

КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ  
РОССИЙСКОГО УНИВЕРСИТЕТА КООПЕРАЦИИ  
ЕВРОПЕЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МОЛДОВЫ  
ПОВОЛЖСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ  
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

*Материалы  
второй всероссийской конференции  
ученых, аспирантов, студентов и учащихся  
с международным участием*

Казань  
2017

Библиотека  
Поволжской ГАФКСит



0000035521

КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ  
РОССИЙСКОГО УНИВЕРСИТЕТА КООПЕРАЦИИ  
ЕВРОПЕЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МОЛДОВЫ  
ПОВОЛЖСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ  
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА

21885

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

*Материалы*

*второй всероссийской конференции  
ученых, аспирантов, студентов и учащихся  
с международным участием*

Казань

2017

Поволжская государственная академия  
физической культуры, спорта и туризма

**БИБЛИОТЕКА**

УДК 338.48, 796.5

ББК 65.43 75-141

Печатается по решению Ученого совета  
Казанского кооперативного института  
АНО ОВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»

**Актуальные проблемы развития туризма:** материалы второй всероссийской конференции ученых, аспирантов, студентов и учащихся с международным участием / Под редакцией профессора Насретдинова И.Т., доцента Якубова Ю.Д. – Казань: Изд-во «Печать-сервис XXI век», 2017. – 170 с.

В сборнике научных трудов ученых, аспирантов, студентов и учащихся представлены материалы по широкому спектру актуальных научно-исследовательских и научно-практических проблем развития туризма; проблем и особенностей современного менеджмента в туризме; проблем, особенностей и тенденций развития транспорта и логистики в туризме; подходу к туризму, как фактору регионального развития.

Данное издание может быть полезно ученым, аспирантам и студентам экономического направления, преподавателям ВУЗов и специалистам государственных органов власти и управления, общественных организаций в области проблем качества.

Статьи представлены в авторской редакции.

© Казанский кооперативный институт (филиал)  
АНО ОВО ЦС РФ «Российский университет  
кооперации», 2017  
© ФГБОУ ВПО «Поволжская государственная  
академия физической культуры, спорта и  
туризма», 2017

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ КИТАЯ И ГЕРМАНИИ Абдрахманова А.Ш., Валиахметова Ю.Я.....	100
РАЗВИТИЕ РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА11 Агзамова К.Д.....	111
РАЗВИТИЕ РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА12 Агзамова З.Р.....	122
СЕРТИФИКАЦИЯ КАК ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ В СФЕРЕ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА14 Агзамова З.Р.....	13
КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ15 Андреева Д.С.....	15
АНИМАЦИОННЫЙ СЕРВИС В РЕКРЕАЦИИ16 Андреева М., Хузина Э.Ф.....	15
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА (НА ПРИМЕРЕ ОТЕЛЯ «ОСТРОВСКИЙ» Г.КАЗАНЬ) Алевалдина Т.А.....	17
ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ЖИТЕЛЕЙ КАЗАНИ И ГОСТЕЙ ГОРОДА-КИБЕР-КОНСЬЕРЖ Асадуллин Э.З., Суханова А.А.....	18
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДЕТСКОГО ВЕЛОТУРИЗМА: ПРОЕКТНЫЙ ПОДХОД Ахметвалиева И.И.....	18
ИЗУЧЕНИЕ РЫНКА ИНВАЛИДНОГО ТУРИЗМА В ГОРОДЕ КАЗАНЬ Ахметвалиева Г.И.....	19
ИННОВАЦИОННЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ В ТУРИЗМЕ С УЧАСТИЕМ СТУДЕНТОВ Ахметвалиева Г.И., Ахметвалиева И.И., Орехова Н.А.....	20
КУЛЬТУРА ОБСЛУЖИВАНИЯ В СФЕРЕ СЕРВИСА Ахметгалиева А.Э., Усманова З.В.....	22
РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МОБИЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ Бархаева З.Р., Курочкина В.В.....	23
РЕЛИГИОЗНЫЙ ТУРИЗМ В ТАТАРСТАНЕ Баязитова А.И., Хуснутдинова А.А.....	24
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЙ ТРАНСПОРТ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РФ Баязитова А.И., Хуснутдинова А.А.....	25
РЕКЛАМА ТУРИСТИЧЕСКОГО АГЕНТСТВА В НАЧАЛЕ ПУТИ Бекирова А.Р., Фролова Н.В., Швецова Д.С.....	26
РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО СОЗДАНИЮ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В «АМАКС САФАР ОТЕЛЬ» Белова О.А.....	27
ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ КУРОРТОВ Белякова К.П., Мартышкина Е.С.....	28
ПРОБЛЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ Беляковская Ю.М.....	29
КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА	

Беседина Екатерина, Жемчугова Елизавета .....	3	АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ СПОРТИВНО-СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ УСК «КАЗАНСКАЯ АКАДЕМИЯ ТЕННИСА»	55
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ	3	Гильмеев Б.Р. ....	55
Бондарева А.В. ....	3	ЛИЧНОСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОТЕЛЯ	56
ОХОТНИЧИЙ ТУРИЗМ КАК НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИНДУСТРИИ В РОССИИ	3	Гисматуллина Д.В. ....	56
Буторина К.А. ....	3	ЮШЕННИЧЕСТВО В СФЕРЕ ТУРИЗМА	57
ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПОСЕЩЕНИЕ ИНОСТРАНЦАМИ РОССИЙСКИХ КУРОРТОВ	3	Григорьева М.А. ....	57
Валиева А.Р., Закирова Л.Н. ....	3	РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА	60
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ ДЛЯ УЧАЩИХСЯ ВЫПУСКНЫХ КЛАССОВ	3	Давлетбаева Р.М. ....	60
Валиуллина Э.И. ....	3	ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН	61
ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ В СРЕДСТВАХ РАЗМЕЩЕНИЯ	373	Давыдова А.В., Мищенко Д.И., Галиева Р.Р. ....	61
Владимирова С.О. ....	373	ТИПЫ КЛАССИФИКАЦИЙ ОТЕЛЕЙ В СТРАНАХ ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ	64
✦ ЭКСТРЕМАЛЬНЫЕ ВИДЫ СПОРТА КАК НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН	3	Давлетшина Г.И., Зекрина Е.Ф. ....	64
Галеева А.С., Олейников И.О. ....	3	АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ КУРОРТОЛОГИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ НА ПРИМЕРЕ АЛЬПЕОЛОГИЧЕСКОГО КУРОРТА «МАЦЕСТА» В Г. СОЧИ	65
✦ ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ ЧИСЛЕННОСТИ РАБОТНИКОВ И СРЕДСТВ ОПЛАТЫ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СЕРВИСА39	38	Давлетшина Г.И., Зекрина Е.Ф. ....	65
Галеева А.С., Мустафина А.Э. ....	38	РАЗРАБОТКА ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ АГЕНТСТВ	66
✦ ИНСЕНТИВ-ТУРИЗМ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ КОРПОРАТИВНОГО СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА	39	Евдокимова К.Д. ....	66
Галеева Э.С., Рассохина М.А. ....	39	ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ АНИМАЦИОННЫХ ПРОГРАММ ДЛЯ МОЛОДЕЖНОГО ТУРА	67
✦ ВОЗРАСТАЮЩАЯ РОЛЬ ТУРИСТСКИХ СПЕЦИАЛИЗАЦИЙ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ	40	Елизарова К.А. ....	67
Галеева Э.С., Рассохина М.А. ....	40	ПРИМЕНЕНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ СЕРВИСА	68
✦ ПРОБЛЕМЫ СТРАХОВАНИЯ ТУРИСТОВ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ВЫЕЗДНЫХ ТУРОВ	42	Емельянов А.В., Султанова С.Р. ....	68
Галеева Э.С., Рассохина М.А. ....	42	СОВРЕМЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА	70
✦ АНАЛИЗ ВИДОВ РЕКЛАМЫ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ В Г. КИРОВЕ	43	Етифанова О.С. ....	70
Галеева Э.С., Олейников И.О., Рассохина М.А. ....	43	СПЕЦИФИКА ОБСЛУЖИВАНИЯ VIP-КЛИЕНТОВ В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	70
✦ СУЩНОСТЬ БРЕНДИНГА ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ	44	Ермолаева Е.В. ....	70
Галеева Э.С., Рассохина М.А. ....	44	АНАЛИЗ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТУРНЫХ ОТНОШЕНИЙ В ТУРАГЕНТСТВЕ ЗА СЧЕТ ВЕРБАЛЬНОЙ И НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ	72
ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ АТТРАКТИВНОСТИ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН	45	Ермолаева Е.В., Шутова А.В. ....	72
Галимуллина Г.Р. ....	45	РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ КАК МЕТОД РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА	73
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕКРЕАЦИОННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПО СТАНДАРТУ ХАЛЯЛЬ В САНАТОРИИ «БАКИРОВО»	47	Ефремова А. ....	73
Галютдинова Л.И. ....	47	ВНЕДРЕНИЕ СЕРТИФИКАЦИИ «CHINA FRIENDLY» КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА	74
ДИГТЕРСТВО, КАК ВОЗМОЖНЫЙ ВАРИАНТ ТУРИЗМА	48	Зайнуллина А.И. ....	74
Гарцев А.А. ....	48	ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ РЕСТОРАНА «МАКСИМИЛИАНС»	75
ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС	49	Закирова Г.А., Шаяхметова С.Р. ....	75
Гатауллина А.Р., Черепанова Е.С. ....	49	ПРИМЕНЕНИЕ САЙТА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРАГЕНТСТВА	76
ЭКОЛОГО-ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА – СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ НРАВСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ	50	Закирова Д.М. ....	76
Гафурова В.В., Хаялеева А.Д. ....	50	СОЗДАНИЕ ЛОГОТИПА: КРИТЕРИИ И СЕКРЕТЫ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ	78
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ	51	Зарипова Ю.А., Товкалева И.Г., Солдатова Е.А. ....	78
Гвоздарева Д.В. ....	51	ВОПРОСУ ОРГАНИЗАЦИИ ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	79
РЫНОК УСЛУГ АКТИВНОГО ОТДЫХА ГОРОДА КАЗАНЬ: АНАЛИЗ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ	52	Зверева Т.А. ....	79
Герасимова К.А. ....	52	СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ – НОВОЕ ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ	54
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФОТОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН	54		
Гибадуллина Р.Ф. ....	54		

2. Солоницына К.С., Петрик Л.С. Формирование гостиницами сопутствующих и дополнительных услуг, повышающих конкурентоспособность. // К.С. Солоницына., Л. С. Петрик. – Наука и спорт: современные тенденции. 2015. Т. 7. № 2. С. 124.

## ЭКСТРЕМАЛЬНЫЕ ВИДЫ СПОРТА КАК НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Галева А.С., Олейников И.В.

Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма  
Научный руководитель: Матисова А.А.

Аннотация. В данной статье проводится анализ основных подходов к изучению экстремального приключенческого туризма в республике Татарстан. Также дан краткий обзор необычных экстремальных турнаправлений в спорте, которое не стоит на месте, а развивается и увлекает молодое поколение.

Выявлены причины занятия данными видами спорта и влияние на психологическое и физическое здоровье.

Ключевые слова: спорт, физическая культура, экстремальные виды, молодежь, здоровье, психологическое здоровье.

Актуальность исследования заключается в том, что интерес к экстремальному спорту постоянно растет. С каждым годом в России появляются новые течения в спорте. Экстремальные виды спорта — одно из новых направлений в спорте, которое не стоит на месте, а развивается и увлекает молодое поколение.

Татарстан имеет уникальное культурно-историческое наследие, что является основой культуры познавательного туризма. Татарстан интересен туристам своей историей и культурой со времен древней Булгарии Казанского ханства до наших дней. Это, в первую очередь, наша столица-Казань.

В Татарстане вырос интерес к экстремальному туризму. Экстремальный туризм — разновидность приключенческого туризма. Экстремальные виды спорта являются наиболее динамично развивающейся позитивной молодежной культурой. Они объединяют много современных видов спорта, которые появились в конце 20 века, так как различные виды роликовых коньков, скейтборд, сноуборд, велосипеды, брейкданс, паркур, футбэг, вейкборд, кайт и много других видов.

Экстремальные виды спорта в Казани становятся все более популярными. Прыгнуть с парашютом, покататься на скейте, полетать за штурвалом самолета, или на воздушном шаре стало теперь намного проще и легче. Когда-то любители экстрима не знали куда обратиться. А сейчас выбор богат.

Лидером в этом сегменте (экстрим-спорт) является клуб «Экстрим Фактор». Члены клуба имеют возможность покататься на горных лыжах, скейте, сноуборде и на многих других средствах.

В Казани, благодаря особенностям строения и экосистеме Голубого озера, можно заниматься дайвингом круглый год. Если Вы не боитесь холодной воды и интересуетесь подводным миром, то развлечение точно для Вас. Не стоит бояться холодов, ведь зимой, благодаря обилию водорослей создается особо контрастный пейзаж с заснеженными берегами. «Казанский клуб подводного плавания» поможет побороть Вам страх перед водой а так же увидеть и изучить настоящий подводный мир рек и озер Казани.

Казанский клуб кендо "Рэймэй" предоставляет возможность обучиться одному из видов фехтовального искусства. Кендо — современное фехтовальное искусство, ведущее свою историю от традиционных самурайских техник владения мечом. Кендо можно причислить к национальным японским видам спорта, но сами японцы вкладывают в это понятие более глубокий смысл. Это помогает формировать разум и развивать сильный дух через правильные и строгие тренировки. Высоко ценить человеческую вежливость, честь, быть искренним с другими, и всегда совершенствоваться себя.

Если же вам по душе адреналин от скорости и рева моторов, то ралли — это для Вас. Автомобильный клуб «Колесница» поможет Вам осуществить мечту. Драг-рейсинг, гонки на выживание, джип-триалы и многое другое входит в услуги клуба «Колесница».

Так же можно пострелять из ружья в «Спортинг-клубе». Находится он в Приволжском районе, в поселке «Мирный». Ежегодно здесь проводятся соревнования различного уровня.

Ну а если Вам больше нравится парить над землей, нежели ездить по ней, то в Казани можно и полетать. Федерация воздухоплавания Татарстана — вот куда Вы можете обратиться, если захотите ощутить драйв от высотного полета.

В заключение следует отметить, что в Татарстане благодаря продуманной политике органов государственной власти, существенно улучшился инвестиционный климат в сфере экстремального туризма, постоянно растет количество объектов, появляются новые организации, которые предоставляют услуги для экстремалов, а так увеличивается туристские потоки и количество рабочих мест в данной туристической отрасли.

Список использованных источников и литературы:

1. Бариев М. М. Молодежная политика в Республике Татарстан / М. М. Бариев // Вести. ИЦ БЖД. — 2008. № 1. — С. 105 — 106.
2. Мустафин Р. Татарстан: время экологического туризма. - Казань: Время и деньги/Общество/. - Выпуск (2020), 07.2005.

## ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ ЧИСЛЕННОСТИ РАБОТНИКОВ И СРЕДСТВ ОПЛАТЫ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СЕРВИСА

Галева А.С., Мустафина А.Э., студентки группы 4331,

Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма  
Научный руководитель — к.э.н., доцент Ибатуллова Ю.Т.

Аннотация. В данной статье рассмотрена классификация персонала, принятая в планировании на предприятиях сервиса, представлены методы планирования численности работников, а также формы и методы определения планового фонда заработной платы.

Введение. Для того, чтобы определить эффективность использования трудовых ресурсов на организациях сервиса необходимо научно обоснованное планирование основных трудовых показателей, численности работников, фонда заработной платы. На предприятиях сервиса не существует единой методики определения эффективности использования трудовых ресурсов, для планирования используются общепринятые в экономике способы расчета. Однако далеко не каждый метод применим на предприятиях сервиса, поэтому так важно определить единую методику расчетов.

Цель работы. Изучить особенности планирования численности работников и средств на оплату труда на предприятии сервиса.

Основной целью любой коммерческой организации является максимизация прибыли, одним из способов достижения которой является сокращение издержек производства. В организациях сервиса для сокращения издержек деятельности применяется оптимизация численности и фонда заработной платы работников. При планировании данных показателей необходимо учитывать количество и качество трудовых ресурсов, наиболее рациональное использование трудовых сил. Конечным результатом эффективного планирования должно являться повышение финансовых показателей деятельности организации, однако, при этом необходимо учитывать интересы сотрудников организации.

При планировании численности и заработной платы сотрудников организации сервиса необходимо учитывать эффективность использования рабочей силы, оптимальный размер ФЗП, взаимосвязь размеров оплаты труда с конечными результатами деятельности организации, численность и заработную плату сотрудников организаций конкурентов.

Для определения эффективности использования трудовых ресурсов необходимо проанализировать следующие показатели: общую среднесписочную численность сотрудников и их заработную плату, среднесписочную численность работников по подразделениям, отделам организации и их заработную плату, уровень текучести кадров.

При планировании численности персонала на предприятиях сервиса используются следующие основные методы:

- метод корректировки базовой численности;
- на основе трудоемкости производственной программы.

Метод планирования на основе корректировки базовой численности является наиболее обобщенным. Данный способ достаточно прост и используется на предплановой стадии, поскольку не требует большого объема информации, однако, при этом снижается точность конечных результатов расчетов.

Для более точных расчетов применяется метод, основанный на трудоемкости производственной программы. Для расчета численности сотрудников согласно данному методу необходимо вычислить отношение трудоемкости производственной программы к фонду рабочего времени одного сотрудника.

Далее рассмотрим процесс формирования фонда заработной платы. Планирование фонда оплаты труда можно осуществлять в соответствии со стратегическим планом развития организации.

Для определения фонда заработной платы используют следующие методы:

1. Метод прямого счета. Данный метод наиболее характерен для малых предприятий, когда ФЗП рассчитывается исходя из суммы индивидуальной заработной платы каждого сотрудника. Преимуществом данного метода выступает высокая точность расчетов.
  2. На основе средней заработной платы. При использовании данного метода плановую численность сотрудников умножают на среднюю заработную плату. Однако, данный метод не учитывает инфляционные колебания.
  3. На основе базового фонда оплаты труда. Данный метод основывается на размере ФЗП в предыдущем периоде. Основным недостатком данного способа расчета является неточность вычислений.
  4. Нормативный метод. Данный метод подразумевает использование норматива прироста ФЗП в расчете на 1% роста ВП. Как правило, данный метод используется на крупных организациях.
- Вывод. Таким образом, можно сделать вывод, что планирование численности работников и средств на оплату труда на предприятиях сервиса подразумевает несколько этапов:
1. Классификация персонала.
  2. Расчет численности сотрудников методом корректировки базовой численности или на основе трудоемкости производственной программы.
  3. Определение формы оплаты труда в зависимости от категорий сотрудников.

4. Расчет ФЗП методом прямого счета, на основе средней заработной платы, на основе базового фонда оплаты труда или нормативным методом.

5. Проверка расчета ФЗП.

Литература.

1. Прокольева Т.В. Планирование и бюджетирование: Учебное пособие для студентов дневной заочной формы обучения. / Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск, 2014. –127с.

## ИНСЕНТИВ-ТУРИЗМ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ КОРПОРАТИВНОГО СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

Галева Э. С., Рассохина М. А., студентки 4321гр

Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма

Научный руководитель Матисова А. И.

Аннотация: Развитие МЦЕ-индустрии и связанным с этим сектором делового туризма является одним из заметных явлений в туристской сфере. Однако до сих пор не сложилась система общепринятых подходов к трактовке отдельных составляющих событийного делового туризма. В статье сформулирована авторская позиция по актуальным аспектам анализа поощрительного туризма как составной части делового событийного туризма в части его корпоративного сектора и как сложной многокомпонентной практики.

Наиболее распространенным подходом является разделение делового туризма (деловых путешествий) на два сектора – сектор индивидуальных деловых поездок («командировочный») и МЦЕ-сектор (который чаще трактуется как суть делового туризма). По критерию «покупателя» туристских услуг доминирующая часть деловых поездок относительно невелика. Однако не совсем понятной является соотношение категории индивидуальных деловых поездок и событийного делового туризма в контексте корпоративного туризма. Иначе говоря, какие поездки на деловые мероприятия сотрудников корпорации осуществляются в рамках профессиональной деятельности и в ситуациях выполнения служебных заданий, а какие – в рамках корпоративного событийного туризма. И далее, в какой мере относятся поощрительные мероприятия, инициируемые корпорацией, связанные с покупкой ею туристских услуг для разных партнерских групп, относятся к событийному корпоративному туризму. Кроме того, актуальной задачей представляется характеристика отдельных направлений поощрительных мероприятий как составной части корпоративного событийного туризма, в т.ч. его соотношение с рекреационным туризмом. В данной статье мы остановимся на анализе вопросов, связанных с инсентив-туризмом.

Ассоциация делового туризма SITE (Society of Incentive and Travel Executives) определяет поощрительный туризм как управленческий инструмент, имеющий глобальное применение, который использует исключительность туристских впечатлений для стимулирования и/или признания значимости вклада всех участников бизнес-деятельности в повышение уровня ее осуществления, который имеет целью достижение деловых целей корпорации [1].

В западной литературе широко распространен критерий деления поощрительных поездок, на две категории, использующий смешанный критериальный подход, учитывающий доминирование статуса делового туриста в данной корпорации и, связанные с этим, направленность и уровень услуг, а также функциональную ориентацию поощрений и стимулов. Реализуя этот подход, выделим следующие виды поощрительных (стимулирующих) поездок (туризма).

1. Стимулирующие поездки для сотрудников корпорации, которые могут быть:

□ с одной стороны, наградой за профессиональные достижения (собственно поощрение),

□ с другой стороны, – формой формирования коммуникационных навыков, корпоративных ценностей, являющейся эффективной технологией «командообразования»,

□ с третьей стороны, формой содействия реализации индивидуальных профессиональных интересов работников, вкладом компании в построение его профессиональной карьеры посредством поощрения участия в конференциях, конгрессах, тренингах и семинарах личностного и профессионального роста.

Если в первом случае инсентив-туры являются формой традиционных досуговой деятельности финансируемой и организуемой корпорациями для достижения собственных деловых целей, то во втором случае речь идет, фактически, об обучающей программе, реализующей функцию управления человеческими ресурсами, которая может в разной степени сопровождаться досугово-развлекательной программой. В третьем случае – осуществляется деловая ориентация туристской поездки сотрудника направленная на укрепление связи с корпорацией и повышение его потенциального вклада в осуществление корпоративных задач. Таким образом, представляется не вполне обоснованной точка зрения многих зарубежных и отечественных ученых акцентирующих досугово-рекреационную направленность инсентив-туров, и фактически, отождествляющих инсентив-туры с рекреационным туризмом.

2. «Корпоративная гостеприимность» (corporate hospitality), которая определяется как организация любых событий, направленных на развлечение наиболее ценных клиентов, в т.ч. потенциальных, и сотрудников, осуществляемых за счет корпорации и благоприятствующих развитию организации. Чаще всего они направлены на посещение уникальных и известных культурных и спортивных событий. Существует

более широкий подход, когда речь идет не только о сотрудниках высшего уровня и VIP-клиентах, но и других партнерах организации (поставщиков, посредников и т.д.) [2].

По мнению автора, для более полного представления и мониторинга корпоративного событийного туризма целесообразно рассматривать категорию мероприятий корпоративной гостеприимности как одно из направлений использования туризма в качестве маркетингового инструмента формирования лояльности партнеров корпорации, как внутренних, так и внешних, который сегодня расширяется как важнейшая предпосылка создания и удержания конкурентных позиций для успешной деятельности корпорации. С точки зрения поставщиков услуг этой разновидности делового корпоративного туризма его выделение также имеет значение, т.к. этот рынок предъявляет особые требования.

В статистических исследованиях событийного делового туризма учитываются только групповые инсентив-туры, тогда как на практике корпорации используют индивидуальные формы поощрительных поездок, особенно, это касается VIP-клиентов и наиболее ценных сотрудников. Иначе говоря, используется традиционная трактовка организованного туризма как группового, тогда как здесь уместен более широкий подход, вытекающий из смысла слова организованный, т.е., с одной стороны, спланированный заранее, с другой стороны, использующий услуги организаций-посредников (организаторов).

Следует отметить, что рассмотренные компоненты инсентив-сектора рынка корпоративного событийного туризма имеют разные характеристики с точки зрения сопоставления как между собой, так и с иными видами событийного корпоративного туризма, в координатах оценки их потенциала для развития делового туризма в дестинации.

Список использованной литературы

1. RBTA - Russian Business Travel Association (Ассоциация Делового Туризма) [Электронный ресурс]: Журнал о людях, о событиях, о медиа, об агентствах, о сообществах – URL: <http://www.pr-tips.ru/community/?a=view&id=153> (Дата обращения: 09.03.17)

2. Лымарева Ольга Александровна, Миненкова Вера Владимировна. Корпоративная культура как элемент менеджмента персонала гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «Киберленка» – URL: \* <http://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-kultura-kak-element-menedzhmenta-personala-gostinichnogo-predpriyatiya> (Дата обращения: 09.03.17)

## ВОЗРАСТАЮЩАЯ РОЛЬ ТУРИСТСКИХ СПЕЦИАЛИЗАЦИЙ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Галева Э.С., Рассохина М.А., студентки 4321гр.,

Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма

Научный руководитель Сморгачев В.Ю.

Возрастающий интерес населения России к туризму и путешествиям за последние десятилетия привел к расширению туристской отрасли: появлению новых видов туризма, новых направлений путешествий, увеличению количества туристских предприятий, что, в свою очередь, привело к повышению спроса на высококвалифицированных специалистов этой сферы.

Основным недостатком современного туристского образования является то, что оно не в полной мере отвечает динамично меняющимся требованиям отрасли: количественные показатели подготовки специалистов снизились, качественные, программы обучения в вузах нередко рассогласованы с потребностями рынка. Эта проблема особенно обострилась в 2014–2015 гг., когда Россия взяла курс на развитие внутреннего туризма, так как спрос на международные направления стал стремительно падать. Это обусловлено рядом политических и экономических причин, к основным из которых отнесены:

□ падение курса рубля по отношению к доллару и евро и, как следствие, снижение покупательской способности граждан;

□ внешнеполитическая и внешнеэкономическая обстановка, одним из следствий которой явились санкции, введенные рядом стран по отношению к России, и ответные российские санкции;

□ напряженная политическая обстановка в ряде туристских стран, ранее являющихся популярными направлениями выездного туризма в России;

□ террористические акты и угроза безопасности туристам на популярных у россиян туристских направлениях;

□ уход с рынка ряда крупных туроператоров и авиаперевозчиков и др.

На фоне перечисленных кризисных изменений происходит постепенная переориентация туристских предприятий на внутренний туристский рынок. Другими словами, импортзамещение проникает и в эту сферу экономики. Стремительно набирающий обороты внутренний туризм требует нового подхода, в том числе и к подготовке квалифицированных кадров. В связи с этим современная система обучения специалистов индустрии туризма должна быть ориентирована на постоянное развитие, необходимость совершенствоваться и стремление качественно улучшать предлагаемые услуги, в том числе для набирающего обороты внутреннего туризма. Профессиональное туристское образование развивается в таких условиях, которые предъявляют конкретные требования к выпускникам вузов.