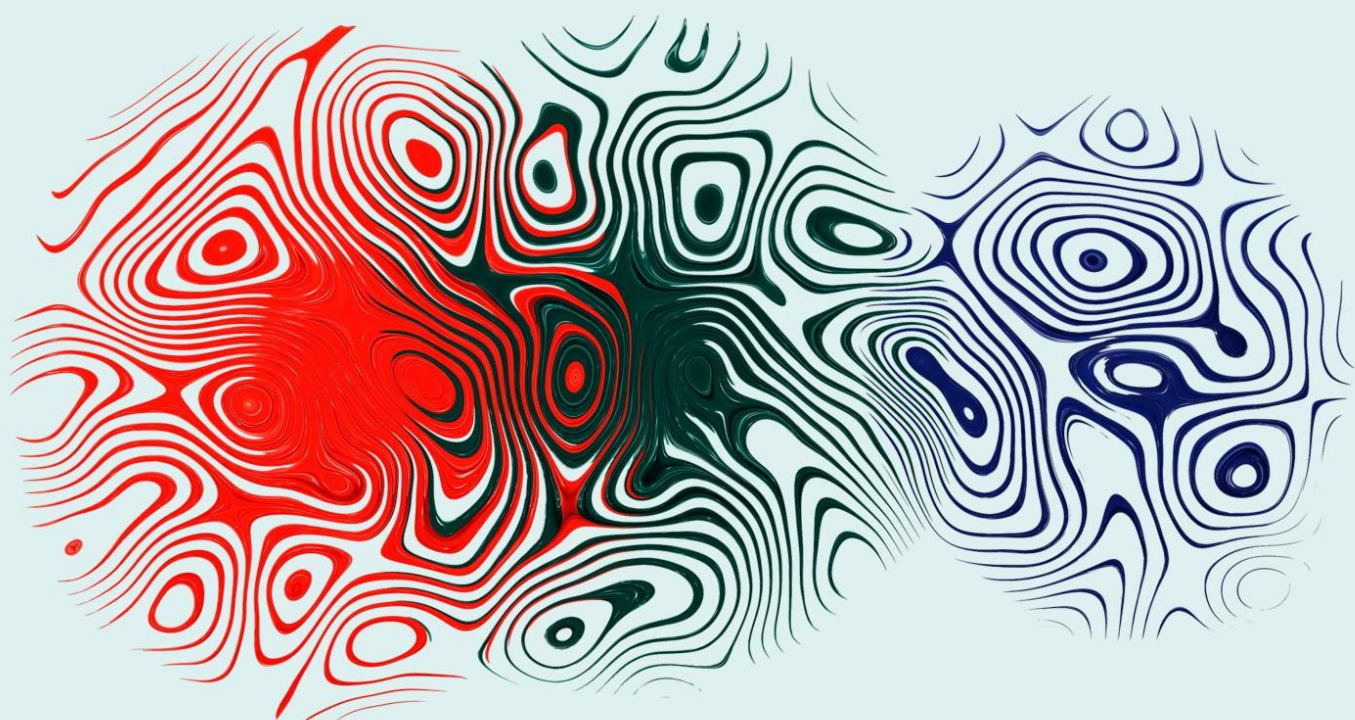


МИР народов

Серия: Наука и практика

№ 3 — июль 2017



mirnarodov.ru

Электронный журнал
Мир народов. Серия: Наука и практика

№ 3 — июль 2017 г.

Все статьи, публикуемые в журнале, рецензируются членами редакционного совета, а также привлеченными редакцией экспертами.

Журнал ориентирован на широкий круг ученых, специалистов-практиков, студентов, магистрантов и преподавателей, участвующих в научно-исследовательской работе.

Мнение авторов может не совпадать с мнением редакции.

Журнал основан в июне 2016 года.

Издание зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации: ЭЛ № ФС 77 - 66126 от 20.06.2016 (СМИ — «сетевое издание»).

Главный редактор журнала — **Борис Владимирович Космач**, директор РОО «Чистый Крым».

Издатель: РОО «Чистый Крым».

Место издания: Ялта, Республика Крым.

Выпуски журнала размещаются на сайте <http://mirnarodov.ru>

E-mail редакции: nauka@mirnarodov.ru

При оформлении обложки по публичной лицензии «Creative commons CC0» (pixabay.com) использована работа художника Bluebudgie.

Бекирова Эльмира Шевкетовна — кандидат педагогических наук, доцент, заведующая кафедрой истории, краеведения и методики преподавания истории Гуманитарно-педагогической академии (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского» в г. Ялта

Бекиров Сервер Нариманович — кандидат политических наук, доцент, кафедра философии и социальных наук Гуманитарно-педагогической академии (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского» в г. Ялта

Береснев Андрей Анатольевич — кандидат педагогических наук, доцент, директор Института филологии, истории и искусств Гуманитарно-педагогической академии (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского» в г. Ялта

Вишневский Владимир Анатольевич — кандидат педагогических наук, доцент, кафедра педагогики и управления учебными заведениями, председатель Совета молодых ученых Гуманитарно-педагогической академии (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского» в г. Ялта

Вишневский Сергей Анатольевич — кандидат педагогических наук, доцент, кафедра истории, краеведения и методики преподавания истории Гуманитарно-педагогической академии (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского» в г. Ялта

Новиченкова Наталья Георгиевна — кандидат исторических наук, доцент, Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского» в г. Ялта

Одаренко Татьяна Евгеньевна — кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и туристского бизнеса Института экономики и управления Гуманитарно-педагогической академии (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского» в г. Ялта

Пономарева Екатерина Валериевна — кандидат филологических наук, доцент, кафедра иностранной филологии и методики преподавания Гуманитарно-педагогической академии (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского» в г. Ялта

Попов Максим Николаевич — кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой здоровья и реабилитации Гуманитарно-педагогической академии (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского» в г. Ялта

Разбеглова Татьяна Павловна — кандидат философских наук, доцент, заведующая кафедрой философии и социальных наук Гуманитарно-педагогической академии (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского» в г. Ялта

Рындач Марина Алексеевна — кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и туристического бизнеса, руководитель образовательной программы направления подготовки «Туризм» Института экономики и управления гуманитарно-педагогической академии (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского»

Гуменюк Андрей Юрьевич — младший научный сотрудник Алупкинського дворцово-паркового музея-заповедника дворец-музей Александра III в Массандре

Содержание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Романова Н. А.

Перспективы развития экономики туризма как науки 2

Столяренко А. В., Солуянова А. М.

Виды информационно-коммуникационных технологий туристского предприятия
и перспективы их развития в Российской Федерации 7

Шахназарян Б. А.

Исследование особенностей управления качеством на предприятиях туристско-
рекреационной сферы на примере гостиницы «Арзамас» 13

Тельных В. С.

Исследование организации труда в гостинице «Арзамас». Выявление проблем и
рекомендации по их решению 16

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК: 338.48

Романова Н. А.

студент, Крымский федеральный университет
им. В. И. Вернадского

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ТУРИЗМА КАК НАУКИ

В статье рассмотрено развитие экономики туризма как науки от предпосылок и начала ее развития до выявления основных перспектив развития. Рассмотрены основные проблемы развития экономики туризма и выявлена наиболее существенная — загрязнение окружающей среды. Среди основных перспектив развития экономики туризма выделены таким направления как развитие высококвалифицированных специалистов на всех уровнях туризма, а также развитие инновационной сферы туризма и ее финансирования со стороны органов государственной власти.

Ключевые слова: экономика туризма, экотуризм, статистика туризма, инновационное развитие.

Актуальность темы развития экономики туризма как науки обусловлена множеством фактором. Главным и ключевым фактором является устойчивое развитие индустрии туризма, характеризующееся экономическими показателями с возможностью анализа динамики данных показателей. Экономика туризма сравнительно новая наука и активное ее изучение началось только 50 лет назад.

Благодаря экономике туризма можно не только найти пути рационального использования ресурсов, снижение загрязнения окружающей среды, но и планировать дальнейшее развитие индустрии туризма в долгосрочной перспективе с одновременным социально-экономическим развитием государства в целом. Возможность влияния экономики туризма на экономику страны связана с тем, что туристская индустрия прямо или косвенно связана со всеми экономическими сферами деятельности.

Раскрытие темы перспектив развития экономики туризма в данной статье будет осуществляться по плану, который подразумевает раскрытие следующих вопросов:

1. Предпосылки развития экономики туризма как науки;
2. Экономика туризма на современном этапе развития;
3. Проблемы развития экономики туризма;
4. Перспективы развития экономики туризма.

Туризм с конца XX века стал массовым явлением и развивается стремительными темпами. Туристская индустрия является выгодной сферой инвестирования, как для опытных, так и для молодых предпринимателей, ранее не занимающихся предпринимательской деятельностью. На первый взгляд, развитие туризма привлекает молодых предпринимателей кажущейся легкостью, однако на практике возникает множество нерешенных вопросов, которые тормозят развитие конкретной организации, и оказывает влияние на развитие туристической индустрии в целом.

Ранее туризму не придавалось особого значения, и он не воспринимался как важная сфера экономической деятельности страны в связи с низкой производственной активностью. С течением времени происходило стремительное развитие туристской индустрии и усиливалось его экономическое значение. Это привело к тому, что в 1980-х годах возникло понимание взаимосвязи туристской индустрии с другими как экономическими, так и социальными сферами деятельности. Туристская индустрия располагает солидной

материально-технической базой, обеспечивает занятость большого числа людей и взаимодействует со всеми отраслями экономического комплекса¹.

В этот период экономисты стали обращать внимание на возможность влияния туризма на развитие национальной и мировой экономик, что оказало свое влияние на формирование экономики туризма как науки.

Одними из первых экономические исследования в туризме стали проводить такие страны, как Канада, Австрия, Испания, Франция, Великобритания, Швеция, Соединенные Штаты Америки. Указанные страны также разрабатывали отчеты об экономическом вкладе туризма в мировую и национальную экономику.

Экономика туризма является сравнительно молодой наукой, так как активное ее изучение происходит в последние 50 лет. Однако количество ученых, занимающихся экономическими исследованиями в сфере туризма, значительно ниже количества ученых из других экономических сфер деятельности.

Серьезное изучение экономики туризма началось в середине 1960-х годов с книги М. Клоусона и Дж. Клетча (Clawson M. and Knetsch J.L., 1966) по экономике отдыха на природе. Грэй (Gray H.P.) опубликовал книгу о взаимосвязи между международными поездками и торговли в 1970 году².

Стремительно развитие туристской индустрии привело к тому, что во второй половине 1990-х годов на рынке туристических услуг резко обострилась конкуренция. Оказалось, что иностранные компании предоставляют туристические услуги с более высоким сервисом, более достоверной информацией о своих возможностях, что повлияло на невозможность российского туризма конкурировать с иностранным ни по уровню обслуживания, ни по уровню цен.

Актуальными стали вопросы развития высококвалифицированного кадрового потенциала российской туристской индустрии, которые способны принимать обоснованные и грамотные экономические решения на всех уровнях управления туризмом. В связи с этим получение профессиональных экономических знаний, навыков и компетенций является необходимым условием подготовки кадров для сферы туризма.

Все это, безусловно, оказало огромное влияние на развитие экономики туризма в России. Экономика туризма — это научная дисциплина, которая изучает систему экономических отношений, возникающих по поводу производства, распределения и потребления туристских продуктов и услуг.

Развитие экономики туризма на современном этапе направлено на получение данных для определения экономических показателей развития туризма с помощью статистики. К таким данным необходимо отнести изучение платежеспособного спроса и возможность его прогнозирования, изучение ценообразования в туризме и другое.

Принятые в 2008 году международные рекомендации по статистике туризма оказали значительное влияние на развитие экономики туризма как науки. В таблице 1 отражены основные показатели экономической статистики и значения указанных показателей. Актуальные показатели эффективности деятельности туризма ежегодно отражаются на официальном сайте Федерального агентства по туризму.

Как было отмечено ранее актуальными вопросами экономики туризма является развитие высококвалифицированного кадрового потенциала российской туристской индустрии. Это связывает экономику туризма и систему высшего образования в Российской Федерации, где осуществляется подготовка специалистов в туриндіустрию, а именно: маркетинг в туризме, менеджмент в туризме, финансирование туризма. Все научные достижения экономики туризма находят свое отражение в образовательной системе России.

¹ Боголюбов В.С. Экономика туризма. — Издательство: Академия, 2005 г. — 311с.

² Экономика туризма : учебник / М.А.Морозов, Н.С.Морозова, Г.А. Карпова, Л.В.Хорева. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 320 с.

Таблица 1. Экономическая статистика туризма

Показатель	Значение
Общее количество туристов	Общее число туристов измеряется количеством человек, которые приняли участие в путешествиях
Количество туродней	определяется путем умножения общего количества туристов на среднюю продолжительность (в днях) пребывания одного туриста в стране (регионе)
Величина туристских расходов	определяется путем умножения количества туродней на средние расходы
Коэффициенты неравномерности	определяется путем деления максимального значения туродней на минимальное значение
Мощность коечного фонда	$M_k = K_g \cdot 365 + K_s \cdot t_c$ где M_k — общее количество койко-мест, ед.; K_g — число койко-мест круглогодичного использования; K_s — число койко-мест сезонного использования, ед.; t_c — число дней сезонного использования, дней

Развитие экономики туризма находит свое отражение в росте экономических показателей страны, ее социально-экономическому развитию. Однако, практическое применение неконтролируемого роста туризма, целью которого является максимизация получения прибыли, может привести к ряду негативных последствий. К таким последствиям следует отнести нанесение ущерба окружающей среде, местному населению, что в конечном итоге приводит к разрушению основы функционирования и развития туризма.

Представления о возможности практически неограниченного хозяйственного роста были опровергнуты известными американскими учеными Деннисом и Донеллой Медоузами в исследовании 1972 г. «Пределы роста». На основе компьютерного моделирования было показано, как экономический рост может повлиять на будущее человечества, если уровень использования ресурсов и загрязнения окружающей среды будет оставаться таким же³.

Двенадцать сценариев, приведенных в «Пределах роста», показывают, как рост численности населения и потребления природных ресурсов соотносится с различными пределами⁴. На практике сценариев развития человечество может быть значительно больше чем 12.

Согласно сценариям развития человечества по учению «Пределы роста» наиболее реализуемым сценарием является «Мягкое» ограничение рождаемости, ограничение капитальных инвестиций и контроль загрязнений, который в перспективе к 2100 году приведет к плавной стабилизации населения с последующим достижением средне-высокого уровня потребления.

Как уже было отмечено бесконтрольный рост туристской индустрии приводит к ряду проблем. В развитии экономики туризма можно выделить такие основные проблемы, согласно М.А.Морозову и Н.С.Морозовой:

- 1) Развитие и поддержание устойчивой долгосрочной экономики туризма, в рамках которой будут учитываться все негативные последствия стремительного развития туризма с целью получения прибыли;
- 2) Эффективное распределение редких и ограниченных туристских ресурсов в сочетании с инструментами их использования, ценовых особенностей и др.
- 3) Проблема роста или развития экономики туризма.

³ Экономика туризма : учебник / М.А.Морозов, Н.С.Морозова, Г.А. Карпова, Л.В.Хорева. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 320 с.

⁴ Пределы роста: 30 лет спустя / Д. Х. Медоуз, Й. Рандерс, Д. Л. Медоуз ; пер. с англ. Е. С. Оганесян ; под ред. Н. П. Тарасовой. — М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. — 358 с.

4) Проблема справедливого распределения туристского производства или туристского дохода.

Проблемы, указанные выше можно решить с помощью механизмов туристского рынка, а именно рационального распределения ресурсов, доходов, развития и увеличения устойчивой экономики туризма.

Наиболее существенной является проблема загрязнения окружающей среды. В настоящее время в Российской Федерации и мире идет активная деятельность по охране окружающей среды. Только в Российской Федерации в 2012–2015 годах было направлено инвестиций 0,7% от ВВП страны на охрану окружающей среды, что в фактических ценах составляет приблизительно 400 000 550 000 млн. руб. Статистика за 2005–2015 годы представлена на рисунке 1.

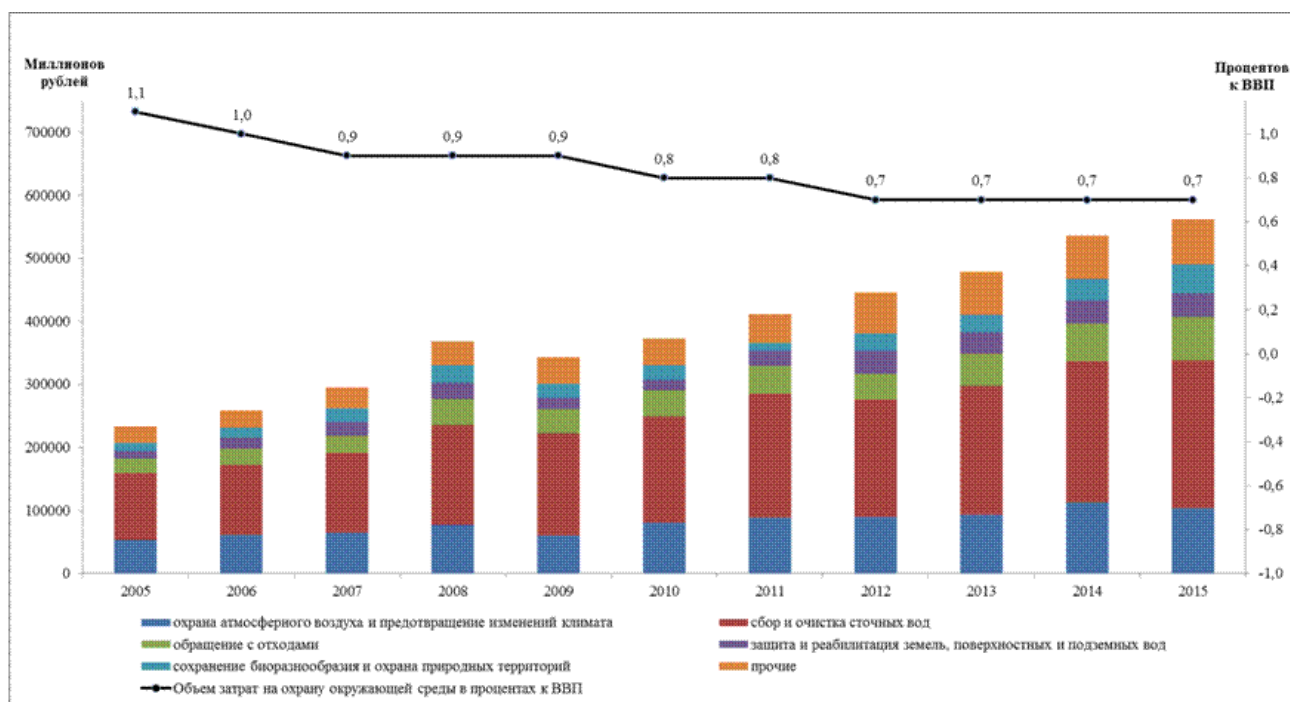


Рисунок 1. — Динамика затрат на охрану окружающей среды в РФ

Загрязнение окружающей среды происходит из-за транспортных выбросов, выбросов мусора, сточных вод, эрозии берега, разрушение естественных областей, таких как леса, озера, горные склоны. Однако, это не полный перечень негативных последствий туризма для окружающей среды. Туристический поток отрицательно влияет на биоразнообразие природных территорий, большинство туристов во время активного отдыха сжигает большое количества дерева.

Одним из современных методов решения вопроса загрязнения окружающей среды, вследствие увеличения туристического потока, является экологический туризм. Экологический туризм — это все формы туризма, при которых главной мотивацией туристов является наблюдение и общение с природой, и которые способствуют сохранению окружающей среды и культурного наследия, оказывая на них минимальное развитие⁵.

Кроме экологического туризма в больших городах можно наблюдать развитие таких видов туризма как конгрессно-деловой и культурный туризм.

Основными принципами, на которых основывается экологический туризм является то, что часть доходов, полученных от обслуживания туристов, остается на местах и

⁵ Экономика туризма : учебник / М.А.Морозов, Н.С.Морозова, Г.А. Карпова, Л.В.Хорева. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 320 с.

направляется на охрану природы, туристская поездка организовывается с исследовательскими целями, неукоснительно соблюдаются природоохранные требования.

Сохранение окружающей среды в рамках развития туристской индустрии является одним из перспективных направлений экономики туризма. Важную роль в котором должны занимать инновационные технологии для ускоренного темпа достижения устойчивого экономического развития туризма.

Инновационное развитие туристской индустрии позволит достичь максимально возможного качественного уровня обслуживания и развития туризма. Поэтому в дальнейшем одними из направлений экономики туризма в обязательном порядке должны стать развитие высококвалифицированных специалистов на всех уровнях туризма, а также развитие инновационной сферы туризма и ее финансирования со стороны органов государственной власти.

Развитие инновационной сферы экономики туризма позволит разработать новые технологии, позволяющие сократить ущерб от использования природных ресурсов туристическим потоком, а также снизить загрязнение окружающей среды.

По мнению автора статьи, главным перспективным развитием инновационного туризма должен стать поиск возможностей рационального использования существующих освоенных территорий и максимальное сохранение нетронутых земель. Также с целью сохранения естественных областей природы (леса, озера), органами государственной власти должны в строгом порядке контролироваться процессы расширения туристических территорий и восполнение утраченных природных областей, то есть высадка деревьев, вывод мусора и др.

Резюмируя можно сказать, что экономика туризма как наука имеет огромное значение для развития не только туризма, но и всей экономики страны, так как развитие туристской индустрии в разной степени оказывает влияние на все сферы экономической деятельности. Основным перспективным направлением развития экономики туризма должно стать снижение влияния туристического потока и деятельности туристических организаций на окружающую среду. В настоящее время в Российской Федерации 0,7% инвестиций от ВВП направляется на снижение загрязнения окружающей среды, однако дальнейшее загрязнение окружающей среды в том темпе, который есть сейчас приведет к росту затрат на восстановление природных ресурсов и невозможности восстановления части природных объектов.

Литература

1. Боголюбов В.С. Экономика туризма. — Издательство : Академия, 2005 г. — 311 с.
2. Предмет экономики туризма [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kukiani.ru/index.php?page=content&subpage=s&r=5&p=6&s=9>
3. Экономика туризма : учебник / М.А.Морозов, Н.С.Морозова, Г.А. Карпова, Л.В.Хорева. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 320 с.
4. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. URL: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-pokazateli-vzaimnykh-poezdok-grazhdan-rossiyskoy-federatsii-i-grazhdan-inostrannykh-gosudarstv/>
5. Экономика туризма : учебник / М.А.Морозов, Н.С.Морозова, Г.А. Карпова, Л.В.Хорева. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 320 с.
6. Пределы роста: 30 лет спустя / Д. Х. Медоуз, Й. Рандерс, Д. Л. Медоуз; пер. с англ. Е. С. Оганесян ; под ред. Н. П. Тарасовой. — М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. — 358 с.
7. Чебаненко А. С., Столяренко А. В. Методы анализа внешнего окружения предприятия туристско-рекреационной сферы // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2017. — № 2 (февраль). — С. 55–63. — URL: <http://e-koncept.ru/2017/170034.htm>.
8. Столяренко А. В., Подколзина М. В. Организационная культура как механизм повышения эффективности деятельности предприятия // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2017. — № 1 (январь). — С. 122–128. — URL: <http://e-koncept.ru/2017/170017.htm>.

УДК: 65:004

Столяренко А. В.

к.э.н., доцент кафедры менеджмента и туристского бизнеса
Гуманитарно-педагогической академии (филиал в г. Ялте)
ФГАОУ ВО «Крымский Федеральный университет имени В. И. Вернадского»

Солуянова А. М.

21 МН, Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
Гуманитарно-педагогической академии (филиал в г. Ялте)
ФГАОУ ВО «Крымский Федеральный университет имени В. И. Вернадского»

ВИДЫ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ РАЗВИТИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье рассмотрены основные виды информационно-коммуникационных технологий, используемые предприятиями туристской сферы. Выявлены основные проблемы в применении информационно-коммуникационных технологий туристскими предприятиями, а также обозначены перспективы их развития.

Ключевые слова: информационные технологии, туристское предприятие, развитие.

Stolyarenko A.

Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor, Management
and Tourism Business Department,
Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky
alyonastolyarenko@gmail.com

Soluyanova A.M.

21 MN, Student of 21 MN groups
Direction of training 38.03.02 "Management"
Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky

KINDS OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES OF TOURISTIC ENTERPRISE AND PROSPECTS FOR THEIR DEVELOPMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION

The article considers the main types of information and communication technologies used by tourism enterprises. The main problems in the use of information and communication technologies by tourist enterprises have been identified, as well as the prospects for their development.

Key words: information technologies, tourist enterprise, development.

На современном этапе развития технологий, социума и экономики, увеличения спроса на туристские услуги, существенным условием повышения уровня конкурентоспособности предприятий туристической деятельности, выступают современные информационно-коммуникационные технологии. Их использование позволяет турфирмам и предприятиям, предоставляющим временное размещения, в кратчайшие сроки обслужить клиента, предоставив ему большой перечень услуг. Качество предоставляемых услуг, доступность информации по авиаперелетам, транспортным средствам, предприятиям, предоставляющим временное проживание, бронирование необходимых для туриста услуг и мест. Все

вышеперечисленное увеличивает спрос на туристские предприятия. Современные информационно-коммуникационные технологии дают широкий выбор возможностей для предприятий по повышению их конкурентоспособности и эффективной деятельности.

Актуальность данной темы определяется тем, что информационно-коммуникационная среда в туристическом предприятии повышает уровень конкурентоспособности организации и обеспечивает упрощение работы персонала. Внедрение автоматизированных систем управления осуществляется с использованием современных информационных программ. Каждое предприятие старается обеспечить себя данными с программными продуктами и компьютерными системами.

Целью данной темы является исследование видов информационно-коммуникационных технологий на туристических предприятиях и перспективы их развития.

Информационные технологии, которые также называют информационно-коммуникационные технологии или ИТ, представляют собой способы и процессы поиска, сбора, хранения и обработки данных, и ее предоставление клиентам, а также способы реализации таких средств (№ 149-ФЗ) [6].

Другими словами, можно сказать, что это способы и методы применения средств при выполнении функций по сбору, обработке и хранению, передачи и использования различных (ГОСТ 34.003-90) [7].

В свою очередь, информация представляет собой сведения и знания, в практической деятельности, влияющие на процессы принятия решений и управление предприятия в целом. Потребителю услуг предоставляется независимость по нахождению и использованию информации, что помогает выбрать подходящий для него вариант. Важнейшим свойством информации является то, что она по своей природе не является физическим объектом. В связи с этим ее получение, хранение, передача и обработка осуществляются при малом потреблении энергии и вещества.

Информационные коммуникации включают в себя процессы, которые передают информацию. К таковым относятся: печатные коммуникации, когда предоставление информации происходит через книги, брошюры, журналы, газеты и так далее. Театры и залы для концертов, а также другие похожие места, определяют аудиторные коммуникации. Видео коммуникации включают в себя телевидение, кинематограф. Аудио коммуникации связаны с радио и телефонами. Компьютерные коммуникации являются универсальными, обеспечивающие передачу информации на компьютерные программы с помощью жестких, гибких и лазерных дисков, флешек, а также с помощью современных технологических средств, то есть компьютеров [2, с. 6].

Компьютерные коммуникации позволяют быстро передавать информацию в любую точку мира. Для этого компьютеры объединяются между собой в среду, которая называется компьютерные сети.

Компьютерная сеть представляет собой систему взаимосвязанных компьютеров, предназначенных для передачи, хранения и обработки информации с целью ее дальнейшего использования [1, с. 13].

В свою очередь информационно-коммуникационная среда, как главная составляющая исследования представляет собой совокупность обстоятельств, обеспечивающих реализацию работы пользователя с информационными ресурсами при помощи интерактивных средств информационных технологий, которые взаимодействуют с ним как с личностью информационного общения. Информационно-коммуникационная среда включает: связи между информацией, средства и технологии по ее сбору, накоплению и обработки, распространения информации, средства воспроизведения информации. Информационно-коммуникационную среду создает общество людей и функционирует в ней, видоизменяет, а также совершенствует ее [2, с. 5].

Информационные технологии, как основа функционирования туристического предприятия имеют следующие характерные черты:

- обладают неограниченным характером;
- способствуют эффективной работе туристической сферы путем упрощения и расширения доступа к информации, устранения преград для новых участников, что приводит к появлению множества покупателей и продавцов;
- распространены во всем мире, благодаря этому огромное количество информации хранится и предоставляется для доступа большинства людей;
- ускоряют процесс инновации, позволяя быстрее и экономичнее обрабатывать колоссальные объемы информации и сокращать время, необходимое для разработки новых товаров и услуг [5, с. 20].

Плюс ко всему важно отметить, что информационные технологии и системы, применяемые в туристской среде, являются важным инструментом мотивации к труду [4]. Это объясняется тем, что современный специалист в сфере туризма считает неотъемлемым процесс информатизации всех внутрифирменных «движений», будь то документооборот, или же это движение информации между субъектами туристского рынка.

Выделяют следующие виды информационных технологий в функционировании туристского предприятия:

1. Информационные технологии для обработки данных. Они требуются для того, чтобы решить ряд задач, которые имеют необходимые данные и другие процессы их обработки. Такие технологии используются, персоналом невысокой квалификации с целью автоматизации постоянно повторяющихся процессов в ежедневном использовании.

2. Информационные технологии для управления. Такие технологии необходимы для получения информации работникам предприятия, которые принимают управленческие решения. Они оценивают предстоящее состояние деятельности объекта, оценка отклонений полученного результата от плановых показателей, выявление причин отклонения, анализ возможных мероприятий.

3. Автоматизация офиса. Такая информационная технология необходима для обеспечения персонала необходимой информацией, поддерживает коммуникационные процессы как внутри предприятия, так и с внешней средой с помощью компьютерных сетей.

В связи с быстрым развитием информационных технологий, телекоммуникаций и электронной торговли, большинство туристских предприятий в середине 1990-х годов стали активно использовать сеть интернет в своей деятельности. Он позволяет туристским предприятиям, без значительных затрат получить доступ к потребителям с целью передачи необходимой информации о предлагаемых продуктах и услугах. Так же это помогает предоставлять потенциальному клиенту подробную информацию о товарах и услугах, а также мгновенно принимать заявки клиентов и производить бронирование на необходимые услуги. Ведение бронирования и продаж через сеть интернет помогает предприятиям сократить затраты на печатные носители [2].

В момент продажи туристская услуга является не более чем информационным продуктом об услугах, которые будут предоставлены клиенту при их приобретении. В данный момент происходит конкурентная борьба среди предприятий на туристском рынке за доверие клиента к предоставляемой информацией для него, а также цены и качества.

Поставщики туристских услуг (к ним относятся: средства размещения, места питания, транспортные компании и другие) связывались с клиентами через посредников: туроператоров, турагентства, гостиничные сети, системы онлайн бронирования. В наше время также появились виртуальные посредники, к которым относятся: сайты средств размещения, авиакомпаний, туристских фирм. Такие современные информационные технологии позволяют потенциальному клиенту получить необходимую информацию и произвести заказ услуг с учетом их пожеланий, без участия туристических фирм.

Использование операций онлайн позволяет туристической фирме приобрести новый сегмент рынка с большим количеством потребителей, а предприятию поможет сэкономить времени при работе с клиентами. Тем не менее, в Российской Федерации приобретение туров

осуществляются при личном контакте покупателя и туристской фирмы. В данный момент переключение российского турбизнеса на онлайн сейчас не может быть осуществлен в связи с отсутствием отчетливой законодательной базы в этой сфере, низким уровнем развития рынка, отсутствием достаточного опыта клиентов, отсутствие возможности произведения оплаты услуг кредитной картой и обезопасить клиента от всевозможного рода мошенничеств [5].

Таким образом, рост применения информационных технологий в сфере туризма объясняется характерными чертами туризма:

- туризм — разнообразная и объединенная продажа услуг;
- туризм — это комплексная услуга;
- туризм — услуга, насыщенная информацией.

Традиционно индустрию информационных услуг (информационную сферу) туризма образуют следующие составляющие:

1. Информация. Это связующий элемент туристкой деятельности, удерживающее аналогичных производителей в рамках туристической отрасли. Это происходит из-за того, что рынок туристической деятельности связан с описанием и изображениями мест для туриста, предоставлением информации различного рода, ведь ее приобретают туристы различных городов и стран.

2. Пользователи (потребители) информации. Они представляют собой туристов, средства размещения, турфирмы, морские и железнодорожные фирмы, авиакомпании, фирмы по аренде автомобилей и другие.

3. Информационные ресурсы. К таковым принято относить: базы данных по фирмам разных стран, маршрутам, транспортной инфраструктуре и средствам размещения туристов.

4. Поставщики (владельцы) информации и ресурсов. Информационные услуги в туризме предоставляют турагентства.

5. Информационные системы. Такими системами выступают информационные технологии, то есть фиксированные научные знания и практический опыт, позволяющий организовать любой часто повторяющийся информационный процесс [3].

В современной среде туристических предприятий и в любой сфере деятельности в полном объеме используются информационные технологии. Туристические агенты и туроператоры без компьютерных систем бронирования не смогут выполнить ежедневную работу по управлению турами и бронированию на предприятиях. Компьютерные системы бронирования играют важную роль в туристической отрасли. Системы резервирования предоставляют потребителям место проживания в отелях, авиабилеты, информацию о средствах размещения и расположенные рядом достопримечательности, курсы валют, сообщения о погодных условиях и транспорте. Данные системы позволяют бронировать все от мест в отелях и авиаперелетов до билетов в театр и другие места развлечения. Туристские агенты, в свою очередь, имеют доступ к информации о наличии возможных услуг, их стоимости и качестве, времени прибытия и отправления транспорта. Также агенты туристических компаний могут поддерживать контакт с базами данных для того, чтобы осуществить и подтвердить заказ.

На рынке всемирного туризма, компьютерные системы пользуются наибольшей популярностью, к ним относятся: Amadeus, Worldspan, Galileo. В данный момент в Российской Федерации и странах СНГ (без учета Украины) функционирует 220 терминалов системы Amadeus. Средний объем резервирования около 35 тысяч сегментов в месяц. Worldspan считается самой постоянно совершенствующейся системой бронирования во всем мире. В России же она существует всего несколько лет, но уже подписчиками данной программы являются 128 агентств, которые есть почти во всех регионах Российской Федерации и объем составляет около 16 тысяч сегментов в месяц, что в 2 раза меньше, чем у программы Amadeus.

Также лидирующей системой бронирования в мире является Galileo, которая до сих пор не имеет в России своего представительства, но имеет несколько агентств. Чаще всего это представители зарубежных туристических компаний и совместные организации. Galileo является одной из самых ведущих программ бронирования в техническом отношении, так как она первая представила версию по резервации.

В Российской Федерации существуют отечественные системы бронирования различных сфер деятельности. Система «Сирена» необходима для бронирования авиабилетов, «Система Ключ» для бронирования номерного фонда в средствах размещения. Для работы с данной системой необходимо иметь компьютер и интернет соединение.

Системы по бронированию «Сирена» и «Габриэль» применяются для заказа туров, но к ним не относится турпакет. «Continent-Ant» является первой системой российского производства для компьютерного резервирования туристических путевок, отелей и их услуг, авиаперелетов. Система «Continent-Ant» необходима для коллективной работы фирм, формирующих турпакет с собственной сетью турагентств, находящихся в любой точке Российской Федерации. Система «Continent-Ant» дает возможность туристическому агенту быстро получить точную информацию для бронирования, оформить заявку и получить подтверждение о ее выполнении. Это практически единственная российская работающая система бронирования туристических продуктов онлайн в настоящее время.

Фирма «1С» также является российской компанией, которая специализируется на поддержке и разработке компьютерных программ и баз данных делового и домашнего назначения. Из собственных разработок фирмы «1С» наиболее известны программы системы «1С: Предприятие», а также продукты для домашних компьютеров и образовательной сферы. Система программ предназначена для автоматизации управления и учета на предприятиях различных отраслей и включает в себя решения для автоматизации и, (для этого существует программа «1С: Бухгалтерия»). Данная программа охватывает различные отделы предприятия и является очень популярной в использовании организациями.

Таким образом, в процессе исследования были выявлены такие виды информационно-коммуникационных технологий туристских предприятий, а именно: информационные технологии для обработки данных, управления, автоматизации офиса. Проанализированные виды, а конкретно их применения в условиях туристского офиса позволяют сделать следующий вывод о том, что использование автоматизированных систем управления намного сократит время работы сотрудников отделов предприятий. Потребитель услуг сможет быстро заказать себе номер, тур или получить другие услуги за короткий промежуток времени.

На современном этапе развития и всепоглощающего проникновения информационно-коммуникационных технологий в функционировании туристских предприятий, а именно: «1С», «Amadeus», «Worldspan», «Galileo», «Сирена», «Габриэль», «Система Ключ», «Continent-Ant» и так далее. Работа на предприятиях туристской отрасли благодаря таким программам будет осуществляться легче и намного эффективнее. Так туроператоры и предприятия по предоставлению временного проживания могут с помощью компьютерной системы бронирования сделать свой бизнес более конкурентоспособным и, быстро развивающимся, получая прибыль.

Литература

1. Соловьева А. И. Политические коммуникации: учебное пособие для студентов вузов. — М. : Аспект Прес, 2004. — 332 с.
2. Сахнин А. А. Информационно-телекоммуникационные сети. Технологии, стандартизация / А. А. Сахнин, В. Г. Игнатенков. — М. : Издательство «Радиотехника», 2012 г. — 336 с.

3. Столяренко А. В. Информационные системы как основа туристского бизнеса / А. В. Столяренко, Г. Г. Жернакова // Научно-методический электронный журнал Концепт. — 2017. — № 5. — С. 50–55. — Режим доступа : <https://e-koncept.ru/2017/170103.htm>
4. Столяренко А. В. Методы оценки эффективности системы мотивации персонала туристско-рекреационного предприятия / А. В. Столяренко // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. — 2017. — Т. 6. — № 2. — С. 75–80. — DOI: [10.12737/25279](https://doi.org/10.12737/25279)
5. Титова Т. Т. Информационно-коммуникационные технологии в гуманитарном образовании / Т. Т. Титова. — М.: ИКАР, 2014. — 266 с.
6. Федеральный закон № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июля 2006 г.
7. ГОСТ 34.003-90 «Информационная технология. Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Термины и определения»

Шахназарян Б. А.

магистрант, направление подготовки «Менеджмент»
Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)
ФГАОУ ВО КФУ имени В.И. Вернадского в г. Ялта

Научный руководитель: Одаренко Т. Е.

к.э.н., доцент
Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)
ФГАОУ ВО КФУ имени В.И. Вернадского в г. Ялта

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЦЫ «АРЗАМАС»

В данной статье рассмотрены основные особенности управления качеством на предприятиях туристско-рекреационной сферы на примере гостиницы «Арзамас», а также предложены рекомендации по их решению.

Ключевые слова: туризм, качество услуг, особенности, управление, туристско-рекреационная сфера.

Shahnazaryan B.

Graduate student, training direction "Management"
The Humanitarian-Pedagogical Academy (branch)
V.I. Vernadsky Crimean Federal University in the city of Yalta

Scientific adviser: **Odarenko T.**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
The Humanitarian-Pedagogical Academy (branch)
V.I. Vernadsky Crimean Federal University in the city of Yalta

STUDY CHARACTERISTICS OF QUALITY MANAGEMENT AT THE ENTERPRISES OF TOURIST AND RECREATIONAL SPHERE ON THE EXAMPLE OF THE HOTEL "ARZAMAS"

This article describes the main features of quality management at the enterprises of tourist and recreational sphere on the example of the hotel "Arzamas", as well as recommendations for their solution.

Keywords: tourism, quality of service, features, management, tourism and recreation sphere.

Деятельность в сфере обслуживания на предприятиях туристско-рекреационной сферы подразумевает взаимоотношения между работниками и клиентами. Поэтому стратегические цели предприятия должны включать в себя совершенствование взаимоотношений между работниками предприятия и гостями. У многих руководителей сформировался стереотип, что высокое качество обслуживания ведет за собой высокую цену на оказанную услугу. Однако это вовсе не так. Постоянный контроль над повышением качества обслуживания — это вклад в дальнейшее развитие компании. Согласно исследованиям, поиск новых клиентов обходится в пять раз дороже, чем выявление и удовлетворение потребностей постоянных клиентов [2].

Рынок услуг туристско-рекреационной сферы имеет ряд особенностей. Услугу нельзя получить до ее непосредственного предоставления, это влечет невозможность оценить качество обслуживания заранее и предугадать выгоду. Также услуга имеет

большую неопределённость, что затрудняет предприятию, оказывающему обслуживание, выход на новый рынок.

По причине постоянного роста потребностей потребителей обязательным становится совершенствование процесса оказания услуг и управления качеством обслуживания.

При исследовании качества обслуживания в гостинице «Арзамас» были выявлены следующие особенности:

1. Неопределенные желания потребителя. Часто возникают ситуации, когда турист не знает, какой вид туризма его больше интересует, куда он хочет поехать, где остановиться, что посетить, какими услугами воспользоваться и т.д. В таком случае первоочередная задача, которая стоит перед гостиницей — стимулирование сбыта собственных услуг.

2. Невозможно иметь представление об оказанной услуге заранее до ее потребления. Поэтому большое значение имеет имидж предприятия на рынке и положительные отзывы о нем от постоянных клиентов.

3. Фактор сезонности. В межсезонье требуются дополнительные меры по привлечению туристов: акции, дополнительные бонусы, снижение цен.

4. Отсутствие возможности оказать услугу в другом месте, так как они привязаны к определенной территории.

5. Местная разделенность потребителя и клиента на рынке. Важным является информирование об услугах на уровне государства и международном уровне.

6. Различное время реализации и потребления туруслуги. Огромное значение имеет достоверность информации о надежности турпродукта, которую потребитель получает из внешних потоков.

Данные разрывы четко видны в интервальной модели качества обслуживания (рис. 1), которую разработали Парасураман А., Зейтамль В. и Бери Л. [1].

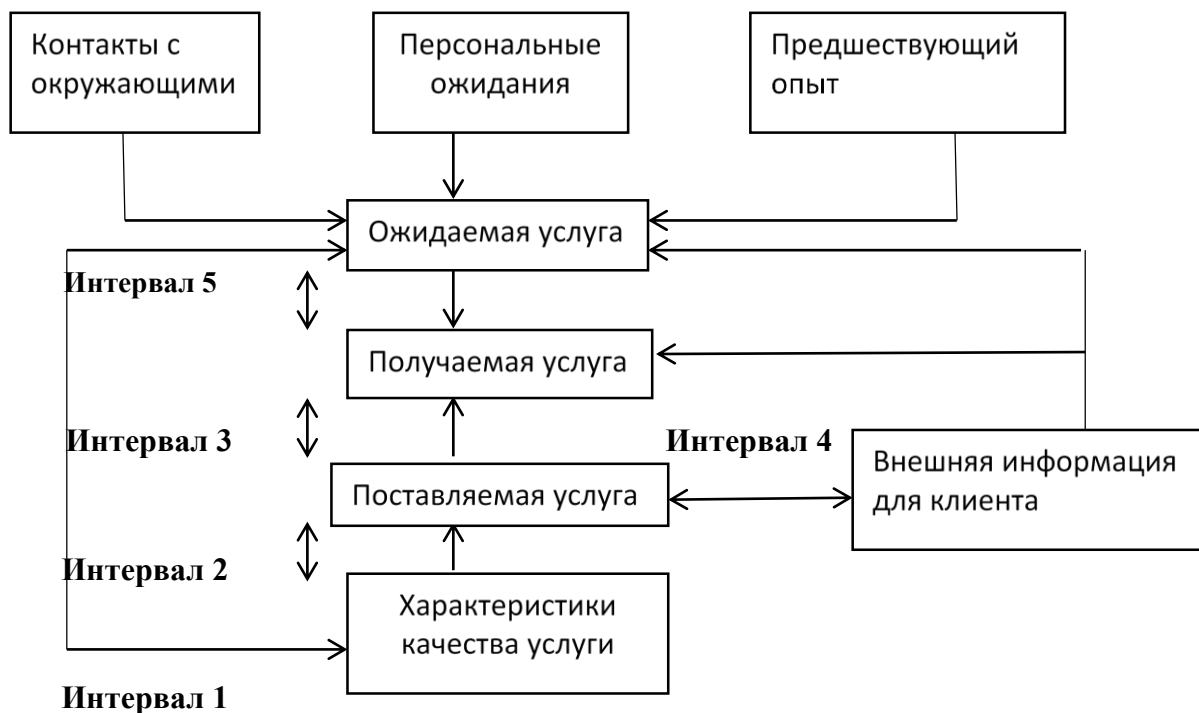


Рис. 1. — Интервальная модель качества обслуживания

Можно предложить следующие пути для решения проблем управления качеством обслуживания в гостинице «Арзамас»:

1. Совершенствование технологии обслуживания клиента. На первое место необходимо ставить личные интересы, мотивы и потребности потребителя, требуется оказывать ему помощь и оказывать уважительное отношение.

2. Автоматизация процесса управления качеством обслуживания. Совокупная автоматизация даст возможность:

- получить актуальную информацию о состоянии турпродукта или услуги;
- улучшение и ускорение работы с потребителем;
- эффективного управления на всех уровнях;
- проведение более тщательного контроля.

3. Ввести систему контроля качества обслуживания, закрепить данные обязанности за определенными сотрудниками.

4. Предприятие должно предоставлять потребителю точную и достоверную информацию об услугах, чтобы не возникало разрывов между ожидаемым и воспринятым качеством обслуживания.

Литература:

1. Вакуленко, Р. Я. Управление гостиничным предприятием : учебное пособие / Р. Я. Вакуленко, Е. А. Кочкурова. — Университетская книга; Логос, 2012. — 370 с.

2. Папирян, Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны) / Г. А. Папирян — М. : Экономика, 2012. — 207 с.

3. Пахомова, О. М. Стандартизация и контроль качества туристских услуг [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. М. Пахомова. — Электрон. текстовые данные. — М. : ИНФРА-М, 2016. — 135 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=485674> — Загл. с экрана.

Тельных В. С.

магистрант, направление подготовки «Менеджмент»
Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)
ФГАОУ ВО КФУ имени В.И. Вернадского в г. Ялта

Научный руководитель: Одаренко Т. Е.

к.э.н., доцент
Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)
ФГАОУ ВО КФУ имени В.И. Вернадского в г. Ялта

ИССЛЕДОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА В ГОСТИНИЦЕ «АРЗАМАС». ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИХ РЕШЕНИЮ

В статье проведено исследование процесса организации труда в гостинице «Арзамас» (г. Алушка), рассмотрена организационная структура предприятия. Также были определены положительные и отрицательные факторы и предложены рекомендации по их решению.

Ключевые слова: организация, дисциплина, туризм, гостиницы.

Vladislav S. Telnykh

Graduate student, training direction "Management"
The Humanitarian-Pedagogical Academy (branch)
V.I. Vernadsky Crimean Federal University in the city of Yalta

Scientific adviser: Odarenko Tatiana

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
The Humanitarian-Pedagogical Academy (branch)
V.I. Vernadsky Crimean Federal University in the city of Yalta

A STUDY OF WORK ORGANIZATION IN THE HOTEL "ARZAMAS". IDENTIFICATION OF PROBLEMS AND RECOMMENDATIONS FOR THEIR SOLUTION

The article deals with the study of the process of work organization in the hotel "Arzamas" (Alupka), the organizational structure of the enterprise. Also identified positive and negative factors and proposed recommendations for their solution

Keywords: organization, discipline, tourism, hotels.

Под организацией труда понимают использование на предприятиях форм и методов соединения координации, управления рабочей силой, предметами труда и средствами производства, использованными в гостиничной индустрии в едином производственно-технологическом процессе. Организация трудового процесса является системой взаимодействия человека с основными материальными элементами процесса труда, в состав которых входят работники (обслуживающий персонал), предметы труда и средства производства [2].

В основе организационной структуры гостиницы «Арзамас» (рисунок 1) заложен принцип линейно-функциональной структуры управления при условии вертикальной подчиненности (директор).

В данной структуре управления всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, возглавляющий определенный коллектив. При разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений, программ, планов ему помогает

специальный аппарат, состоящий из функциональных подразделений. В данном случае функциональные структуры подразделения находятся в подчинении главного линейного руководителя. Решения они осуществляют либо через главного руководителя, либо (в пределах своих полномочий) непосредственно через соответствующих руководителей служб-исполнителей. Таким образом, линейно-функциональная структура включает в себя специальные подразделения при линейных руководителях. Но, эта структура имеет свои положительные моменты и недостатки.

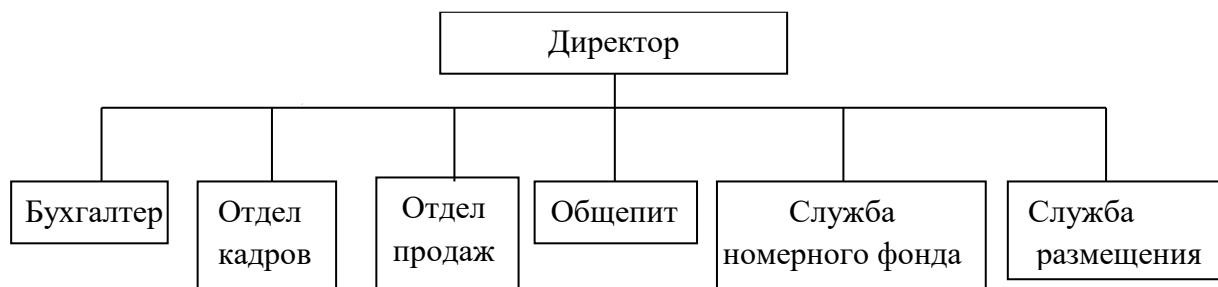


Рисунок 1. — Организационная структура управления предприятия гостиницы «Арзамас»

Преимущества линейно-функциональной структуры:

- 1) Лучшая подготовка решений и планов, связанных со специализацией работников;
- 2) Возможность привлечения консультантов и экспертов

Недостатки линейно-функциональной структуры:

- 3) Отсутствие тесных взаимосвязей и взаимодействия на горизонтальном уровне между производственными отделениями;
- 4) Недостаточно четкая ответственность, так как подготавливающий решение, как правило, в его реализации не участвует [1].

Организация и мотивация труда состоит из:

- дисциплины;
- материального и морального стимулирования персонала;
- участия рабочего персонала в управлении [3].

Руководство гостиницы «Арзамас» применяет следующие меры по организации дисциплины труда:

- штрафы за нарушение распорядка, правил обслуживания и норм, установленных на предприятии. Величина штрафа зависит от меры нарушения, так за курение в неположенном месте вычитается 20% из месячной премии. Данное нарушение является недопустимым, так как для рабочего персонала имеются специально отведённые места, где они не помешают отдыху клиентов и не попадутся им на глаза;

- штрафы за опоздание на рабочее время. При опоздании на 10 минут вычитается час рабочего времени. Гостиница — очень специфическая и сложная система. Ее особенность заключается в том, что гостиница функционирует круглые сутки, без перерыва, поэтому опоздания являются грубым нарушением. За систематические опоздания сотрудника могут уволить с предприятия;

- перед сотрудниками ставят строго определённые задачи, которые им необходимо выполнить. Затем через определённый промежуток времени фактические результаты сопоставляют с плановыми для оценки результатов. В случае выявления недостатков рабочему персоналу объясняют, какие меры необходимо применить.

В качестве материального стимулирования применяется увеличение премии за качественно выполненную работу. Денежное стимулирование работников к труду является одним из самых эффективных способов.

Работники гостиницы «Арзамас» имеют возможность принять непосредственное участие в управленческом процессе. Руководство проводит регулярные собрания с определённой периодичностью: в не сезон — раз в месяц, в высокий сезон — раз в 10 дней.

На таких собраниях у каждого сотрудника есть возможность высказаться, выразить своё мнение, предложить собственные варианты решения проблем на предприятии. Это позволяет им чувствовать себя нужными для руководства и эффективной деятельности гостиницы в целом.

Но, как показывает практика, руководство, конечно, даёт высказаться сотрудникам, выслушивает каждого, однако на деле их советы не применяются. Связанно это с тем, что управленческие решения утверждаются на уровне высшего руководства, которое преследует собственные цели и интересы, а в деятельность исполнителей не вникает. Хотя именно исполнители контактируют с клиентами и знают, что им необходимо, чем они недовольны, что следует исправить.

Выводы. Отель имеет линейно-функциональную организационную структуру, которая является оптимальной для предприятий данного типа. Она позволяет эффективно распределять полномочия и обязанности среди подчинённых. Но данная структура медленно реагирует на изменения внешней среды, что является существенным недостатком.

Среди положительных факторов были выявлены следующие:

- на предприятие присутствует дружественный, благоприятный морально-психологический климат;
- проводятся общие собрания, в которых принимают участия и рабочий персонал;
- ведётся контроль за порядком, правилами обслуживания и норм, установленных на предприятии;
- осуществляется материальное стимулирование персонала за счет премий.
- Но также в процессе оценки были выявлены и отрицательные моменты:
- предложения, выдвигаемые персоналом на собраниях, как правило, не учитываются;
- наблюдается увеличение возлагаемых обязанностей.

Совершенствование мотивирования сотрудников является важным фактором должного выполнения своих обязанностей. Если сотрудник не заинтересован, не вовлечён достаточно в работу предприятия — никакие рекомендации и нововведения не помогут для повышения эффективности деятельности отеля. Некоторые рабочие берут на себя дополнительные обязанности даже без повышения заработной платы, однако климат на предприятии меняется и не в лучшую сторону. Ввиду ухудшения экономических показателей отеля, наиболее рациональным мотивированием могут быть:

- прописанные и прозрачные ступени для карьерного роста;
- признание руководителем заслуг сотрудника, устная или письменная благодарность (лично либо публично);
- проведение корпоративных вечеров чаще, чем два раза в год (не только формальные канун нового года и 8 марта, но и неформальные);
- выделение средств на обучение сотрудников, повышение квалификации;
- обеспечение особо отличившимся сотрудникам отгулов и т.д.

Литература

1. Вакуленко, Р. Я. Управление гостиничным предприятием : учебное пособие / Р. Я. Вакуленко, Е. А. Кочкурова. — Университетская книга; Логос, 2012. — 370 с.
2. Папирян, Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны) / Г. А. Папирян — М. : Экономика, 2012. — 207 с.
3. Пахомова, О. М. Стандартизация и контроль качества туристских услуг [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. М. Пахомова. — Электрон. текстовые данные. — М. : ИНФРА-М, 2016. — 135 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=485674> — Загл. с экрана.