницы (а, возможно и службы городской пожарной охраны) о возгорании;
- принятие мер по тушению пожара, предотвращению распространения огня и дыма, дымоудалению;
- организация эвакуации людей из горящего здания, включая разблокировку всех дверей и лифтов, включение светозвуковых указателей, блокировку лифтов.

В рамках организационно технических мер необходимо оснащение гостиницы пожарным инвентарем и поддержание его в рабочем состоянии.

Так же безопасность в гостинице зависит от подготовки персонала.

ГОСТ Р 54603-2011 «Услуги средств размещения. Общие требования к обслуживающему персоналу» устанавливает, что к основным и критериям оценки обслуживающего персонала средств размещения в числе прочих относятся.

- знание вопросов обеспечения безопасности жизни и здоровья туристов (гостей), сохранности их имущества и охраны окружающей среды в средствах размещения согласно ГОСТ Р 50644 в пределах своих должностных обязанностей и умение применять их в практической деятельности;
- знание и соблюдение правил охраны труда и техники безопасности, требований пожарной безопасности.

Выводы по главе два

Рассмотрев краткую характеристику отеля «SMOLINOPARK», выявлено, что отель подходит для организации семейного отдыха по многим критериям. Изучив деятельность в направлении семейного отдыха, сделан вывод о том, что практика проведения семейных туров хорошо зарекомендовала себя в данном средстве размещения. На основании двух вышеизложенных выводов была разработана инновационная программа семейного отдыха в виде «отельного тура» под названием «Семейный июль».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

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

Система дополнительных услуг, в отличие от других сегментов гостиничного сервиса, требует нестандартных подходов к решению многих вопросов и обуславливает возможность расширения перечня предложений для клиентов гостиницы и привлечения дополнительных категорий потребителей. Именно поэтому актуально разрабатывать на базе гостиницы и отелей новые дополнительные услуги.

В результате проделанной работы я подробно разобралась в различных видах дополнительных услуг, а также способах их предоставления, узнала, что на данный момент гостиничный бизнес только развивается процесс предоставления гостиничных услуг предоставляет собой довольно сложный, но хорошо организованный и последовательный комплекс действий. Учитывая современное состояние туристского рынка, обусловленное негативными тенденциями развития, стоит отметить, что необходимым становится проектирование услуг на основе инновационного подхода. А именно подхода, нацеленного на достижение конкретных инновационных целей реализуемых в рыночных условиях фирмы (новые продукты и услуги; усовершенствование продукта и производственного процесса; внедрение новшеств во всех видах организационной и управленческой деятельности), а также достижение оптимальных результатов на основе рационального использования научных, трудовых, материальных и

финансовых ресурсов, применения многообразных принципов, функций и методов экономического механизма менеджмента.

В работе дана характеристика отеля «SMOLINOPARK», выявлены основные и дополнительные услуги гостиницы.

В работе представлен тур выходного дня «Семейный июль».

В целом проект по проектированию программы выходного дня для гостиничного предприятия можно считать экономически эффективным и рекомендовать к реализации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Федеральный закон от 24.11.96 № 132 – ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» с изменениями и дополнениями
- 3 ГОСТ Р 54604–2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования. Введен 01.07.2012. – М.: Стандартиформ, 2012 – 20 с.
- 4 ГОСТ Р 53522–2009. Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения. Введен 01.07.2010 – М.: Стандартиформ, 2009 – 12с.
- 5 ГОСТ Р 50681–2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Введен 01.07.2011 – М.: Стандартиформ, 2010 – 20с.
- 6 Аванесова, Г.А. Сервисная деятельность. Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: учеб. пособие / Г. А. Аванесова. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 318 с.
- 7 Биржаков, М.Б. Введение в туризм: учеб. пособие /М.Б. Биржаков – СПб.: Герда, 2004. – 320 с.
- 8 Биржаков, М.Б. Индустрия туризма: учеб. пособие /М.Б. Биржаков – СПб.: Герда, 2003. – 400 с.
- 9 Богушева, В.И. Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров/ В.И. Богушева – Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. – 435 с.
- 10 Великанова, Е.В. Методика зрелищно-игрового досуга: учебнометодическое пособие по рекреативным технологиям/ Е.В. Великанова, Н. В. Апажихова, А.В. Павленко–Тамбов, 2008. – 253с.
- 11 Воловик, А.Ф., Педагогика досуга/ А.Ф. Воловик – М.: «Интро», 2010. – 213 с.
- 12 Ганьшина, Г.В. Рекреативно-оздоровительные технологии формирования здорового образа жизни молодежи/ Г.В. Ганьшина. - Тамбов, 2010. – 233 с.
- 13 Ганьшина, Г.В. Социально-культурное проектирование анимационных программ: учебное пособие, / Г.В. Ганьшина. – М.: МГПИ, 2010. – 456 с.

- 14 Гловер, Дж. Управление качеством в индустрии гостеприимства: учебное пособие/ Дж. Гловер – М: ЮНИТИ, 1998. – 453 с.
- 15 Головина, Г.В. Культура досуга и культурное формирование личности/ Г.В. Головина. – М:Вестник МГУКИ, 2007. – 329 с.
- 16 Гуляев, В.Г. Организация туристской деятельности: учебное пособие / В.Г. Гуляев – М.: Нолидж, 1996. – 348 с.
- 17 Джеральд, Гл.В. Управление качеством в индустрии гостеприимства: учебное пособие / Гловер Дж. – М: ЮНИТИ, 1998. – 453 с.
- 18 Джозеф Уэст Д. Стратегия обслуживания в предприятиях индустрии гостеприимства./ Уэст Д. Джозеф – М.: РМАТ, 2000. – 514 с.
- 19 Зайцева, Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме: учебное пособие/ Н.А. Зайцева – М.:ФОРУМ: ИНФРА-М, 2008. – 368 с.
- 20 Исмаев, Д.К. Международное гостиничное хозяйство: учебное пособие/ Д.К. Исмаев – М.: НОУ Луч, 2001. – 360 с.
- 21 Кабушкин, Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебное пособие/ Н.И. Кабушкин – Минск: Новое знание, 2000. – 216 с.
- 22 Клесова, Т.А. Отдых для молодых семей/ Т.А. Клесова –М.:Туризм, 2009. – 243 с.
- 23 Котлер, Ф «Маркетинг. Гостеприимство. Туризм» / Ф. Котлер – М.: «Юнити», 2010. – 464 с.
- 24 Котлер, Ф. «Основы маркетинга / Ф. Котлер – Киев: Издательский дом «Вильямс», 2009. – 646 с.
- 25 Кудренко, Т.В. Специфика ценностных приоритетов семьи в сфере досуга/ Т. В. Кудренко – Пермь: Меркурий, 2013. – 150 с.
- 26 Лесник, Л.Л. Организация и управление гостиничным бизнесом: учебное пособие/ Л.Л. Лесник – М.: Издательский дом Альпина, 2006. – 212 с.
- 27 Лихачев, Д.С. Воспоминание. [Текст] / Д.С. Лихачев – М., 2007. – 72 с.

28 Лойко, О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство / О.Т. Лойко – Томск: Изд. ШУ, 2005. – 152 с.

29 Медлик, С. Гостиничный бизнес/ С. Медлик, А. В. Павлова. – М.: ЮНИТИ, 2005. – 239 с.

30 Мильграм, Г.А. Социально-педагогические технологии оздоровительно-досугового процесса в рекреационной сфере: учебное пособие / Г.А. Мильграм – Казань: «Татарстан», 2007. – 98 с.

31 Муравьева, Ж.В. Организация семейного отдыха в туристских учреждениях/ Ж.В. Муравьева– Тамбов: Издательство Першина Р. В., 2007. – 215 с.

32 Мустаева, Ф.А. Социальные проблемы современной семьи / Ф.А. Мустаева – М.:СоцИс., 2009. – 113 с.

33 Плотников, И.С. Семейный отдых/ И.С. Плотников – М.:Турист., 2008. – 456 с.

34 Скараманга, В.П. Фирменный стиль в гостеприимстве: учебное пособие / В. П. Скараманга. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 192 с.

35 Сорокина, А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: учебное пособие / А. В. Сорокина. – М.: Альфа, 2007. – 304 с.

36 Туризм и гостиничное хозяйство: учебное пособия / под ред. Л. П. Шматько. – М.: Феникс; МарТ, 2010. – 352 с.

37 Туризм и гостиничное хозяйство: учебное пособия / под ред. Л. П. Шматько. – 2-е изд. – М. : МарТ, 2005. – 352 с.

38 Уокер, Дж. «Введение в гостеприимство» : учебное пособие/ Дж. Уокер – М.: Издательское объединение «Юнити», 2007. –142 с.

39 Чудновский, А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве [Текст]: учеб. пособие/ А.Д. Чудновский, М. А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2006. – 320 с.

40 Шоул, Дж. Лояльный клиент. Как превратить разгневанного покупателя в довольного за 1 минуту: учебное пособие/ Дж. Шоул – М.: Альпина Паблишер, 2008. – 345 с.

41 Шоул, Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество: учеб. пособие/ Дж.Шоул - М.: Альпина Паблицер, 2013. – 329 с.

42 Яковлева, Т. П. Обслуживаем семью/ Т.П. Яковлева. – М.:Гостиничный вестник, 2009. – 35 с.

43 Динамика численности туристов URL: [электронный ресурс] <https://aftershock.news> (дата обращения 19.06.2019)

44 Сайт «Все о туризме», Семейный туризм [электронный ресурс] – Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/ekskurs_v.htm (дата обращения 16.06.2019)

45 Сайт «Киберленинка», Малые отели России [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения 13.06.2019)

46 Сайт «Киберленинка», Развитие семейных отелей в современных условиях России [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения 23.05.2019)

47 Туризм в России: конкурентоспособность и возможности для развития [Электронный ресурс]// Туристский вестник. URL: <http://www.tourvest.ru/articles/article0013/> (дата обращения 06.07.2019)

48 Туризм: исследовано в России: [Электронный ресурс]: российский интернет-ресурс. – М.: SHORIA/RU, 2017. – Режим доступа: <http://www.shoria.ru>. – (дата обращения 19.05.2019).

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Отель «SMOLINOPARK»



Рисунок А.1 – Общий вид отеля «Смолино Парк»



Рисунок А.2 – Номерной фонд отеля



Рисунок А.3 – Фотографии с новогоднего тура

Таблица А.4 – Описание номеров отеля «SMOLINOPARK»

| Номер | Описание номера | Стоимость размещения |
|--------------------------|--|--|
| SUITE SMOLINO | <p>Двухкомнатный номер площадью 78 м² с видом на лес. 1 номер данной категории. Предназначен для проживания одного или двух человек. Номер располагает просторной финской сауной и открытым балконом.</p> <p>В номере: Кровать (160*200); Обеденная зона; Диван; Кондиционер; Телевизор; Чайный набор; Мини-бар; Сейф; Финская сауна; Телефон; Высокоскоростной Wi-Fi; Подставка для багажа; Балкон; В ванной комнате: Ванна; Халат и тапочки; Комплект полотенец; Косметические и туалетные принадлежности; Фен.</p> | <p>одноместное – 9 850 руб. двухместное – 9 850 руб.</p> |
| SUITE BUSINESS LAKE VIEW | <p>Двухкомнатный номер площадью 54 м² с видом на озеро. 2 номера данной категории. Предназначен для проживания одного или двух человек. В номере располагается комфортное рабочее место, эргономичное кресло, уютная гостиная и открытый балкон.</p> <p>В номере: Кровать (160*200); Обеденная зона; Диван; Кондиционер; Телевизор; Чайный набор; Мини-бар; Сейф; Телефон; Высокоскоростной Wi-Fi; Подставка для багажа; Балкон; В ванной комнате: Ванна; Халат и тапочки; Комплект полотенец; Косметические и туалетные принадлежности; Фен.</p> | <p>одноместное – 7 800 руб. двухместное – 7 800 руб.</p> |
| SUITE JACUZZI | <p>Просторный однокомнатный номер площадью 48 м² с видом на лес. 6 номеров данной категории. Предназначен для проживания одного или двух человек. В номере предусмотрена обеденная зона, открытый балкон, и две ванных комнаты, одна из которых располагает джакузи.</p> <p>В номере: Кровать (160*200); Обеденная зона; Кондиционер; Чайный набор; Мини-бар; Телефон; Телевизор; Сейф;</p> | <p>одноместное – 6 350 руб. двухместное – 7 000 руб.</p> |

Продолжение таблицы А.4

| Номер | Описание номера | Стоимость размещение |
|--|--|---|
| SUITE LAKE VIEW | <p>Двухкомнатный просторный номер площадью 54 м² с видом на озеро. 9 номеров данной категории. Предназначен для проживания одного или двух человек. Номер располагает уютной гостиной и балконом. В номере: Кровать (160*200); Диван; Кондиционер; Чайный набор; Мини-бар; Телефон; Сейф; Телевизор; Высокоскоростной Wi-Fi; Подставка для багажа; Балкон; В ванной комнате: Ванна; Халат и тапочки; Комплект полотенец; Туалетные принадлежности; Косметические принадлежности; Фен.</p> | <p>одноместное – 7 800 руб. двухместное – 7 800 руб.</p> |
| SUITE STUDIO | <p>Однокомнатный просторный номер площадью 64 м² с видом на лес. 4 номера данной категории. Предназначен для проживания одного или двух человек. Номер располагает уютной гостиной и балконом. В номере: Кровать (160*200); Диван; Кондиционер; Чайный набор; Мини-бар; Телефон; Сейф; Телевизор; Высокоскоростной Wi-Fi; Подставка для багажа; Балкон; В ванной комнате: Ванна; Халат и тапочки; Комплект полотенец; Туалетные принадлежности; Косметические принадлежности; Фен.</p> | <p>одноместное – 7 250 руб. двухместное – 7 250 руб.</p> |
| STANDA RD SUPERI OR LAKE VIEW | <p>Комфортный однокомнатный номер площадью 37 м² с видом на озеро. 10 номеров данной категории. Предназначен для проживания одного или двух человек. В номере предусмотрена уютная обеденная зона и балкон. В номере: Кровать (160*200); Обеденная зона; Кондиционер; Чайный набор; Мини-бар; Телефон; Сейф; Телевизор; Высокоскоростной Wi-Fi; Подставка для багажа; Балкон. В ванной комнате: Ванна; Халат и тапочки; Комплект полотенец; Туалетные принадлежности; Фен.</p> | <p>одноместное – 5 350 руб. двухместное – 5 950 руб.</p> |

Продолжение таблицы А.4

| Номер | Описание номера | Стоимость размещение |
|-----------------|--|---|
| STANDARD SNACKS | <p>Однокомнатный стандартный номер площадью 48 м² с видом на лес.</p> <p>3 номера данной категории.</p> <p>Предназначен для проживания одного или двух человек. В номере предусмотрена обеденная зона, открытый балкон, и просторная ванная комната.</p> <p>Мини-бар с закусками включен в стоимость проживания.</p> <p>В номере: Кровать (160*200); Обеденная зона; Набор закусок; Кондиционер; Чайный набор; Мини-бар; Телефон; Телевизор; Сейф; Высокоскоростной Wi-Fi; Подставка для багажа; Балкон.</p> <p>В ванной комнате: Джакузи и душевая кабина; Биде; Халат и тапочки; Комплект полотенец; Косметические и туалетные принадлежности; Фен.</p> | <p>одноместное – 6 350 руб.</p> <p>двухместное – 7 000 руб.</p> |
| STANDARD | <p>Комфортный однокомнатный стандартный номер площадью 36 м² с видом на лес.</p> <p>11 номеров данной категории.</p> <p>Предназначен для проживания одного или двух человек. В номере предусмотрен открытый балкон.</p> <p>В номере: Кровать (160*200); Кондиционер; Чайный набор; Мини-бар; Телефон; Сейф; Телевизор; Высокоскоростной Wi-Fi; Подставка для багажа; Балкон. В ванной комнате: Ванна; Халат и тапочки; Комплект полотенец; Фен.</p> | <p>одноместное – 4 800 руб.</p> <p>двухместное – 5 450 руб.</p> |
| DBL ECONOMY | <p>Уютные двухкомнатные номера площадью 27 м² с небольшой гостиной и видом на лес.</p> <p>3 номера данной категории.</p> <p>Предназначен для проживания одного или двух человек. В номере: Двухспальная кровать (180*200) с возможностью разделения на 2 односпальные кровати; Кресло; Диван; Чайный набор; Минибар; Телефон; Телевизор; Высокоскоростной Wi-Fi.</p> | <p>одноместное – 3 650 руб.</p> <p>двухместное – 4 300 руб.</p> |

Окончание таблицы А.4

| Номер | Описание номера | Стоимость размещение |
|------------------------|---|--|
| D B L ECONOMY + | Уютные однокомнатные номера с кондиционером площадью 23 м ² и видом на лес. 4 номера данной категории. Предназначен для проживания одного или двух человек. В номере: Двухспальная кровать (180*200) с возможностью разделения на две односпальные кровати; Кресло; Чайный набор; Мини-бар; Телефон; Телевизор; Высокоскоростной Wi-Fi; Кондиционер. В ванной комнате: Душевая кабина; Комплект полотенец; Туалетные принадлежности; Фен. | одноместное – 3 450 руб. двухместное – 4 100 руб. |
| F A M I L Y ECONOMY | Двухкомнатные комфортные номера площадью 28 м ² . 12 номеров данной категории. Предназначены для проживания одного или двух человек. В номере: Две большие кровати; Чайный набор; Мини-бар; Телефон; Телевизор; Высокоскоростной Wi-Fi. В ванной комнате: Душевая кабина; Комплект полотенец; Туалетные принадлежности; Фен. | одноместное – 3 450 руб. двухместное – 4 100 руб. |

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

ПРОГРАММА СЕМЕЙНОГО ЗАЕЗДА «СЕМЕЙНЫЙ ИЮЛЬ»

Название тура выходного дня: «Семейный Июль»

Место проведения: г. Челябинск, ул. Чапаева, д.114, отель «SMOLINOPARK»

Продолжительность тура выходного дня (суток): 3/2

Сезонность – летний период года

Стоимость тура на семью из 2 человек (1 ребенок до 10 лет бесплатно): от 13 500,00 рублей

Размещение туристов осуществляется следующими средствами размещения: Отель «SMOLINOPARK» (г. Челябинск, ул. Чапаева, д.114).

Питание туристов осуществляется предприятиям:

- Ресторана «Крист» (г. Челябинск, ул. Чапаева, д.114), питание входит в стоимость проживания по системе (полный пансион).

Контакты:

Reception : +7 (351) 729-82-29

+7-951-240-47-55

Отдел продаж : +7 (351) 267-34-64

+7-951-240-4755

hotel@smolinopark.ru