

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,

_____/_____/_____
«__»_____2020 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой,

д.п.н., профессор

_____/Т.Н. Третьякова/
«__»_____2020 г.

Проектирование производственной экскурсии по отелю

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ ЮУрГУ–43.03.02.2020.220.ПЗ ВКР

Консультанты

Безопасность жизнедеятельности,
ст. преподаватель

_____/И.А. Горбунова
«__»_____2020 г.

Экономическая часть,
к.п.н., доцент

_____/И.А. Фрейнкина
«__»_____2020 г.

Руководитель ВКР, к.п.н., доцент

_____/И.А. Фрейнкина
«__»_____2020 г.

Автор ВКР, студент группы СТ-451

_____/А.В. Пашин
«__»_____2020 г.

Нормоконтролер, ст.преподаватель

_____/М.Н. Малыженко
«__»_____2020 г.

АННОТАЦИЯ

Пашин А.В. Проектирование производственной экскурсии по отелю. – Челябинск: ЮУрГУ, СТ–451, 2020. – 66 с., 13 ил., 16 табл., библиогр. список – 51 наим., 9 прил., 1 презентация – CD-RW.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью проектирования производственной экскурсии по отелю для сотрудников или деловых партнеров.

В выпускной квалификационной работе проанализировано понятие и виды экскурсии. Разработана технологическая модель проектирования производственной экскурсии по отелю «ЮГ» для потенциальных сотрудников и партнеров. Разработана программа производственной экскурсии по отелю.

Произведен анализ анкетирования партнеров посетивших экскурсию и расчет себестоимости проведения экскурсии. В выпускной квалификационной работе отражены требования по безопасности производственной экскурсии с учетом всех норм и правил.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЭКСКУРСИЙ.....	8
1.1 Понятие и виды экскурсий.....	8
1.2 Методика организации и проведения производственных экскурсий...	14
1.3 Модель производственной экскурсии.....	18
Выводы по главе один.....	24
2 ЭТАПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЭКСКУРСИИ ПО ОТЕЛЮ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ (ПАРТНЕРОВ).....	25
2.1 Характеристика экскурсии.....	25
2.2 Себестоимость проведения производственной экскурсии.....	38
2.3 Требования по безопасности экскурсии.....	41
Выводы по главе два.....	45
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	46
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	48
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Технологическая карта экскурсии.....	53
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Анкета.....	57
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Маршрут экскурсии.....	59
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Расположение отеля.....	60
ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Плакат экскурсии.....	61
ПРИЛОЖЕНИЕ Е. Карточки объекта.....	62
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж. Контрольный текст.....	66
ПРИЛОЖЕНИЕ И. Электронная версия ВКР	
ПРИЛОЖЕНИЕ К. Презентация к ВКР	

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время индустрия туризма во всем мире претерпевает различные изменения. Связано это не только с меняющейся политической и экономической ситуацией, но и с переменами в предпочтениях современных туристов. Многие любители путешествий стали стремиться к тому, чтобы совместить отдых с участием в познавательных мероприятиях, получить какие-либо практические и полезные знания и навыки, а также расширить свой кругозор. Одним из нововведений в туристской сфере, которое соответствует запросам современного туриста, является организация туристских экскурсий на передовые функционирующие производства и предприятия.

Другими словами, в последние годы все большее развитие и популярность приобретает промышленный туризм. Несмотря на перспективность такого вида туризма в условиях Российской Федерации, в нашей стране производственный туризм на данный момент развит слабо. В настоящий момент в России на производственный туризм приходится всего 1% туристического рынка, и львиная доля этого процента сосредоточена в Москве, Подмосковье и Санкт-Петербурге. К сожалению, российские предприятия редко приглашают турфирмы к сотрудничеству. Специалисты турбизнеса, рассказывая о попытках организовать экскурсии на производство, часто обращают внимание на «несговорчивость» руководства наших фабрик и заводов. На большинство производств доступ ограничен, поскольку их владельцы не видят смысла в приглашении туристов и лишь изредка открывают свои двери для школьников или специальных гостей. При этом развитие производственного и промышленного туризма на территории страны и привлечение туристов на крупные индустриальные объекты, и небольшие предприятия позволят активизировать экономику региона, в котором находится промышленный объект, а также дает возможность привлечь потенциальный инвестиционный капитал.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что экскурсии по отелю позволяет привлечь новые инвестиции, открыть возможности нового отдыха для

экскурсантов. Грамотно выстроенная экскурсия даст возможность туристам не только отдохнуть, но и донесет полезную информацию до гостей.

Теоретические и методические основы экскурсоведения освещены в научных и научно-методических работах отечественных ученых В. Бабарицкой, А. Короткова, И. Чагайда, Л. Нечипорчук и других. А также зарубежных ученых В. Герда, Б. Емельянова, Н. Гецевича, Н. Савиной и других. Косвенно эти вопросы рассматривали В. Худо, Г. Науменко, В. Федорченко и др.

Цель выпускной квалификационной работы – проектирование производственной экскурсии по отелю «ЮГ» для потенциальных сотрудников и партнеров.

Объект выпускной квалификационной работы – теоретические основы проектирования экскурсий.

Предмет выпускной квалификационной работы – разработать модель производственной экскурсии.

Задачи выпускной квалификационной работы:

- охарактеризовать теоретические аспекты проектирования экскурсий;
- разработать модель производственной экскурсии;
- разработать производственную экскурсию по отелю «ЮГ».

В процессе работы использовались методы исследования: метод обработки информации, ретроспективный анализ литературы, синтез, моделирование и анализ.

Новизна выпускной квалификационной работы заключается в проектировании технологической модели организации производственной экскурсии по отелю для сотрудников или деловых партнеров и определения условий ее реализации.

Практическая значимость заключается в том, что материалы выпускной квалификационной работы могут быть использованы в деятельности туристских предприятий по разработке, продвижению и реализации турпродукта; в работе туристических фирм других регионов России на региональном туристском рынке; в разработке технологических документов для проведения экскурсии.

Процесс подготовки выпускной квалификационной работы проходил в три этапа:

– первый этап – подготовительный с января по март 2020 года, изучение туристских ресурсов, разработка экскурсии, разработана программа экскурсии, осуществлен выбор предприятий-партнеров, изучена ценовая политика предприятий, осуществлены расчеты себестоимости экскурсии; Подбор литературы по теме ВКР. Изучение деятельности отелей для проектирования экскурсии;

– второй этап – основной– апрель 2020- связан с непосредственной разработкой организации производственной экскурсии по отелю для сотрудников или деловых партнеров. Разработана программа экскурсии, осуществлен выбор предприятий-партнеров, изучена ценовая политика предприятий, осуществлены расчеты себестоимости экскурсии.

– третий этап – заключительный – май-июнь 2020 года. На данном этапе разработаны рекламные материалы. Осуществлено оформление выпускной квалификационной работы.

Структура работы состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЭКСКУРСИЙ

1.1 Понятие и виды экскурсии

Понятие «экскурсия» имеет латинское происхождение – лат. «excursio» есть результат соединения слова «cursus» (путь, движение; от той же основы образовано слово «курсировать») с приставкой «ex-» (вне-, вы-). В русский язык оно пришло примерно в середине XIX века [9]. Самый ранний из встреченных нами источников – статья В. В. Григорьева «Ботаническая экскурсия зимой», опубликованная в 1857 г. в журнале «Вестник естественных наук ...» [10]. В статье экскурсия рассматривается как научно-исследовательское мероприятие, для осуществления которого был приглашен немецкий профессор Россмеслер. На протяжении долгих лет и даже десятилетий экскурсиями называли и экспедиции [11], и многодневные походы по Крыму или Кавказу [12], и длительные образовательные поездки, в т. ч. за границу [13], и короткие прогулки со школьниками в ближайший лес [2].

После принятия в Европе решения о различении понятий «туристы» и «экскурсанты» в СССР началась работа над методическим обеспечением экскурсионного дела (конец 1960-х – 1970-е годы), для чего была создана группа специалистов ВЦСПС под руководством Б. В. Емельянова. Собственно, тогда в нашей терминологии однозначно утвердилось понятие «экскурсия», означающее мероприятие продолжительностью не более 24 часов [3]. Соответствующим образом это понятие трактует и нынешнее российское законодательство. Дефиницию термина «экскурсия» дает ГОСТ «Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования».

Экскурсия, согласно стандарту, – это «услуга по организации посещения объектов экскурсионного показа индивидуальными туристами (экскурсантами) или туристскими группами, заключающаяся в ознакомлении и изучении указанных объектов в сопровождении экскурсовода, гида, гида-переводчика, продолжительностью менее 24 часов без ночевки» [15].

В Законе РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» определения экскурсии нет, но имеется определение понятия «экскурсант» – «лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика» [16].

Итак, в нашей стране при толковании понятия «экскурсия» временной критерий остается действующим с конца 1960-х годов, т. е. со времени, когда соответствующая инициатива МСОТО и Евростата была поддержана методистами ВЦСПС.

Экскурсионно-познавательный туризм относится к самым востребованным и древним видам отдыха. История его развития насчитывает несколько сотен лет. Профессиональное экскурсионное дело активно развивалось на протяжении 20 века. Это многогранный рекреационный сектор, включающий в себя не только знакомство с достоянием истории и культуры, но и развлечения, гостиничный и ресторанный сервис.

Туроператоры классифицируют экскурсионный туризм по различным критериям, и прежде всего, по длительности поездок. Однодневные туры – наиболее простой, с точки зрения организации, вариант экскурсионных путешествий. Он удобен тем, что позволяет посетить все достопримечательности в течение суток, а значит, проблема размещения на ночлег отпадает сама собой. Этот фактор существенно удешевляет стоимость, что не может не привлекать туристов.

Однодневные экскурсии пользуются большой популярностью у людей, отдыхающих на морских курортах. Краткая поездка позволяет скрасить монотонный досуг в отеле и расширить собственный кругозор. Не менее востребованы так называемые «поездки выходного дня». Они рассчитываются на срок до 2–3 дней и подразумевают посещение сразу нескольких интересных мест в регионе. Основным плюсом таких поездок является их краткосрочность и возможность быстро собраться в дорогу. Потенциальным путешественникам нужно лишь ознакомиться с программой, взять самое необходимое и отправиться

в путь. На маршруте предусмотрено несколько остановок с возможностью ночлега и питания.

Многодневный тур предусматривает путешествие длиной более 3 суток. Они продаются, как правило, в сезонных пакетах и приурочены ко времени отпуска потенциальных клиентов. Операторы стараются включить в этот вид экскурсионно-познавательного туризма самые популярные и интересные программы. Оптимальный срок многодневных автобусных экскурсий – 7–15 дней, стационарного отдыха с посещением различных достопримечательностей – около 2–3 недель.

По дальности поездок выделяют следующие виды экскурсионного туризма: пригородные; местные; дальние; международные. Пригородные путешествия ограничены временем (1–2 суток) и расстоянием – до 100–150 км, включают в себя выезды на природу или на пикник, осмотр достопримечательностей, расположенных неподалеку от города. Местные экскурсии сопряжены с поездками в радиусе 200–300 км. Они интересны своей кратковременностью – не более 1–2 дней и возможностью расширить зону путешествий. Дальний туризм предусматривает перемещения отдыхающих на достаточно большие расстояния наземным, воздушным и морским транспортом. Данный вид туров относится к многодневным путешествиям. Поэтому туристические компании ориентируют свои продукты на туристов-отпускников, подготавливая наиболее выгодные предложения к сезонам.

Международный экскурсионно-познавательный туризм связан не только с организацией длительного и дорогостоящего тура, но и с обеспечением доставки туристов к месту отдыха, размещением в отеле, получением виз. Экскурсионные туры могут быть индивидуальными, узкогрупповыми и групповыми.

Индивидуальная программа рассчитана на 1–3 туристов, в соответствии с их предпочтениями. Это дорогой пакет, предусматривающий особое внимание к каждому клиенту. Подобный подход очень популярен в странах Европы, США, Канаде, Австралии.

Узкогрупповой тур представляет собой продукт для 3–15 экскурсантов. Данный вид является наиболее распространенным. Он помогает оптимально распределить финансовую нагрузку, обеспечив высокий уровень сервиса и размещения. В то же время, обеспечивается комфортное посещение достопримечательностей, услуги гида.

Групповой тур – от 15 и более человек. Распространенный вариант корпоративных путешествий. Речь идет о выезде на отдых сотрудников компании, школьников, студентов и т.д. С точки зрения организации, подобный досуг сопряжен с некоторыми сложностями, так как гиду приходится фиксировать внимание нескольких десятков туристов.

У специалистов также принята классификация экскурсионного туризма по возрастным параметрам отдыхающих: молодежные и семейные туры, путешествия для двоих, для школьников и пожилых людей. В соответствии с возрастом туристов, организуется осмотр достопримечательностей и развлечения.

Для молодежи это обязательно активный отдых, включающий в себя пешие и горные походы, посещение дискотек, спортивных объектов.

Экскурсии для пары подразумевают индивидуальный отдых с романтическим уклоном: например, уик-энд в Венеции или Париже с ужином для двоих в ресторане и т.д.

Семейные туры – специфический вид экскурсионного туризма. Они включают в себя богатую, но не слишком насыщенную достопримечательностями программу, чтобы не причинить дискомфорта самым маленьким туристам. При подготовке таких пакетов операторы обязательно учитывают необходимость комфортного питания и размещения.

Школьные экскурсии – это поездки, не сопряженные с большими рисками (например, посещение музеев, дворцов, обзор города). Программы составляются, исходя из интересов и психологических особенностей маленьких экскурсантов (быстрое переключение внимания, гиперактивность).

Для людей преклонного возраста подбираются маршруты, не связанные с активным передвижением. Классический пример – обзорные экскурсии на

автобусе, теплоходе, круизы. Тем не менее, для пенсионеров часто составляют специальные экскурсионные программы с элементами активного отдыха.

Еще одна разновидность – авторские экскурсии, предполагающие осмотр мест, удаленных от туристических маршрутов или же показывающие известные места с другой, неизвестной стороны.

В Российской Федерации велика доля высокоурбанизированных регионов, не имеющих историко-культурных достопримечательностей, которые позволили бы им быть туристскими центрами страны. Экскурсии на производство могут стать хорошей возможностью создать туристский поток. Однако для того чтобы организовать туристский поток, в первую очередь, следует обозначить преимущества и выгоду развития промышленного или производственного туризма для предприятий, имеющих потенциал для организации подобного рода экскурсий.

В Российской Федерации производственный туризм представлен только несколькими десятками предприятий, хотя спрос на посещение многих индустриальных объектов превышает предложение в несколько раз. По этой причине российский рынок производственного туризма на сегодняшний день практически не сформирован.

Производственные экскурсии – не являются основной статьей доходов, они поддерживают дополнительный доход. Доход магазинов, которые находятся в точках окончания экскурсий на 40% выше, чем в магазинах аналогичной сети и, похожим ассортиментом. В случае если предприятие не занимается выпуском бытовых товаров, все равно туристы часто покупают сувениры на память[2].

Анализ нескольких источников по данной теме показал, что преимущества и причины развития промышленного туризма и организация экскурсий на действующие предприятия и на объекты промышленного наследия различаются. Результаты исследования представлены в таблице 1.1.1.

Таблица 1.1.1 – Причины развития и преимущества производственного туризма для действующих предприятий и для объектов промышленного наследия

Для действующих организаций и предприятий	Для объектов промышленного наследия
<ul style="list-style-type: none"> – реклама нового направления будет способствовать созданию или укреплению имиджа бренда, увеличению лояльности клиентов; – диверсификация основного бизнеса предприятия за счет создания новых направлений бизнеса; – образование добавленной стоимости, придающей большую значимость процессу или продукту; – маркетинг для открытия новых каналов продаж для большего числа различных покупателей; – исследование рынка путем прямого и непосредственного контакта с покупателями и получения от них непосредственной реакции на продукт; – прозрачность процессов, обмен знаниями с другими предприятиями; – мотивация персонала. 	<ul style="list-style-type: none"> – продвижение самобытности и культуры нового направления бизнеса за счет новой туристской альтернативы; – экономическое возрождение территорий, затронутых закрытием производств и потерей рабочих мест; – восстановление объектов промышленного наследия может стать началом развития новой разновидности туризма, значительно отличающегося от традиционной деятельности, в которой туризм не является основной движущей силой; – повторное использование объектов промышленного наследия может представлять опасность, поэтому сохранение и переориентирование его на туристскую деятельность также потребует получения будущих доходов от инвестирования средств в этот процесс; – восстановление и улучшение промышленной архитектуры.

Кроме материала, представленного в таблице, следует обратить внимание на еще один аспект. Когда производственный объект становится туристским, значительно улучшаются отношения в трудовом коллективе предприятия. Любому работнику будет приятно знать, что его труд ценится и уважается потребителем, и посещение производства туристами является неподдельным свидетельством. Благодаря этому увеличивается производительность и повышается «культура производства» на предприятии.

1.2 Методика организации и проведения производственных экскурсий

Производственная экскурсия может быть способом решения основных задач предприятия – например, решение проблем, связанных с кадровым голодом на производстве, тем самым формируя систему управления предприятием. Производственные экскурсии создают правильный имидж предприятия, показывая свою готовность к приёму экскурсантов.

Процесс организации производственных экскурсий может косвенно влиять и на формирование отношений между сотрудниками, он помогает отрабатывать организационные схемы и многое другое [3]. Кроме того, производственная экскурсия направлена на профориентационную работу.

Основная цель процесса организации производственных экскурсий реализуется в рамках одной из основных функций менеджмента организации, в целом. В современном менеджменте выделяется пять основных функций: прогнозирование и планирование; организация; активизация и стимулирование; координация и регулирование; учет, анализ и контроль [10]. Но организация не осуществляется без остальных функций менеджмента.

В литературе можно встретить следующую схему организации экскурсии. Данная схема не учитывает специфику промышленного предприятия, технику безопасности, расстояние до производства и готовность предприятия провести экскурсию.

Для раскрытия сущности производственной экскурсии как формы и направления туристской деятельности рассмотрим ее место в системе туристского проектирования. Процесс подготовки экскурсий состоит из следующих этапов:

- выбор темы для экскурсионного проекта;
- определение ее цели, задач;
- выбор экскурсионных объектов;
- нахождение информационных источников;
- создание маршрута;
- объезд (обход) маршрута;

- создание контрольного текста экскурсии;
- отбор дополнительного наглядного материала;
- выбор методических приемов;
- разработка технологической карты экскурсии;
- составление индивидуального текста экскурсовода;
- получение заключения о тексте и прочей документации эксперта экскурсии;
- проведение экскурсии;
- утверждение экскурсии[16].

Особое внимание в процессе разработки нужно уделить экскурсионной документации: Список литературы- книги, брошюры, статьи, которые используются при подготовке экскурсии. Паспорта объектов показа – сведения, характеризующие экскурсионный объект.

Контрольный текст экскурсии. В контрольный текст вносятся все необходимые материалы для проведения экскурсии. Отбирается самое главное, прописывается логический ход изложения, формируются обобщения, формулируются выводы. Разработчик обязан указывать на источники используемых материалов.

Текст должен рассказываться в хронологическом порядке, и согласно расположению объектов разрабатываемой экскурсии, т.е. по очередности раскрываемых подтем. В контрольном тексте экскурсии приводятся все материалы, которые составляют содержание вступления, заключения и логических переходов между подтемами экскурсии. В него могут включаться и информация об объектах, не предусмотренных разрабатываемой экскурсией, но относящихся к ее теме. Это делается с целью дальнейшего их использования в случае изменения варианта экскурсии на ту же, или похожую тему.

На практике установлено, что объем контрольного текста для 3- часовой автобусной экскурсии составляет 30–40 страниц текста компьютерного набора, для пешеходной –25–30 страниц. К контрольному тексту обязательно прилагается список использованной литературы.

Схема маршрута – путь группы. «Портфелем экскурсовода» среди профессионалов принято называть набор наглядных пособий или материалов для экскурсии, которые должны дополнять и восстанавливать недостающие звенья зрительного ряда экскурсии. Это очень важно, когда объекты показа экскурсии не дошли до наших дней в том виде, который был изначально. Тогда фотографии, рисунки, чертежи помогут восстановить первоначальный вид объекта. В «портфель экскурсовода», как правило, включает фотографии, связанных с местом экскурсии, персон; репродукции: картин, географические карты, картосхемы, на которых изображены объекты показа или, что то с ним связанное, образцы продукции предприятий, гербарные листы, образцы пород и почвы, аудио и видеозаписи, другие материалы, которые помогают дополнить экскурсию.

Индивидуальный текст является основой рассказа экскурсовода или, можно сказать, главной статьей для рассказа. Данный документ позволяет следовать тематике экскурсии, в нем подмечаются все нюансы рассказа экскурсовода, а также формулируются определенные точки зрения на факты и события, на основе которых и была сделана экскурсия, а по заключению дается объективная оценка показываемых объектов экскурсии. Этапы организации экскурсии представлены в таблице 1.1.2.

Таблица 1.1.2 – Этапы организации новой экскурсии

Этапы	Пояснения
Предварительная работа	Подбор материалов для будущей экскурсии, их изучение (т.е. процесс накопления знаний по данной теме, определение цели и задачи экскурсии). Одновременно с этим происходит отбор объектов, на которых будет построена экскурсия.
Непосредственная разработка самой экскурсии	Составление экскурсионного маршрута; обработку фактического материала; работу над содержанием экскурсии, ее основной частью, состоящей из нескольких основных вопросов; написание контрольного текста; работу над методикой проведения экскурсии; подготовку методической разработки новой экскурсии; написание индивидуальных текстов.

Окончание таблицы 1.1.2

Этапы	Пояснения
Заключительная ступень	Прием (защита) экскурсии на маршруте. Утверждение новой экскурсии руководителем, допуск экскурсоводов, защитивших свою тему, до работы на маршруте.

Существуют особенности в процессе организации производственной экскурсии на примере отеля. Далее предлагаем скорректированные этапы организации с учетом специфики работы отеля (см. таблицу 1.1.3).

Таблица 1.1.3 – Этапы организации производственной экскурсии в отеле

№	Этап организации экскурсии в отеле
1	Осознание необходимости проведения экскурсии
2	Распределение ответственности
3	Оценка степени готовности
4	Разработка экскурсии
5	Установление контактов, согласование заявки на проведение
6	Встреча группы и проведение экскурсии
7	Оценка результатов и ошибок
8	Продвижение экскурсии в случае успешной апробации.

Очень важно понимать, как взаимодействуют подразделения между собой при организации экскурсии.

1) Руководство понимает необходимость и полезность проведения производственной экскурсии.

2) Существует схема распределения ответственных за организацию экскурсии в отеле.

3) Организация комплекса отелей проверяет готовность всех служб провести экскурсию.

4) Разработка экскурсии с учетом направленности, для потенциальных сотрудников это ознакомительного характера, для партнеров это рекламно-информационного характера экскурсия.

5) Рассмотрев состав экскурсии, далее происходит этап взаимодействия организации с партнёрами.

6) После вышеизложенных пунктов происходит встреча группы и проведение самой экскурсии по разработанной и заранее согласованной программе.

7) Оценка результатов и ошибок осуществляется методом анкетирования. От предприятия рассылается онлайн-анкета, где экскурсанты отвечают на вопросы по поводу проведённой экскурсии, рассказывают про плюсы и минусы экскурсии.

8) План продвижения производственной экскурсии создаётся при успешной апробации.

Таким образом, в настоящее время в России наблюдается тенденция формирования промышленного туризма. Многие предприятия открывают свои производства для публичного осмотра с целью формирования лояльности потребителей к бренду своей продукции. Необходимо провести тщательную подготовку к экскурсии для того, чтобы решить маркетинговые и кадровые задачи. Развитие промышленного туризма в целом – это стимул для более качественной работы предприятий и метод формирования лояльности потребителей к сфере тур бизнеса.

1.3 Модель производственной экскурсии

Под «моделью» понимается образ некоего объекта или явления, который отражает лишь отдельные свойства.

При моделировании важна степень соответствия модели и реального объекта. Иначе можно сказать что модель– это упрощенное описание сложного объекта или явления. Моделирование – это метод познания. Он заключается в исследовании предметов, систем, процессов и явлений на основе их моделей.

Что можно моделировать:

- физические объекты (машины, самолеты, здания, атом);
- динамические процессы (эволюция человечества, развитие экономики);
- явления (цунами, торнадо);

- поведение (как поведут себя покупатели, если повысим цены).

Существует 5 этапов моделирования.

Определение нужных свойств изучаемого объекта. Исследователь выбирает те части, которые его интересуют, а остальные отбрасывает, чтобы не мешались. Один объект может иметь несколько моделей, каждая из которых отображает некоторые из его особенностей.

Построение модели с нужной степенью точности на основании отобранных свойств.

Проведение экспериментов. Исследователь работает с моделью, поэтому не рискует испортить оригинал. Изменяются условия работы, вводятся новые факторы. Реакции модели отслеживаются и документируются.

Процедура переноса информации модели на реальный объект. То, что верно для копии, с большой степенью вероятности верно для оригинала.

Использование полученных знаний для изменения, прогнозирования или управления.

Моделирование – это циклический процесс. Исследователь возвращается к самому началу, снова строит модель, но уже более точную. С каждым кругом он получает все больше информации о предмете изучения. Моделирование – это воссоздание и изучение фрагмента реальности для исследовательских целей.

Метод применяется, когда необходимо:

- понять устройство, структуру, принципы функционирования моделируемого объекта;
- научиться управлять объектом;
- составить прогноз относительно поведения объекта в тех или иных ситуациях.

Существуют ситуации, когда без построения модели не обойтись:

- предмет очень маленький или, наоборот, большой (атомы, планеты солнечной системы, вселенная);
- изучение последствий гипотетического явления, которое может возникнуть в будущем (что будет, если закончится вся нефть на планете);

- предмет уже не существует (мамонты, динозавры, первобытные люди);
- в ходе экспериментов оригинал может быть уничтожен (выдержит ли бункер попадание снаряда);
- объект еще не создан (проектируемое здание, бизнес на стадии идеи);
- исследуется сложная система, имеющая много особенностей и взаимосвязей, которые нужно отбросить для целей изучения (карта местности, человек);
- процесс идет чересчур стремительно или медленно (исследование тахионов– частиц, которые могут двигаться быстрее скорости света).

По своему характеру модели делятся на 2 вида: материальные и информационные. Материальные модели можно потрогать, увидеть, услышать, понюхать. Они воспроизводят физические особенности изучаемой системы, явления или процесса. Информационные модели не существуют в реальном мире. Это набор информации, выраженный определенным образом – вербальным или знаковым. В нашей выпускной квалификационной работе осуществляется моделирование производственной экскурсии.

Модель организации экскурсии на объект в виде отеля состоит из трех основных компонент.

Целевая компонента включает в себя:

- знакомство с структурой отеля или комплекса отелей и технологиями;
- изучение новых методов организации гостиничного бизнеса;
- формирование у потенциальных сотрудников или партнеров представления о комплексном взаимодействии сети отелей.

Организационная компонента состоит из:

- задач: изучение передового опыта; организация строительных и ремонтных работ; выявление компетенций; профориентация; мотивация к выбору профессии и т.д.;

- виды экскурсии, которые возможно предложить: ознакомительная, тематическая, исследовательская, комплексная, мастер-класс в ходе экскурсии;

- выбор объекта: один отель комплекса; территория сети отелей; кухня и особенности приготовления пищи; модернизация отеля;
- выбор группы: студенты старших курсов профильных вузов, потенциальные сотрудники; партнеры или потенциальные партнеры;
- выбор экскурсовода: преподаватель; управляющий отелем; инженер ПТО, руководитель сети питания отелей.

Деятельностная(процессуальная) компонента:

В деятельность экскурсовода входит: показ элементов выбранного направления; демонстрация методов работ; рассказ о специальностях, необходимых знаниях строителю; инструктаж по технике безопасности и т.д

Деятельность экскурсанта включает следующие элементы: наблюдать;услышать;увидеть;ощущать;описать;выполнять задания; составить отчет; рефлексия.

Результативный компонент:

- новые знания об организации и элементах функционирования отеля;
- знакомство с профессией;
- новые навыки;
- освоение опыта работы в отеле;
- выявленные компетенции;
- знания о методах управления.

Под технологической моделью производственной экскурсии мы понимаем систему элементов, воспроизводящую стороны, связи, функции процесса проектирования экскурсии для конкретной организации (схему см. на рисунке 1.1.3).



Рисунок 1.1.3 – Технологическая модель проектирования производственной экскурсии по отелю «ЮГ» для потенциальных сотрудников и партнеров

Цель проектирования производственной экскурсии по отелю «ЮГ» это развитие интереса к отелю со стороны квалифицированных кадров и потенциальных инвесторов.

Компоненты обеспечивают базисом важных элементов процесс разработки и организации производственной экскурсии с учетом специфики организации.

Принципами реализации производственной экскурсии выступают системность, комплексность, интеграция.

Организационно-технологический блок включает в себя три этапа. Первый – подготовительный формируется с учетом выбора объекта для экскурсии. Второй – основной этап отражает процесс организации и обслуживания. Третий – заключительный, позволяет проанализировать разработанную производственную экскурсию и провести ее экономический анализ.

Технологические условия реализации модели включают в себя субъектов экскурсии в виде потенциальных сотрудников или инвесторов, безопасность разрабатываемой производственной экскурсии, средства коммуникации в виде телефонной и интернет связи. Разработанная нами технологическая модель организации производственной экскурсии относится к функциональным моделям. Функциональная модель предназначена для изучения особенностей работы системы и её назначения во взаимосвязи с внутренними и внешними элементами.

Тематическая направленность экскурсии – производственная экскурсия по отелю для сотрудников или деловых партнеров.

Объект осмотра – отель «ЮГ».

Продолжительности экскурсии для потенциальных сотрудников 1 день, для потенциальных инвесторов и партнеров 2 дня.

Объем предоставляемой информации для потенциальных сотрудников включает только устройство отеля, описание сервиса, экскурсия на кухню. Для инвесторов и потенциальных партнеров это представление полного комплекса отеля, конференц-зала, кухни и развлекательных компонент.

Способ перемещения экскурсантов – автобус и пеший ход.

Темы экскурсии выбирались с учетом показа особенностей управления отелями и заканчивая отделочными работами. Выбор объекта производился с тем учетом, что бы до него было легко добраться желающим. Желательно, чтобы объект был в рамках движения городского транспорта. Во всех случаях ведущая роль отдавалась управляющему отеля так, как он в большей степени знает этот объект. Роль же экскурсовода группы ограничивалась небольшими дополнениями к рассказу управляющего. Время проведения экскурсий выбиралось с учетом особенностей заселения отеля. Место встречи выбиралось ближе к центру города с учетом транспортной развязки. Время встречи с экскурсантами назначалось за 10 минут до начала экскурсии. Делалось это для того, чтобы провести инструктаж по технике безопасности. Подготовка опорного плана экскурсии заключалась в подборе теоретического материала по теме экскурсии, определении целей, средств и методов экскурсии.

Выводы по главе один

Возрастающий интерес к развитию производственного туризма обусловлен его функциональной сущностью. Это – привлечение инвестиций, управление имиджем, продвижение продукции и профорентация. Проведение экскурсий по предприятию или организации представляет собой неотъемлемый элемент корпоративной культуры, демонстрируя открытость и прозрачность ведения бизнеса. Посещение организаций в туристских целях способствует формированию обратной связи с потребителями может служить точкой роста доверия со стороны потенциальных деловых партнеров. Производственный туризм рассматривается как статья дополнительных доходов и маркетингового средства не только для организации, принимающей туристов, но и для бюджета региона в целом, именно поэтому его стоит рассматривать как один из перспективнейших видов туризма в условиях современной экономической ситуации.

2 ЭТАПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЭКСКУРСИИ ПО ОТЕЛЮ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ (ПАРТНЕРОВ)

2.1 Характеристика экскурсии

Если в отеле появляется свободная вакансия, менеджер сообщает это своим работникам, а уже после ведется внешний поиск кандидата. Руководитель в первую очередь стремится, чтобы его работники росли по служебной лестнице. Когда принят работник с ним проводится ориентация и обучение. Только после этого он может приступить к своей работе.

Ориентация – это детальный рассказ об отеле. Первый день – экскурсия по отелю и территории. Показывают, что предоставляется нашим постояльцам. Работники отеля не пользуются теми услугами, что постояльцы, но знать об их работе новые работники обязаны. Менеджер проводит рассказ о структуре работы отеля, знакомит с правилами техники безопасности, противопожарной безопасности, изучение Положения персонале и правил трудового распорядка. Как влиться в механизм, не нарушив ритма его работы? Для этого ориентационные программы и необходимы, чтобы преодолеть эти трудности. Большая часть ориентации – это изучение Положения о персонале, регламентирующего существующие в отеле правила. Работники обязаны их знать и понимать, дабы в будущем не нарушать. Следуя всему, что там написано, работник избежит ошибок и нарушений дисциплины.

Менеджер это демонстрирует, приводит примеры, убеждает новых работников, что для успешной и спокойной работы необходимо следовать этому документу. В конце разговора менеджер задает вопросы, чтобы понять достаточно ли хорошо новые работники его поняли. Работники в свою очередь дают расписку, что ознакомились с Положением и обязуются его исполнять. Новым работникам рассказывают о структуре работы отеля, Иногда руководитель лично приветствует новых работников, и им всегда это очень приятно.

1) Тема экскурсии: производственная экскурсия по отелю для сотрудников или деловых партнеров. Отель «ЮГ» оазис для совершенного отдыха. Традиции и инновации.

2) Целевая аудитория: студенты, потенциальные сотрудники, жители города и партнеры.

3) Актуальность экскурсии: экскурсия предназначена:

- для развития интереса к отелю и городу, позиционирование отеля – как уникальное место для расширения бизнеса для партнеров;
- для потенциальных сотрудников – отличное место для карьерного роста и самореализации;
- для привлечения прибыли от туристов;

4) Цель экскурсии: сформировать знания об устройстве и особенностях функционирования отеля «ЮГ»;

5) Задачи:

- знакомство с историей отеля, комплексами отеля и кухней;
- формирование интереса к профессиям у студентов и потенциальных сотрудников, желающих работать в отеле «ЮГ»;
- привлечение инвесторов для развития комплекса;

6) Маршрут экскурсии составляется в 3 этапа. Первый этап включает в себя инструктаж по технике безопасности. Вторым этапом проходит завтрак на кухне отеля и посещение мини музея на территории комплекса. Заключительная часть – это непосредственно экскурсия по отелю и для потенциальных партнеров и инвесторов предусмотрено проживание на 1ночь. Данный маршрут описывает самую полную и подробную производственную экскурсию данного отеля. Программа тура представлена в таблице 2.1.1.

Инструктаж является первым этапом данной экскурсии, так как без него невозможно находиться на территории отеля в зонах закрытых для посетителей. На кухне располагается специализированная техника, поэтому существует ряд ограничений. Эти ограничения озвучиваются при прохождении инструктажа.

Завтрак позволяет экскурсантов накормить вкусной и свежей пищей. Что позволяет в самом начале экскурсии продемонстрировать уникальность кухни и качество обслуживания клиентов во время приема пищи.

Музей отеля «ЮГ» один из самых важных этапов. В нём изучают историю как все начиналось, менялось и развивалось. Знакомятся с макетом старинных отелей, узнают первоначальную информацию об отеле, особенностях формирования фирменных рецептов и развития кухни.

Таблица 2.1.1 – Программа экскурсии

Дни	Время	Выполняемые действия
1 день	07.30	Сбор группы возле бизнес центра (приложение Б точка 2 на карте)
	08.00	Проезд до места экскурсии п. Небуг, ул. Приморская д.6.
	8.20 – 9.00	Завтрак в гостинице
	9.00 – 13.30	Экскурсия в музей отеля
	13.30 – 14.30	Обед – ресторан «Ferrum»
	15.30 – 16.30	Экскурсия по отелю, гостиничные номера, холл, бизнес-центр
	16.30 – 19.30	Экскурсия на кухню отеля
	18.30 – 19.30	Для потенциальных сотрудников доставка до бизнес центра
	19.30 – 20.00	Для инвесторов и потенциальных партнеров размещение в отеле
	20.00 – 21.00	Ужин в отеле

Распишем более подробно этапность экскурсии по отелю «ЮГ».

Отель «ЮГ» (см. рисунок 2.1.1) расположен в Туапсинском районе, в центре курортного поселка Небуг, по адресу ул. Приморская д.6. (см. приложение В).



Рисунок 2.1.1 – Отель «ЮГ»

Просторная территория представляет собой комплекс из двух четырехэтажных зданий. Всего 300 метров от берега Черного моря, одного из лучших пляжей Туапсинского района. Отель «ЮГ» отвечает требованиям современного туриста.

В свое время отель «ЮГ» первый начал принимать и регистрировать иностранных граждан, первая прошла сертификацию по добровольной системе на звезды (13-ми в России), первая ввела беспроводной доступ в интернет (Wi-Fi). Отель «ЮГ» официально ввела в эксплуатацию зону высокоскоростного беспроводного доступа в интернет. Технические работы были завершены ещё в декабре 2004 года, но доступ предоставлялся в рамках тестовой эксплуатации. В течение декабря приводилось в соответствие программное обеспечение, а в феврале 2005 года началось коммерческое использование хот-спота. Теперь гость с ноутбуком, поддерживающим технологию Wi-Fi (например, на базе процессора Intel Centrino), может подключиться к интернет в любом удобном для него месте – нужно лишь взять у администратора карту доступа с логином и паролем. Зона

покрытия охватывает ресторан «Времена года», холл, салон красоты «Бриз», гостиничные номера и конференц-зал отеля. Это первая гостиница приморья, предоставляющая такую услугу своим гостям. Далее менеджер отеля приглашает работников турфирм посетить номерной фонд отеля.

К услугам гостей предлагается 50 комфортабельных номеров, бассейн оснащенный шезлонгами и зонтами, детская игровая зона, самостоятельная кухня, для желающих приготовить шашлык имеются мангалы и столы для общего пользования. Так же на территории имеется свободная автостоянка. Здесь есть все, как для спокойного отдыха. Атмосфера комфорта, безупречное и внимательное обслуживание – отличительные черты этого гостевого дома. Количество мест:

- одноместные – 18;
- двухместные – 12;
- улучшенные – 12;
- полу-люкс – 4;
- люкс – 4.

Текст экскурсии представлен в таблице 2.1.2.

Таблица 2.1.2 – Индивидуальный текст экскурсии

Название	Характеристика объекта
Отель, знакомство	Описание: Отель «Юг» был построена в 1985 году и приняла первых гостей 1 октября 1985, это были инструкторы ЦК КПСС. Сейчас отель отвечает всем стандартам европейского обслуживания, обеспечивает своих гостей всем спектром современных услуг, предлагает комфортные условия для бизнеса, отдыха и находится в 10 минутах ходьбы от пляжа. Окна номеров выходят на дендрологический парк, в котором посетители могут отдохнуть и насладиться природой. Тишину и спокойствие обеспечивает служба безопасности. Прекрасно оборудованные номера, уютный банкетный зал, сауна, тренажерный зал, бильярд, ресторан «Времена года», бар, магазин «сувениры», конференц-зал, бизнес-центр - все это создает идеальные условия для бизнеса и отдыха

Продолжение таблицы 2.1.2

Название	Характеристика объекта
Номерной фонд отеля	<p>Описание: Мы представляем вам уютные номера гостиницы. Стены комнат оформлены в нежно-голубом цвете, на полу мягкий темно-синий ковер, на окнах светлые занавески, все это создает комфортные условия для проживания и отдыха гостей.</p> <p>В этих номерах удобная мебель, холодильник, цветной телевизор со спутниковым каналом, телефон с прямым выходом на междугороднюю и международную связь, ванная комната с ванной и санузлом. Оснащение однокомнатного номера с двуспальной кроватью, двухкомнатного и трехкомнатного люкса включает двуспальную кровать, удобную мебель, холодильник, цветной телевизор со спутниковым каналом, телефон с прямым выходом на междугороднюю и международную связь, ванную комнату с ванной и санузлом, посуду.</p> <p>Номер категории полулюкс с эркером представлен в бежевой гамме. Его площадь составляет 30 кв. м., кровать имеет ширину 1,80 м, также присутствуют кресла и журнальный стол.</p> <p>Номер категории люкс с эркером выдержан в желтой гамме, а особый уют гостям создает обилие цветов. Площадь номера – 60 кв. м., кровать шириной – 1,80 м., имеется дополнительная мягкая мебель: кресла, диван, журнальный стол, телевизор с диагональю экрана – 72 см.</p> <p>Всем гостям номерах предоставляется бесплатный завтрак – шведский стол.</p>
Бизнес-центр	<p>Описание: Бизнес-центр является комплексом деловых услуг для успешной деятельности предприятий и фирм, обеспечивающий необходимые условия клиенту для работы и профессионального общения. В бизнес-центре выполняются работы по переводу, перепечатке документов, компьютерному обслуживанию. Центр оснащается средствами телексной и факсимильной связи, видеоманитофонной и проекционной аппаратурой. В отеле можно организовать экскурсии, авиа и ж/д билеты, получить доступ в интернет. Отель предлагает весь спектр услуг по проведению конференций, деловых встреч, семинаров. Для их организации в отеле имеется конференц-зал на 70 посадочных мест. Зал оснащен кондиционером; экраном, флипчартом с комплектом бумаги и маркерами, ТВ, видео, музыкальным центром, телефоном, возможностью доступа в интернет. Стоимость аренды конференц-зала 1100 руб./час. Дополнительно оплачивается только аренда м/м проектора (при необходимости) 3500 руб./день</p>

Продолжение таблицы 2.1.2

Название	Характеристика объекта
Кухня отеля	<p>Описание: Зонирование или деление пространства в районе кухонной мебели на 5 частей связано с одним очень простым вопросом, – «Как минимизировать количество метров, которые проходит человек вдоль рабочей поверхности кухни при приготовлении пищи?». А ответ на этот вопрос также простой – расположите все оборудование и кухонную мебель таким образом, чтобы было удобно и функционально работать. Для этого нужно всего лишь расположить зоны подряд слева направо. Итак: Зона №1 – Зона «Запасы». В этой зоне наличие объемного шкафа для хранения запасов сыпучих пищевых продуктов, соли, сахара, муки, различного рода консервов и многих других продуктов, которым не нужен холодильник. Вторым элементом этой зоны является, как раз, холодильник с морозильной камерой. В нем помещены скоропортящиеся продукты, замороженные овощи, рыба, мясо и пр.; Зона №2 – Зона «Хранение». Эта часть кухонного гарнитура (навесные верхние шкафы и нижние тумбы) предназначена для удобного хранения всей кухонной утвари – от вилок, ложек и тарелок – до кастрюль и сковород; Зона №3 – Зона «Мойка». В составе этой зоны находится посудомоечная машина и, собственно, сама моечная раковина (мойка) со встроенным смесителем для мойки и чистки овощей, фруктов и т.д. Непосредственно под мойкой должна находиться система сбора твердых бытовых отходов с возможностью их сортировки (минимально три емкости – бумага, пластик, стекло); Зона №4 – Зона «Подготовка». Основное требование к этой зоне – наличие свободной рабочей поверхности шириной не менее 900 мм (при глубине 600 мм). В этой зоне подготавливают все продукты перед помещением их или в кастрюлю/сковороду, или в духовку/микроволновку. Именно здесь производится разделка птицы, рыбы, мяса и т.д. Зона №5 – Зона «Приготовление пищи». Это последняя, крайняя правая зона, где находится варочная панель, духовой шкаф, микроволновая печь, кофемашина (при желании). Там же есть место и выведены электрические розетки для установки мультиварки, термопота, тостера и пр. В меню, которое неразрывно связано с историей региона и историей самого отеля представлена классическая русская и татарская кухня. В баре подают отличный кофе, фирменные коктейли и закуски. Именно здесь заканчивается экскурсия по гостинице, и менеджеры турфирм могут отдохнуть, получить рекламную продукцию и задать интересующие вопросы.</p>

Окончание таблицы 2.1.2

Название	Характеристика объекта
Музей отеля	Здесь слились в гармонии неизменная красота природы и присущее человеку стремление к переменам. Здесь можно не только хорошо отдохнуть, но и насладиться приятной атмосферой уюта и тепла, заглянуть в звёздное небо в зале музея, наполняющее душу всегда новым и всё более сильным чувством. Смена столетий нашла отражение, как в самом интерьере, так и в экспонатах музея.

Все номера оборудованы телевизором, телефоном с выходом на междугородную и международную связь, доступом в Интернет, мини-баром со стандартным ассортиментом, феном, санузлом с душевой кабиной. В распоряжении гостей также следующие услуги: сейф, прачечная, заказ такси, бильярд.

Проходя по светло-зеленому коридору, украшенному цветами, работники турфирм попадают в уютные номера гостиницы. Стены комнат оформлены в нежно-голубом цвете, на полу мягкий темно-синий ковер, на окнах светлые занавески, все это создает комфортные условия для проживания и отдыха гостей. Осмотр номеров начинается со стандартного одноместного номера и стандартного двухместного. В этих номерах удобная мебель, холодильник, цветной телевизор со спутниковым каналом, телефон с прямым выходом на междугородную и международную связь, ванная комната с ванной и санузлом. Оснащение однокомнатного номера с двуспальной кроватью, двухкомнатного (см. рисунок 2.1.2) и трехкомнатного люкса включает двуспальную кровать, удобную мебель, холодильник, цветной телевизор со спутниковым каналом, телефон с прямым выходом на междугородную и международную связь, ванную комнату с ванной и санузлом, посуду. Всем гостям номерах предоставляется бесплатный завтрак – шведский стол. После осмотра номерного фонда сотрудникам турфирм предлагается прайс-лист, где указана стоимость номеров.



Рисунок 2.1.2 –Однокомнатныйномер с двуспальной кроватью

Далее группа перемещается в бизнес-центр отеля. Бизнес-центр является комплексом деловых услуг для успешной деятельности предприятий и фирм, обеспечивающий необходимые условия клиентудля работы и профессионального общения (см. рисунок 2.1.3).



Рисунок 2.1.3– Зал для конференций в бизнес-центре

В заключении экскурсии к посещению предлагается кухня (см. рисунок 2.1.4).



Рисунок 2.1.4 – Кухня отеля

Целевая аудитория данной экскурсии разнообразна, поэтому для каждой целенаправленной аудитории экскурсия будет составлена индивидуально.

Отель «ЮГ» может предложить экскурсию студентам разных специальностей, так как на территории комплекса имеются разные отделы, от службы безопасности до юридического отдела.

Отель «ЮГ» можно развивать и с туристической стороны. Привлекательным будет небольшой сувенирный магазин на выходе из музея. Музей представлен на рисунке 2.1.5. С одной стороны это небольшая прибыль отелю, а с другой, турист, приобретая сувенир, запомнит экскурсию долго. Можно предлагать сладкие сувениры с символикой отеля.



Рисунок 2.1.5 – Музей отеля

Обед на кухне можно сделать более интересным для туристов. В меню будет предложен рацион татарской кухни (см. рисунок 2.1.6) Меню кухни представлено на рисунке 2.1.7.



Рисунок 2.1.6 – Блюда татарской кухни

Для сотрудников комплекса отелей предлагается обзорная и производственная экскурсии, при этом с корпоративным сближением. Экскурсия будет проходить между комплексами и управлением. На данной экскурсии будет возможен заезд на море по желанию сотрудников. Карта движения представлена в приложении Б.



Рисунок 2.1.7 – Меню отеля

После вышеизложенных пунктов происходит встреча группы и проведение самой экскурсии по разработанной и заранее согласованной программе.

Оценка результатов и ошибок осуществляется методом анкетирования (см. приложение Б). От отеля рассылается онлайн-анкета, где экскурсанты отвечают на вопросы по поводу проведённой экскурсии, рассказывают про плюсы и минусы экскурсии.

Перед началом путешествия каждому участнику экскурсии выдается информационный лист, который содержит основную информацию по экскурсии.

При приобретении экскурсии необходимо ознакомиться с программой и общей информацией по условиям его проведения, которые должны соответствовать

ожиданиям и возможностям, в том числе физическим и техническим. В описании экскурсии представлена подробная информация, позволяющая адекватно оценить понравившейся тур и избежать разочарований непосредственно на маршруте.

Для бронирования потенциальным партнерам необходимо внести предоплату в размере 10% от стоимости экскурсии по выставленному счету. Остаток стоимости тура оплачивается на месте наличными. Возникшие вопросы задают по телефону: 8-912-999-92-32.

Перед началом производственной экскурсии каждому с собой необходимо иметь: паспорт (желательно дополнительно ксерокопию его первых страниц), путевку (или ваучер или лист бронирования) и страховой полис.

Транспорт. Предоставляется микроавтобус. Автотранспорт отправляется по расписанию к месту сбора.

Опрос-анкетирование проводилось после проведения тестовой экскурсии среди потенциальных инвесторов 8 человек. По итогам опроса выяснилось, что понятие «Бизнес – тур» знакомо 80% опрошенных, 15% не знают, что это такое и 5% затруднились в ответе. Большинство сотрудников оптимальной длительностью тура считают 2 дня. 29% опрошенных ответили, что деловой должен совмещать конгрессно– выставочное мероприятие, 35% – экскурсию, 21% – тренинг, 15% – отдых. Более половины опрошенных (77%) считают, что работников необходимо отправлять в деловые поездки. Компаниям необходимо отправлять сотрудников в деловые туры с целью: 11% опрошенных ответили – путешествие, 18 % – отдых, 20% – укрепление деловых отношений, 22% – поощрение сотрудников, 29% – повышение компетенции работников.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что отель имеет возможность проведения интересной экскурсии. Однако нет специальной службы, которая занималась бы организацией, продвижением и проведением производственной экскурсии.

2.2 Себестоимость проведения производственной экскурсии

В данном разделе дипломного проекта рассмотрены вопросы по финансовой организации проектирования производственной экскурсии в отель «ЮГ».

Далее опишем затраты производственной экскурсии.

1) Подготовка к экскурсии.

Смета затрат на подготовку к экскурсии указана в таблице 2.2.1.

Таблица 2.2.1 – Смета затрат на подготовку к экскурсии

Наименование	Ед. изм.	Цена за ед.	Кол-во ед.	Сумма
Страхование	руб.	1040	6	6240
Расположение в отеле «ЮГ» сутки (питание включено)	руб.	3400	6	20400
Трансфер (комплексная экскурсия)	руб./час	800	12	9600
Итого:	руб.			36240

2) Питание.

Организовать питание для туристов. Завтрак и ужин будут предоставлены гостиницей «ЮГ» (входят в стоимость проживания). Завтрак – ресторан «Югра». Обеды – рестораном «Ferrum» и кафе «Гостинный двор». Смета затрат указана в таблице 2.2.2.

Таблица 2.2.2 – Смета затрат на питание туристов

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

3) Кофе-брейк.

Кофе – брейк проходит за счет организаторов экскурсии. Затрат нет.

4) Культурно-познавательная программа для партнеров или инвесторов: включает посещение музея – бесплатно. Обзорная экскурсия включает в себя следующие затраты: музей развития отельного комплекса. Обзорную экскурсию ведет главный менеджер комплекса отелей. В стоимость билетов входят услуги экскурсовода, который имеется в музее и разрешение на фото и видео съёмку в музее.

В таблице 2.2.3 представлен расчет переменных затрат на производственную экскурсию для деловых партнеров.

Таблица 2.2.3– Расчет переменных затрат на производственную экскурсию для деловых партнеров

Наименование калькуляционных статей	Показатели в стоимостном выражении	
	1 человек	Группа из 6 человек
Страховка	1040	6240
Транспорт (Трансфер)	1600	9600
Питание	2200	13200
Культурная программа	440	2640
Итого переменных затрат	5280	31680

Как видно из таблицы 6, на группу из 6 человек переменные затраты составят 31680 рублей. Цена тура рассчитывается по формуле: переменные затраты * 1,30 (нормативная рентабельность) = 31680*1,30 = 41184 рублей.

– цена туристской путевки на группу из 6 человек. Следовательно, цена тура на одного человека составляет 6864 рублей (41184/6).

Рентабельность проектирования экскурсии (на группу из 6 человек) = прибыль/выручка*100% = 6864/41184*100% = 16%.

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

Маржинальная прибыль на единицу продукции равна разнице цены и переменных затрат на единицу продукции: $6864 - 5280 = 1584$ рублей.

Рентабельность по маржинальной прибыли = маржинальная прибыль на единицу продукции/цена = $1584 / 6864 * 100\% = 23\%$.

Отсюда выручка в точке безубыточности равна отношению постоянных затрат к рентабельности по маржинальной прибыли единицы продукции, умноженное на 100 %, далее рассчитаем постоянные затраты на рекламу и продвижение (см. таблицу 2.2.4).

Таблица 2.2.4– Затраты на продвижение производственной экскурсии для деловых партнеров

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

Исходя из данных таблиц, мы можем посчитать выручку в точке безубыточности: $3000 / 23\% * 100\% = 13043,5$. Количество единиц продукции (объем продаж в точке безубыточности) равно отношению выручки в точке безубыточности к цене тура = $13043,5 / 18412 = 1,15$. Следовательно, для того, чтобы получить прибыль и покрыть издержки, необходимо продать 1 тур.

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

В данном разделе произвели экономическое обоснование всего проекта. Стоимость экскурсии на одного человека составляет 11284 рублей. Для того чтобы получить прибыль и покрыть издержки, необходимо продать 1 экскурсию.

2.3 Требования по безопасности экскурсии

У водителя автобуса (см. рисунок 2.3.1 автобус экскурсии), который встречает гостей везеттуристов на экскурсию по городу имеется пакет документов, необходимых для перевозки пассажиров [7]:

- лицензия на перевозку пассажиров по территории РФ;
- технический паспорт автомобиля;
- страховка ОСАГО;
- страховка (ПОЛИС) гражданской ответственности перевозчика перед пассажирами в случае наступления несчастного случая –размер возмещения по страховке на всех пассажиров может составить максимальную сумму 600 000 рублей;
- талон Государственного Технического осмотра;
- трудовой договор с водителем транспортного средства;
- водительские права категории «Д»;
- путевой лист автобуса необщего пользования;
- в случае необходимости – доверенность на право управления автомобилем.Если в наличии только Путевой лист, то при наличии трудового договора с водителем доверенность не требуется;
- в случае необходимости –Договор аренды транспортного средства заключенный между собственником и владельцем лицензии;
- документ, содержащий сведения о медицинском работнике (фамилия, имя, отчество, должность), копия лицензии на осуществление медицинской деятельности или копия договора с медицинской организацией или индивидуальнымпредпринимателем, имеющимисоответствующую лицензию.



Рисунок 2.3.1 – Автобус для экскурсии

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

При проведении экскурсии возможно воздействие на их участников следующих опасных факторов:

- изменение установленного маршрута движения, самовольное оставление места расположения группы;

- потертости ног при неправильном подборе обуви;
- травмировании ног при передвижении без обуви, а также без брюк или чулок;

- укусы ядовитыми животными, пресмыкающимися и насекомыми;
- отравления ядовитыми растениями, плодами и грибами;
- заражение желудочно-кишечными болезнями при употреблении воды из непроверенных открытых водоемов.

При несчастном случае пострадавший или очевидец несчастного случая обязан немедленно сообщить об этом руководителю экскурсии.

Экскурсанты должны соблюдать установленный порядок проведения экскурсии и правила личной гигиены.

Экскурсанты, допустившие невыполнение или нарушение инструкции по охранетруда, привлекаются к ответственности и со всеми участниками экскурсии проводится внеплановый инструктаж по охране труда.

Требования безопасности перед проведением экскурсии.

Пройти соответствующую подготовку, инструктаж, медицинский осмотр и представить справку о состоянии здоровья.

Надеть удобную одежду и обувь, не стесняющую движений и соответствующую сезону и погоде.

Требования безопасности во время экскурсии.

Передвигается по установленному маршруту, самостоятельно не изменять установленный маршрут движения и место расположения группы.

Общая продолжительность пешей экскурсии составляет 1-4 часа.

При передвижении не снимать обувь и не ходить босиком.

Соблюдать правила личной гигиены, тщательно мыть руки. Необходимо своевременно информировать руководителя экскурсии об ухудшении состояния здоровья или травмах.

При получении травмы оказать первую помощь пострадавшему, сообщить руководителю экскурсии.

Требования безопасности по окончании экскурсии.

Осмотреть себя на наличие на коже клещей. При обнаружении клещей незамедлительно обратиться в ЛПУ. Принять душ, тщательно вымыть лицо и руки с мылом.

У руководителя экспедиции должна быть мини аптечка.

Безопасность возлагается на гида или экскурсовода. Ежегодно гиды проходят курсы первой медицинской помощи, тренируются, участвуют в соревнованиях, чтобы иметь хорошую физическую форму.

Маршруты проходят по городу, поэтому туристу нечего бояться. Медицинское обслуживание. Аптечка средств первой медицинской помощи (список лекарственных средств прилагается). Перед выходом на активную часть маршрута гидом проводится инструктаж по технике безопасности. Турист обязан соблюдать правила личной безопасности и правила, изложенные в инструкции, выполнять указания и команды гида. При отмене маршрута клиентам возвращается стоимость путевки за вычетом прямых расходов, например, закупка и стоимость продуктов, доставка транспортом до места и обратно, страхование и др. Гид имеет право снять с маршрута участников относящихся с открытым неуважением к другим участникам тура, гиду. Стоимость путевки в данном случае не возвращается. В случае отказа туристами от услуг, отказа от маршрута или схода с маршрута по независящим от гида обстоятельствам, гид не несёт ответственности за жизнь и здоровье туристов. Маршрут и график движения могут быть скорректированы по соображениям безопасности либо по иным, независящим от организатора причинам. В любом случае об этом Вам будет сообщено.

Страхование. На все время нахождения на маршруте, клиенты застрахованы ОСАГО «Альфа-страхование» стоимость страховки на одного человека 1040 руб. Данная страховая компания имеет договоры с лечебными заведениями мест проведения тура. Лимит покрытия медицинских и транспортных расходов составляет 250 000 руб., несчастного случая – 30 000 руб. По желанию клиент может увеличить страховые суммы, доплатив страховой взнос. Сообщив об этом менеджеру компании заранее. При возникновении на маршруте страхового

случая, инструктор и администрация компании помогает пострадавшему решать все необходимые организационные вопросы (его транспортировка в медицинское учреждение, установление контактов со страховой компанией, с медицинским центром, получение расписок от оказавших платную помощь частных лиц и т.д.). Пострадавший должен быть готов к оплате услуг связанных с транспортировкой и медицинским обслуживанием. Страховая компания возмещает потраченные денежные средства на основании подтверждающих документов.

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

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

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

Выводы по главе два

Маршрут производственной экскурсии по отелю для сотрудников или деловых партнеров состоит из трех этапов. Первый этап включает в себя инструктаж по технике безопасности. Вторым этапом проходит завтрак на кухне отеля и посещение мини-музея на территории комплекса. экскурсия предназначена для развития интереса к отелю и городу, позиционирование отеля – как уникальное место для расширения бизнеса для партнеров. В описании экскурсии представлена подробная информация, позволяющая адекватно оценить понравившейся тур экскурсию и избежать разочарований непосредственно на маршруте.

Расчитана стоимость экскурсии, в которую вошли затраты на подготовку программы (сбор, трансферт), питание, проживание, культурно-развлекательную программу. Также описаны требования по безопасности экскурсии.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

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

Производственные экскурсии для туриста – это возможность совершать путешествие по рабочим вопросам, и в то же время приобрести досуговые услуги. Производственная экскурсия относится к специализированным направлениям туристской индустрии и отличается рядом особенностей. Изучив литературу по выбранной теме, пришли к выводу, что интерес к данному виду туризма не развит на достаточно высоком уровне. Организация производственной экскурсии предполагает высокую степень профессионализма, требует своевременного планирования, наличия квалифицированного персонала. Проектирование экскурсии такого рода со всей полнотой предоставляет возможность не только поучаствовать в конгресс-мероприятиях, но и приятно провести время, комфортно отдохнуть, посетить ряд интересных мероприятий.

Понимание уникальной роли производственной экскурсии в развитии контактов, активной государственной политики и поддержки на государственном уровне позволит развивать данную отрасль, способствует дальнейшему росту.

Разработка турпродукта в виде производственной экскурсии – достаточно сложный, многоступенчатый процесс, требующий комплексного, системного анализа и осуществляемый при выполнении ряда условий, таких как: проведение маркетингового исследования рынка для определения потенциального потребительского спроса на различные виды туристского продукта, определение видов, форм и элементов турпродукта, периодичность его предоставления, анализ реальных затрат на разработку и реализацию предполагаемого к продаже турпродукта, оценка экономической эффективности и целесообразности

разработки турпродукта на основе данных о его предполагаемых доходах и расходах. Закон «О защите прав потребителей», Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил перевозок пассажиров и багажа автомобильным транспортом и городским наземным электрическим транспортом», Федеральный закон «О техническом регулировании», Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», ГОСТР50690–2000 «Туристские услуги. Общие требования», ГОСТ Р53522–2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения», ГОСТР50681–2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» – основные документы нормативно-правовой базы, регулирующие деловые туры.

В рамках нашего исследования была спроектирована производственная экскурсия по отелю «ЮГ». Экскурсия для партнеров или инвесторов рассчитана на 2 дня. Программа экскурсии содержит: культурно-познавательную программу по отельному комплексу, посещение музея истории, посещение уникальной кухни с особыми элементами работы.

Для потенциальных сотрудников экскурсия рассчитана на 1 день, это необходимо, чтобы познакомить потенциальных сотрудников комплекса с достопримечательностями отеля и особенностями функционирования.

Важность проектирования производственной экскурсии в том, что она поможет выразить благодарность за активную и продуктивную работу, а также стимулировать к дальнейшему личностному развитию сотрудников. Произвели экономическое обоснование всего проекта. Стоимость тура на одного человека составляет 11284 рублей. Для того, чтобы получить прибыль и покрыть издержки, необходимо продать 1 экскурсию.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Баранов, А.С. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма: учебник/ А.С. Баранов; под ред. профессора Е.И. Богданова. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 384 с.
- 2 Байлик, С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. – Киев, ВИРА-Р, 2011. – 208 с.
- 3 Балабанов, И.Т. Экономика туризма: учебное пособие/ И.Т.Балабанов, А.И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 176 с.
- 4 Биржаков, М.Б. Безопасность в туризме: учебно-методическое пособие/ М.Б. Биржаков, Н.П. Казаков. – СПб: Герда, 2008. – 208 с.
- 5 Биржаков, М.Б. Введение в туризм/ М.Б. Биржаков. – 9-е изд., перераб. и доп.– СПб.: Издательский дом Герда, 2007. – 576 с.
- 6 Биржаков, М.Б. Индустрия туризма. Перевозки: учебно-методическое пособие/ М.Б. Биржаков, В. И. Никифоров. – СПб: Герда, 2007. – 528 с.
- 7 Веткин, В.А. Технология создания турпродукта. Пакетные туры: учебное пособие/ В.А. Веткин, Е.В.Винтайкина. – М.: Финансы и Статистика, Инфа-М, 2010. – 240 с.
- 8 Гербылева, З.М. Экономика туризма/ З.М. Гербылева. – М.: БГМУ, 2001. – 324 с.
- 9 Горбачева, Д.А. Продвижение экскурсионных услуг Краснодарского края/ Д.А. Горбачева// Курорты. Сервис. Туризм. – 2013. – № 2-4 (19-21).– С. 62–67.
- 10 ГОСТ Р ИСО 13810–2016. Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг. Введен 01.06.2017. – М.: Госстандарт России: Изд-во стандартов, 2016. – 27 с.
- 11 ГОСТ 32611–2014. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. Введен 01.01.2016. – М.: Стандартинформ, 2014. – 12 с.
- 12 ГОСТ Р 54604–2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования. Введен 01.07.2012. – М.: Стандартинформ, 2012. – 8 с.

13 ГОСТ Р 50764–2009. Услуги общественного питания. Общие требования. Введен 01.01.2011. – М.: Изд-во стандартов, 2011.– 98 с.

14 ГОСТ Р 51185–2008. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования. Введен. 01.07.2009. – М.: Изд-во стандартов, 2009.– 100 с.

15 ГОСТ Р 51825–2001. Услуги пассажирского автомобильного транспорта.– Введен 14.11.2001. – М.: Изд-во стандартов, 2002.– 27 с.

16 Данилов, А.Ю. Теория и практика экскурсионной деятельности: учебно-методическое пособие/ А.Ю. Данилов, П.Г. Демидова. –Ярославль: ЯрГУ, 2016. – 48 с.

17 Дашкова, Е.В. Профессия «Экскурсовод»: опыт компетентностного анализа/ Е.В. Дашкова// Социосфера. – 2012. –№ 3. – С.88–96.

18 Дементьева, С.В. Отельный менеджмент: учебное пособие/ С.В. Дементьева.– Издательство Томского политехнического университета, 2014.– 160 с.

19 Добрина, Н.А. Экскурсоведение: учебное пособие/ Н.А.Добрина. – М.: Флинта: МПСИ. – 2012. – 286 с.

20 Докашенко, Л.В. Предпосылки развития делового туризма в России/ Л.В. Докашенко// Вестник Оренбургского государственного университета. –2015. – № 1. – С. 78–86.

21 Долженко, Г.П. Экскурсионное дело в высших учебных заведениях: история и методика обучения: учебное пособие/ Г.П. Долженко. –Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2011. – 134 с.

22 Егорова, Е.Н. Особенности развития экскурсионно-образовательного туризма в Краснодарском крае/ Е.Н. Егорова// Проблемы современного педагогического образования.– 2018. – № 60 – С. 4–8.

23 Емельянов, Б.В. Экскурсоведение: учебник/ Б.В. Емельянов.– 6-е изд., стереотип. – М.: Советский спорт, 2006. – 216 с.

24 Ефремова, М.В. Организационно-экономические основы развития туризма в России: монография/ М.В. Ефремова. – Н. Новгород: издательство НГУ им. Н.И. Лобачевского, 2004. – 317 с.

- 25 Ефремова, М.В. Основы технологии туристского бизнеса: учебное пособие/ М.В. Ефремова.– М.: Ось-89. – 1999.– 192 с.
- 26 Зорин, И.В. Энциклопедия туризма/ И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 364 с.
- 27 Зюляев, Н.А. Внутренний туризм как вид экономической деятельности на мезоэкономическом уровне / Н.А.Зюляев// Вестник НГИЭИ. –Княгинино, 2018.– № 6. – С. 72–85.
- 28 Кайманова, Т.А. Экскурсия и квест-экскурсия: учебное пособие/ Т.А. Кайманова. Пенза: ОГЛММ, 2014. – 300 с.
- 29 Кабушкин, Н.И. Менеджмент туризма: учебник/ Н.И. Кабушкин. – 5-е изд., стер. – Минск: Новое знание, 2005. – 408 с.
- 30 Качмарек, Я. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 10103 «социально-культурный сервис и туризм», 10102 «Туризм»/ Я. Качмарек, А. Стасяк, Б. Влодарчик. – М.: – ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 480 с.
- 31 Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие/ А.Б. Косолапов. – М.: КноРус, 2016. – 294 с.
- 32 Максимова, Т.В. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие/ Т.В. Максимова, Е.С. Федяй. – Челябинск: УралГУФК, 2010. – 166 с.
- 33 Матюхина, Ю.А. Экскурсионная деятельность: учебное пособие/ Ю.А. Матюхина, Е.Ю. Мигунова. – М.: Альфа-М, Инфра-М, 2011. – 224 с.
- 34 Маринин, М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме/ М.М. Маринин. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 140 с.
- 35 Маркова, И.Д. Производственный туризм как инструмент маркетинга территории (на примере Белгородской области)/ И.Д. Маркова// Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 8-1. – С. 589–593.
- 36 Морозов, М.А. Экономика туризма: учебник/ М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова и др. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с.

37 Морозова, М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: учебник для студ.высш. учеб. заведений/ М.А. Морозова, Н.С. Морозов. – М.: Академия, 2005. – 240 с.

38 Пономарева, Т.В. Образовательный туризм: сущность, цели и основные сегменты потребителей/Т.В Пономарева// Проблемы современной экономики: материалы IV Междунар. науч.конф. (г. Челябинск, февраль 2015 г.). – Челябинск: Два комсомольца, 2015. – С. 139-143.

39 Радионова, Н.А. Сборник инструкций по технике безопасности для студентов и преподавателей туристских специальностей: сб. нормативных актов/ Н.А. Радионова. – Челябинск : Уральская Академия, 2012 . – 90 с.

40 Рубаник, А.Н. Технологии въездного туризма: учебное пособие/ А.Н. Рубаник, Д.С. Ушаков. – 2-е изд.,испр. – Ростов-на-Дону: Феникс; МарТ, 2010. – 377 с.

41 Скобельцына, А.С. Технология и организация информационно-экскурсионной деятельности: учебник для СПО / А.С. Скобельцына, А.П. Шарухин. – 2-е изд.,перераб. и доп. – М.: ИздательствоЮрайт, 2019. – 262с.

42 Скобельцына, А.С. Технологии и организация экскурсионных услуг: учебник для вузов/ А.С. Скобельцына, А.П. Шарухин. – 2-е изд.,перераб. – М.: Академия, 2013. – 175 с.

43 Тарханова, Н.П. Экскурсионное проектирование: учебное пособие/ Н.П. Тарханова. – Челябинск:УралГУФК, 2010. – 122 с.

44 Третьякова,Т.Н. Краеведение в региональном туризме: учебное пособие/ Т.Н. Третьякова. – Челябинск:УралГУФК, 2010. – 520 с.

45 Третьякова, Т.Н. Особенности проектирования горнолыжных туров в учебном процессе: монография /Т.Н.Третьякова. – Челябинск:УралГУФК, 2008. – 250 с.

46 Третьякова, Т.Н. Социокультурные предпосылки формирования туристской привлекательности Уральского региона: учебное пособие/ Т.Н.Третьякова, М.С. Локтева. – Челябинск: Урал ГАФК, 2003. – 36 с.

47 Третьякова, Т.Н. Инновации в туризме: учебное пособие/ Т.Н.Третьякова. – Челябинск:УралГУФК, 2009. – 180 с.

48 Хуусконен, Н.М. Практика экскурсионной деятельности/ Н.М. Хуусконен, Т.М. Глушанок. – СПб.: Герда, 2008. – 208 с.

49 Яковченко, Р.Н. Методика проведения экскурсий: Нюансы работы/ Р.Н. Яковченко// Мир экскурсий. – 2008. – № 2. – С. 27–30.

50 Янкевич, В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт/ В.С. Янкевича. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 416 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Технологическая карта экскурсии

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ЭКСКУРСИИ

Тема экскурсии «Производственная экскурсия по отелю «Юг»»

Продолжительность 4 ч.

Протяженность 20 (км)

Автор – разработчик Пашин Александр Владимирович

Содержание экскурсии – описание системы работы отеля «Юг»

Маршрут экскурсии – отель «Юг» и близлежащие помещения
в т.ч. варианты маршрута (летний, зимний)

Таблица А.1 – Маршрут экскурсии

Участки (этапы) перемещения по маршруту	Места остановок	Объект показа	Продолжительность мин.	Основное содержание информации	Указания по организации	Методические указания
Бизнес-центр	п. Небуг, ул. Весенняя, 8	Бизнес-центр	5-7 мин	Бизнес-центр является комплексом деловых услуг для успешной деятельности предприятий и фирм, обеспечивающий необходимые условия клиенту для работы и профессионального общения. В бизнес-центре выполняются работы по переводу, перепечатке документов, компьютерному обслуживанию.	Располагает группом возле бизнес-центра полукругом для более удобной передачи информации	Использовать прием предварительного осмотра

Окончание таблицы А.1

Участки (этапы) перемещения по маршруту	Места остановок	Объект показа	Продолжительность мин.	Основное содержание информации	Указания по организации	Методические указания
Музей отеля	Проезд до места проведения экскурсии	Музей отеля «Юг»	5-7 мин	Здесь слились в гармонии неизменная красота природы и присущее человеку стремление к переменам. Здесь можно не только хорошо отдохнуть, но и насладиться приятной атмосферой уюта и тепла, заглянуть в звёздное небо в зале музея, наполняющее душу всегда новым и всё более сильным чувством. Смена столетий нашла отражение, как в самом интерьере, так и в экспонатах музея.	Экскурсанты следуют за экскурсоводом в музей, располагаются полукругом для удобного восприятия информации	Прием зрительного восприятия, показа и рассказа.
Отель «Юг»	Отель «Юг»	Холл отеля, ресепшн, лобби-бар	5-7 мин	Система работы отеля, взаимодействие служб и персонала; Общее описание отеля; режим и система работы ресепшн; ранжирование должностей и характеристика штата сотрудников Front-office, функции бара в отеле; режим работы бара	Экскурсанты следуют за экскурсоводом по холлу, располагаются в зоне отдыха на диванах.	Использовать прием характеристики, объясняя принцип работы ресепшн и бара.
	Номерной фонд отеля		50 мин	Показ номеров: одноместный, двухместный, улучшенный, полулюкс и люкс.	Группа следует за экскурсоводом по этажам отеля	Использовать прием характеристики, для того чтобы объяснить детали

Окончание таблицы А.1

Участки (этапы) перемещения по маршруту	Места остановок	Объект показа	Продолжительность мин.	Основное содержание информации	Указания по организации	Методические указания
						разделения номеров на категории.
Кухня отеля	Ресторан		3 ч	Система работы ресторана и его сотрудников; режим работы ресторана в отеле	Располагаем группу в центре ресторана, далее проходим на кухню для подробного рассказа	Использовать прием комментирования, разъясняя экскурсантам смысл происходящего.

После осмотра последнего объекта, вся группа экскурсантов выходит в холл отеля. Далее экскурсовод раздает дополнительный материал, визитки отеля. Завершение экскурсии, трансфер экскурсантов до бизнес отеля.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Анкета

Анкета

Уважаемый посетитель отеля «ЮГ»!

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

Просим Вас потратить несколько минут на заполнение следующей анкеты.

Анкета полностью анонимна!

Контактные данные по желанию:

1) Знакомо ли Вам понятие производственная экскурсия?

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

2) Что, для Вас, должно совмещать производственная экскурсия?

- Конгрессно – выставочное мероприятие
- Тренинг
- Экскурсию
- Отдых

Свой вариант _____

3) На Ваш взгляд, какова оптимальная длительность тура?

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

4) Как Вы считаете, необходимо ли работодателям отправлять сотрудников в такие экскурсии?

– Да, обязательно

– Нет,

Свой вариант _____

5) С какой целью необходимо отправлять сотрудников на производственную экскурсию?

– Укрепление отношений с партнерами

– Путешествие в разные уголки Земли

– Отдых

– Повышение компетенции работников

Свой вариант _____

6) Вы бы отправились посетить производственную экскурсию?

– Да, было бы здорово

– Нет

Свой вариант _____

Благодарим Вас за участие в опросе. Удачного дня!

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Маршрут экскурсии

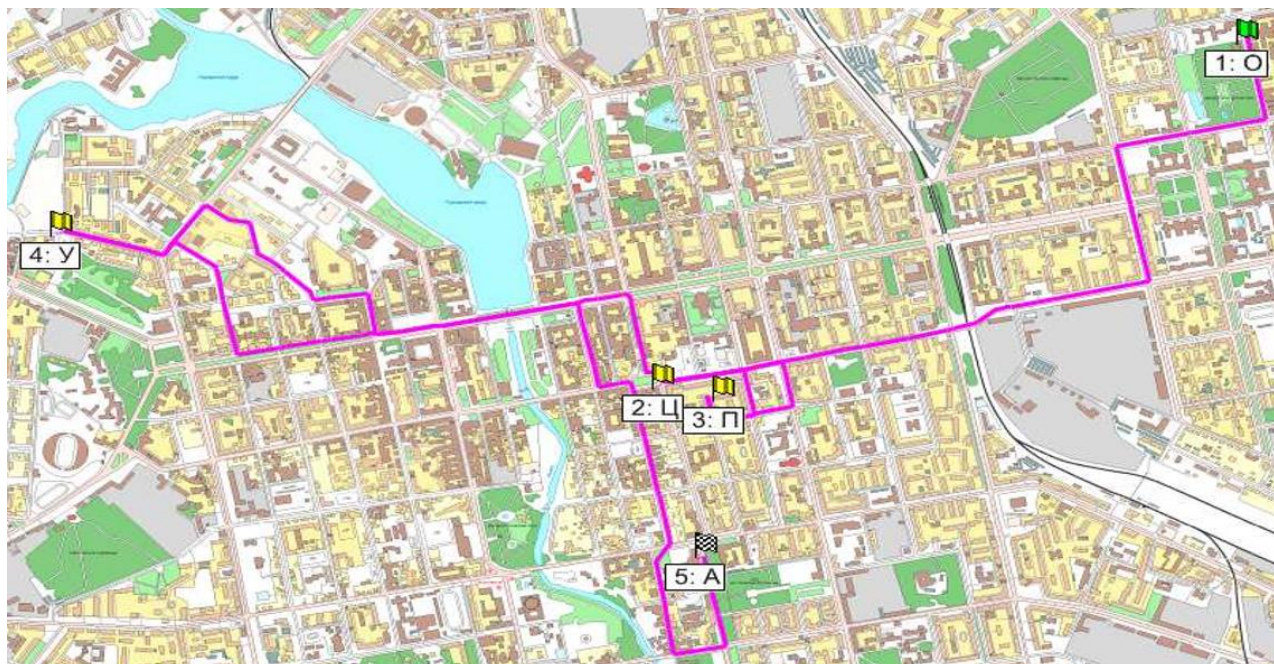


Рисунок В.1 – Карта маршрута:

- 1 – О – отель «ЮГ»;
- 2 – Ц – бизнес-центр;
- 3 – П – комплекс 2;
- 4 – У – ресторан;
- 5 – А – кафе.

ПРИЛОЖЕНИЕ Г
Расположение отеля

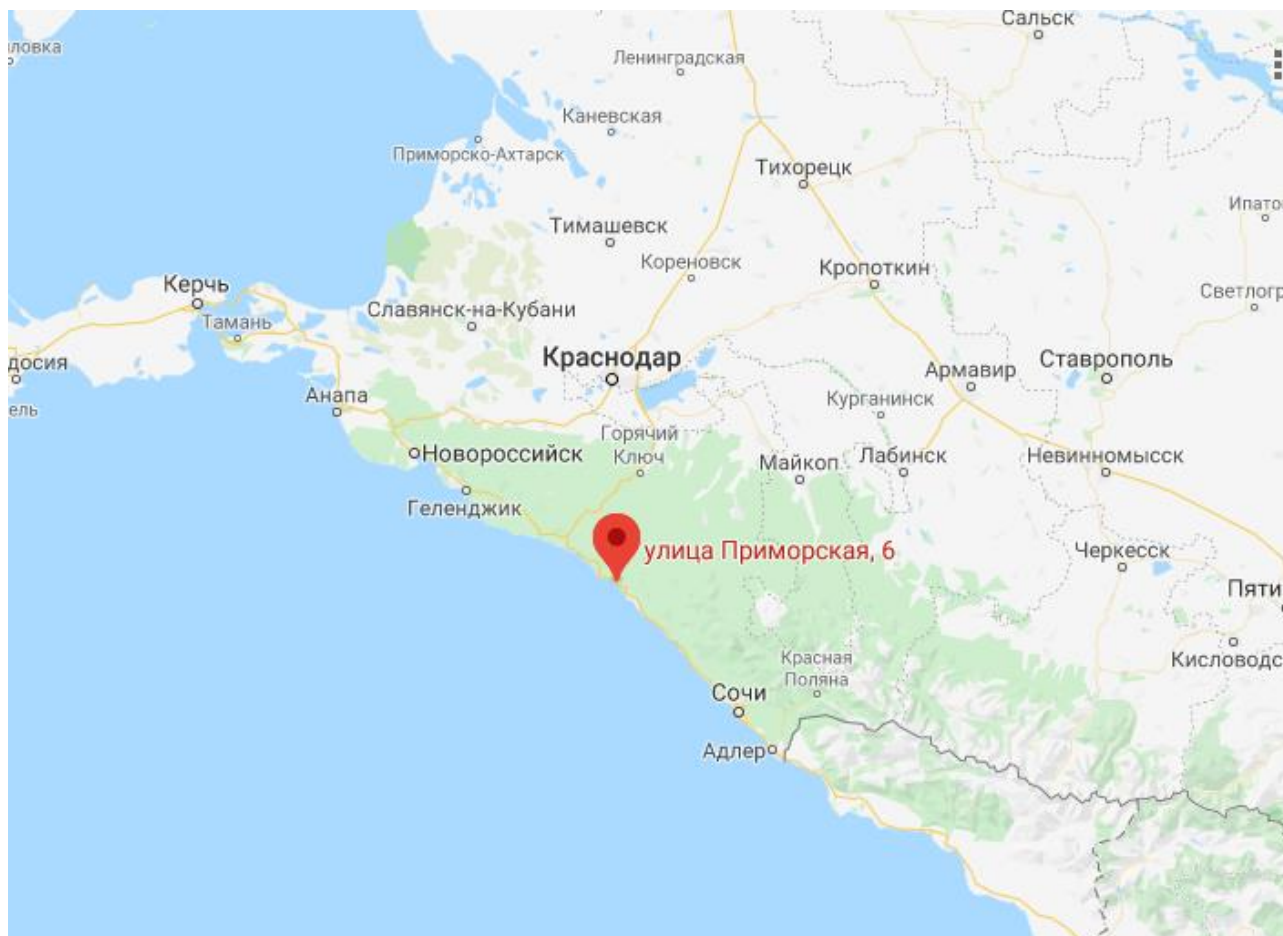


Рисунок Г.1 – Расположение отеля

ПРИЛОЖЕНИЕ Д
Плакат к экскурсии



Рисунок Д.1 – Плакат

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Карточка объекта

Таблица Е.1 – Карточка объекта

Учетная карточка	
Название	Отель «ЮГ»
Тип постройки	отель
Дата основания	1985г.
Статус	действующий
Современный адрес	Туапсинский район, п. Небуг, ул. Приморска, д.6
Краткое описание	Просторная территория представляет собой комплекс из двух четырехэтажных зданий. Всего 300 метров от берега Черного моря, одного из лучших пляжей Туапсинского района. Отель «ЮГ» отвечает требованиям современного туриста.
Изображение	

Таблица Е.2 – Карточка объекта

Учетная карточка	
Название	Бизнес-центр
Дата основания	1985г.
Статус	действующий
Современный адрес	Туапсинский район, п. Небуг, ул. Весенняя,8
Краткое описание	Бизнес-центр является комплексом деловых услуг для успешной деятельности предприятий и фирм, обеспечивающий необходимые условия клиенту для работы и профессионального общения.
Изображение	

Таблица Е.3 – Карточка объекта


Учетная карточка	
Название	Ресторан ЮГ
Дата основания	1985г.
Статус	действующий
Современный адрес	Туапсинский район, п. Небуг, ул. Весенняя,8
Краткое описание	Ресторан специализирован на классической русской и татарской кухн, большой выбор рыбы, птицы и мясных деликатесов.
Изображение	

Таблица Е.4 – Карточка объекта

Учетная карточка	
Название	Музей – «Времена года»
Дата основания	1985г.
Статус	действующий
Современный адрес	Туапсинский район, п. Небуг, ул. Весенняя,8
Краткое описание	В музее отеля располагаются старинная посуда, заслуги людей пос. Небуг, а так же старые предметы быта.
Изображение	

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

Контрольный текст

Экскурсия по отелю ЮГ

Правила поведения в отеле: экскурсанты не должны мешать работе отеля. Экскурсанты должны надеть бахилы, чтобы уважать труд сотрудников отеля. Протяженность экскурсии составляет 4 часа.

Подтема 1 – в музее отеля слились в гармонии неизменная красота природы и присущее человеку стремление к переменам. Здесь можно не только хорошо отдохнуть, но и насладиться приятной атмосферой уюта и тепла, заглянуть в звёздное небо в зале музея, наполняющее душу всегда новым и всё более сильным чувством, а смена столетий нашла отражение, как в самом интерьере, так и в экспонатах музея.

Подтема 2 – Отель был построен в 1985 году и принял первых гостей 1 октября 1985, это были инструкторы ЦК КПСС. Сейчас отель полностью соответствует европейским стандартам качества. Удобное расположение отеля, пляж находится в 10 минутах ходьбы, большой бассейн с прилегающей территорией. Имеется банкетный зал, сауна, бар, ресторан, магазин «сувениры», конференс-зал и бизнес-центр.

Подтема 3 – Номера отеля просторные и уютные, стены выкрашены в нежно голубом цвете, на окнах светлые шторы, полы покрыты мягкими темно-синими коврами, так же имеется холодильник, цветной телевизор, телефон с прямым выходом на междугороднюю и международную связь, ванная комната с ванной и санузлом. Номер категории полулюкс представлен в бежевой гамме. Его площадь составляет 30 кв. м., кровать имеет ширину 1,80 м, также присутствуют кресла и журнальный стол. Номер категории люкс выдержан в желтой гамме, а особый уют гостям создает обилие цветов. Площадь номера – 60 кв. м., кровать шириной – 1,80 м., имеется дополнительная мягкая мебель: кресла, диван, журнальный стол, телевизор с диагональю экрана – 72 см. Все номера оборудованы телевизором, телефоном с выходом на междугороднюю и

международную связь, доступом в Интернет, мини-баром со стандартным ассортиментом, феном, санузлом с душевой кабиной. В распоряжении гостей также следующие услуги: сейф, прачечная, заказ такси, бильярд. Всем гостям номерах предоставляется бесплатный завтрак – шведский стол.

Подтема 4– Бизнес-центр является комплексом деловых услуг для успешной деятельности предприятий и фирм, обеспечивающий необходимые условия клиенту для работы и профессионального общения. В бизнес-центре выполняются работы по переводу, перепечатке документов, компьютерному обслуживанию. Центр оснащается средствами телексной и факсимильной связи, видеоманитофонной и проекционной аппаратурой, так же отель предлагает услуги коференс-зала на 70 посадочных мест. Зал оснащен кондиционером; экраном, флипчартом с комплектом бумаги и маркерами, ТВ, видео, музыкальным центром, телефоном, возможностью доступа в интернет. Стоимость аренды конференц-зала 1100 руб./час.

Подтема 5 – Кухня отеля делется на пять зон. Зоны расположены таким образом, расположение всего оборудования и кухонной мебели таким образом, чтобы было удобно и функционально работать, порядок зоны идет слева на право. В первой зоне находятся «запасы» в этой зоне наличие объемного шкафа для хранения запасов сыпучих пищевых продуктов, соли, сахара, муки. Так же в этой зоне находятся холодильники. Вторая зона называется «хранение» эта часть кухонного гарнитура предназначена для удобного хранения всей кухонной утвари, от вилок и ложек, до сковородок и кастрюль. Зона три – зона «мойка». В составе этой зоны находится посудомоечная машина и, собственно, сама моечная раковина (мойка). В четвертой зоне «подготовка» в этой зоне подготавливают все продукты перед помещением их или в кастрюлю/сковороду, или в духовку/микроволновку. Именно здесь производится разделка птицы, рыбы, мяса. Пятая зона «приготовление пищи» это последний этап работы на кухне, здесь повара доделывают и отдают блюдо клиентам.