

15. Sait «МБУ «Би́ский краеведческий музей В.В. Бианки». [Elektronnyj resurs]. – URL: <http://www.museum.biysk.ru/>.

16. Sait «МБУК «Каменский районный краеведческий музей». [Elektronnyj resurs]. – URL: <http://www.museum.ru/M1362>.

17. Sait «МБУК «Славгородский городской краеведческий музей». [Elektronnyj resurs]. – URL: <http://www.slavmuseum.ru/>.

УДК 379.85

ОРГАНИЗАЦИЯ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА АКТИВНЫХ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТАХ (НА ПРИМЕРЕ ТУРОВ В РЕСПУБЛИКЕ АЛТАЙ)

А.В. Дудник, А.В. Метелев, Н.Г. Прудникова

*Алтайский государственный университет
Барнаул, Россия*

Аннотация. Современная конкуренция на туристском рынке России подчеркивает особую значимость индивидуализации и адресности услуг туристских компаний. Современные потребительские предпочтения, ориентированные на стремление решить одним актом потребления комплекс потребностей гостя, ограничивает возможности использовать в менеджменте ориентацию исключительно на финансовый результат, а также иные стратегии, не связанные с пониманием потребителя. В статье дается характеристика основных видов сервисных услуг в активных турах и показаны особенности обслуживания туристов в результате применения сервисного управления на примере туров в Республике Алтай. Результаты исследования данной работы могут быть использованы в сегменте организации активных туров не только на территории Республики Алтай, но и при организации аналогичных туров в любых других туристских дестинациях России и мира, а также для повышения качества уже действующего туристского продукта и отдельных сервисных услуг. Определены и проанализированы виды сервиса для различных видов активных туров в Республике Алтай.

Ключевые слова: активные туры, сервисная деятельность, туризм, Республика Алтай, лояльность клиента, качество обслуживания туристов.

ORGANIZATION OF SERVICE ACTIVITIES ON ACTIVE TOURIST ROUTES (ON THE EXAMPLE OF TOURS IN THE REPUBLIC OF ALTAI)

A.V. Dudnik, A.V. Metelev, N.G. Prudnikova

*Altai State University
Barnaul, Russia*

Abstract. Competition in the Russian tourism market highlights the special importance of individualization and targeting of services provided by travel companies. Consumer preferences that are focused on the desire to solve the complex needs of the guest in one act of consumption limit the ability to use in management a focus solely on financial results, as well as other strategies that are not related to understanding the consumer. The article describes the main types of services in active tours and shows the features of tourist services because of the use of service management on the example of tours in the Altai Republic. The results of this research can be used in the segment of organizing active tours not only in the territory of the Altai Republic, but also in organizing similar tours in any other tourist destinations in Russia and the world, as well as to improve the quality of the existing tourist product and individual services. The types of service for various types of active tours in the Altai Republic are defined and analyzed.

Keywords: active tours, service activities, tourism, Altai Republic, customer loyalty, quality of tourist service.

Введение

Современные потребительские предпочтения, стремящиеся решить комплекс потребностей гостя и ориентированные исключительно на финансовый результат, не всегда связаны с пониманием сервисных пожеланий потребителя. Закономерным является формирование управления, априори исходящего из интересов и потребностей потребителя, т.е. сервисного управления. В таких условиях активный туризм, который предоставляет не только достаточный уровень физических нагрузок, но и рекреационную, и социокультурную составляющую, играет значительную роль в сохранении физического и психического здоровья современного человека. В России и, в частности, в Республике Алтай активный туризм получает все большее развитие, становясь достаточно доступным и при этом наиболее эффективным видом полезного отдыха и оздоровления. Наиболее полно его положительное влияние может проявиться только при условии рационального подхода к организации сервисных услуг в активных турах.

К сожалению, у значительной категории туристов активный тур ассоциируется с трудностями быта, скудным рационом питания и лишениями, хотя при правильной организации он способен удовлетворить самого взыскательного гостя, создав вокруг него ауру комфорта и гостеприимства.

Материалы и методы исследования

Вопросам изучения проблем и качества сервисного обслуживания на активных турах занимались Г.А. Аванесова, Л.В. Баумгартен, В.Ф. Буйленко, В.К. Гамов, И.В. Зорин, Т.П. Каверин, В.А. Квартальнов, М.В. Кобяк, Г.Я. Круль, И.И. Ополченнов, А.Г. Полянков, С.С. Скобкини др. В соответствии с ГОСТ Р 50681-2010 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристской услуги» основным туристским продуктом является программа обслуживания клиентов [1].

При выполнении исследований были использованы следующие методы: сравнение, анализ, синтез, обобщение, индукция, дедукция, сравнительно-описательный метод, а также метод полевых исследований и наблюдений.

Результаты исследования и их обсуждение

Сервисные услуги по подготовке питания к активному туристскому маршруту не уступают по важности самому походу. От того, насколько рационально гид или завхоз, ответственный за питание, составит меню, закупит и подготовит продукты, будет зависеть комфорт всей группы на маршруте. Имеются в виду не только разнообразие и вкусовые качества пищи, но и вес рюкзаков и, следовательно, степень физической нагрузки каждого человека [3].

Сервис по организации и созданию рациона питания на маршруте очень важен. Приготовление пищи в походе является комплексным процессом, включающим в себя несколько этапов: подготовка и поддержание костра, подготовка продуктов к приготовлению и непосредственно сам процесс приготовления пищи [4].

Турфирмы организуют активные туры в Республике Алтай по различным видам туров, ориентированным на разные сегменты потребителей, как по половозрастному составу, так и экономическим критериям. Нами был проведен опрос среди туроператоров, время деятельности которых составило более 5 лет и состоящих в общественных объединениях Алтайского края и Республики Алтай.

И если с безопасностью как первым и важнейшим элементом системы все определено, то второй элемент – комфорт – находится в постоянной модернизации [5]. Лагерь, где туристы проводят значительную часть времени суток, а это около 12-14 часов в активных коммерческих турах (в основном ночью) должен быть комфортным, и именно за этот комфорт потребители и платят [2]. Поэтому в данных условиях развития сегмента активных путешествий в России и, в частности, в Республике Алтай, к созданию комфортных условий в лагере применяются серьезные требования.

С появлением новых технологий и материалов изменились и требования к комфорту в туристских путешествиях со стороны туристов. Тренд на повышение качества услуг на активных маршрутах отмечают многие специалисты этого сегмента турбизнеса. Центральное место кемпинга занимает палатка.

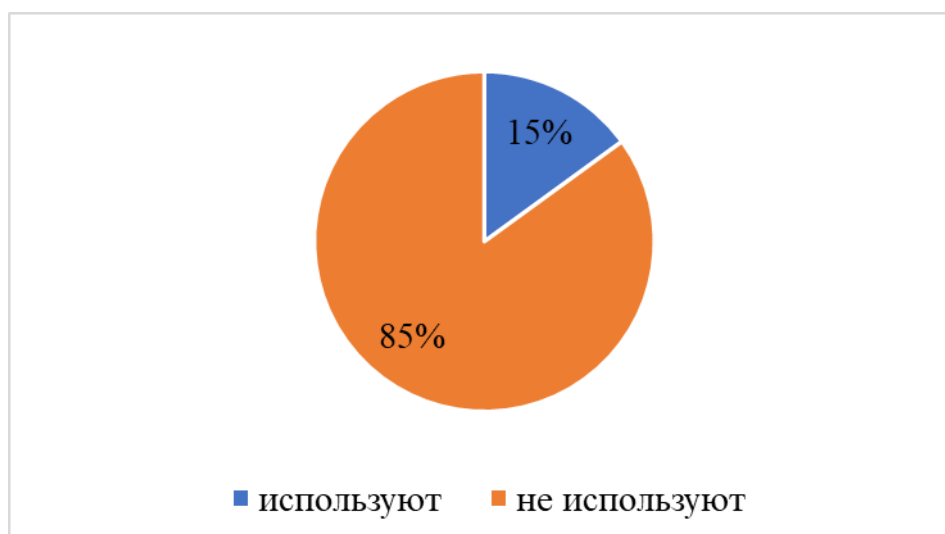


Рис. 1. Использование вкладышей в спальники как элемент сервиса в активном туре

В ходе исследования выяснилось, что самой проблемной услугой для создания уюта, по оценкам туристов, во время отдыха и сна является внешний вид и запах спального мешка, что существенно снижает качество самой услуги, а предоставление вкладышей в спальные мешки скорее исключение, чем правило.

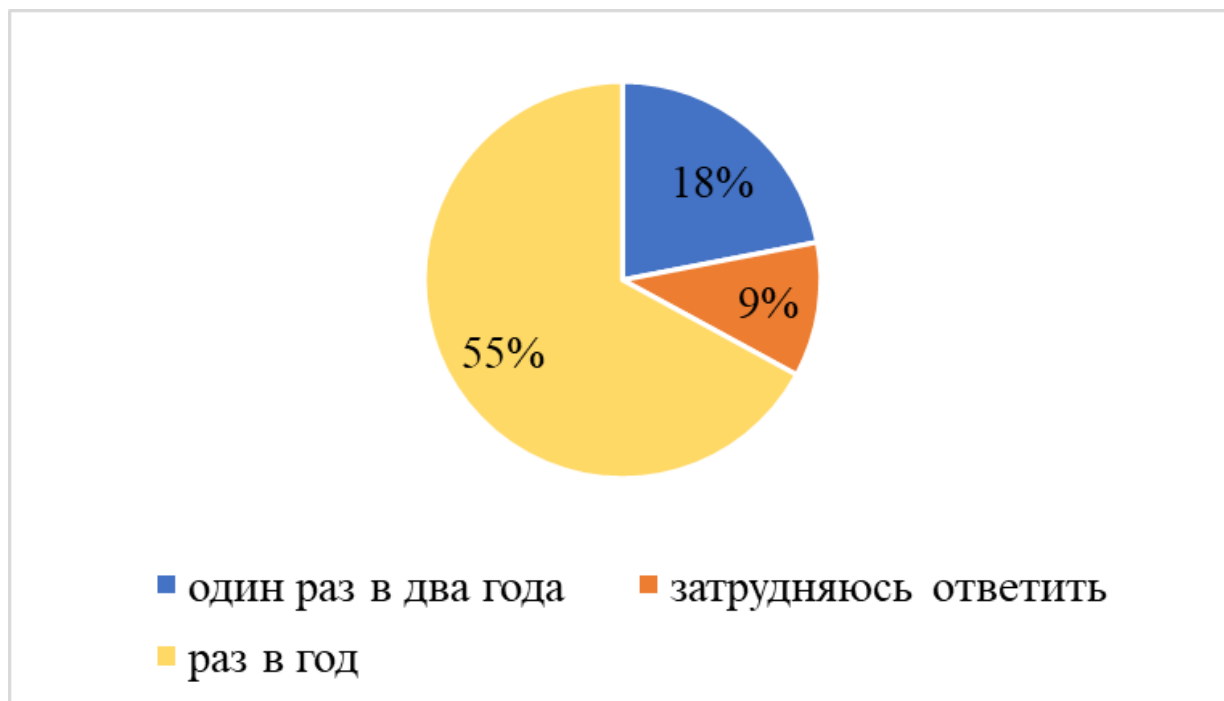


Рис. 2. Санитарная обработка спальников туроператорами, работающими на активных маршрутах в Республике Алтай

Следующий элемент сервиса – это санитарно-гигиенические сервисные услуги на активных маршрутах в Республике Алтай. Согласно ГОСТу Р 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг», разработка трасс походов должна осуществляться по территориям с благоприятными природными условиями, отвечающими экологическим и санитарно-гигиеническим нормам и требованиям, установленным в действующей нормативной документации (ССБТ, стандартам в области охраны природы), а также с учетом реальных возможностей развития конкретного вида туризма. К сожалению, большинство фирм работающих в низкогорье и среднегорье на Алтае очень слабо используют возможности мобильного душа, отправляя человека к ручью или реке с ледяной водой. Мобильные души компании BestWay, Coleman, имея вместимость 20 литров, весят всего 350 г.

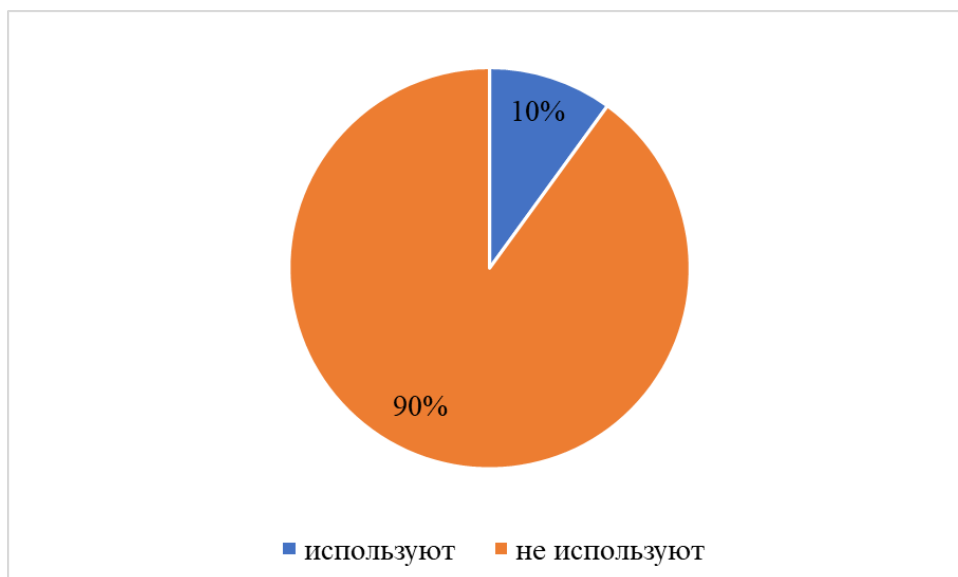


Рис. 3. Использование мобильного душа в активном походе туроперами, работающими на активных маршрутах в Республике Алтай

Около 25% рафтинг-операторов используют мобильные бани, что позволяет им не привязываться к отдельным кемпингам и отдыхать действительно вдали от цивилизации. При оказании сервисных банных услуг нельзя забывать о правилах безопасности, так как любимая процедура ныряния в воду может быть смертельно опасна.

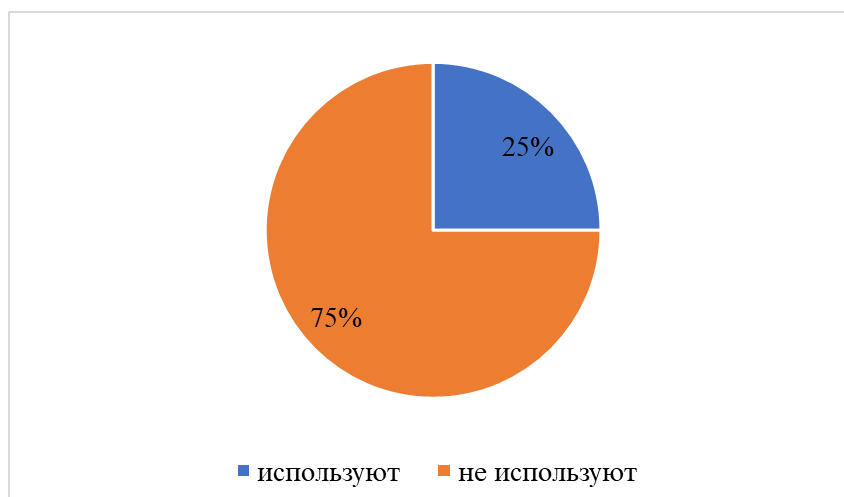


Рис. 4. Использование мобильных бань туроперами водного туризма, работающими на активных маршрутах в Республике Алтай

Следующим элементом сервисного обслуживания являются анимационные и экскурсионные сервисные услуги на активных маршрутах в Республике Алтай. Н.И. Гаранин подразделяет туристскую анимацию на три основных типа по важности, приоритетности и объему анимационных программ в общей программе путешествия (в турпродукте). Анимационный сервис в активных туристских походах пока еще не стал предметом пристального внимания туропе-

раторов, организующих туры в Республике Алтай. И дело здесь в том, что программы подготовки инструкторов-проводников практически не предполагают анимационной подготовки, поэтому основной анимационный сервис сейчас на маршрутах – это старые добрые посиделки у костра, где гид с гитарой выполняет роль аниматора, вовлекая туристов в мир туристской песни и романтики. 25% гидов-инструкторов от общего числа используют на территории Республики Алтай музыкальный инструмент коренных жителей – комус.

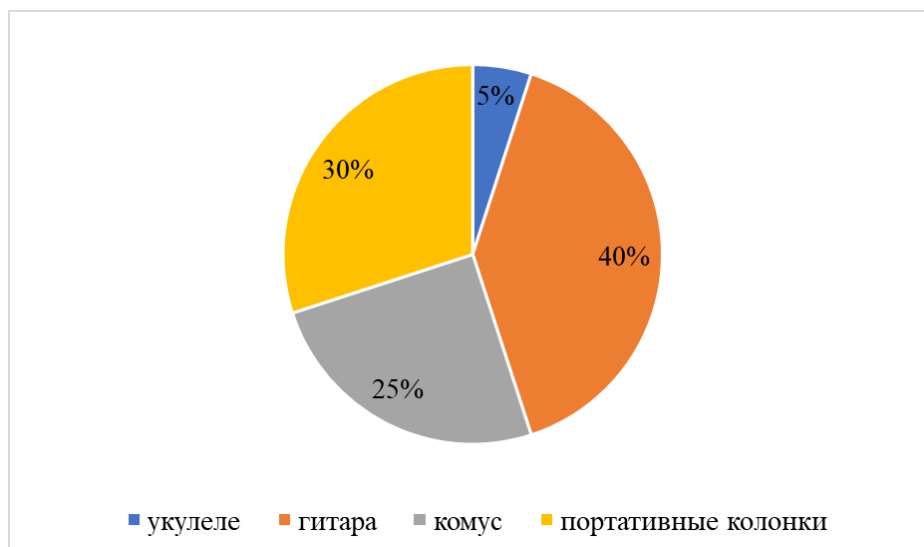


Рис. 5. Использование музыкальных инструментов и средств воспроизводства музыки на активных маршрутах в Республике Алтай

Положительные эмоции создают нужный фон для преодоления дальнейших трудностей активного маршрута. В ходе маркетингового исследования нам удалось выяснить, что лишь 18% турфирм используют данный вид анимации на практике.

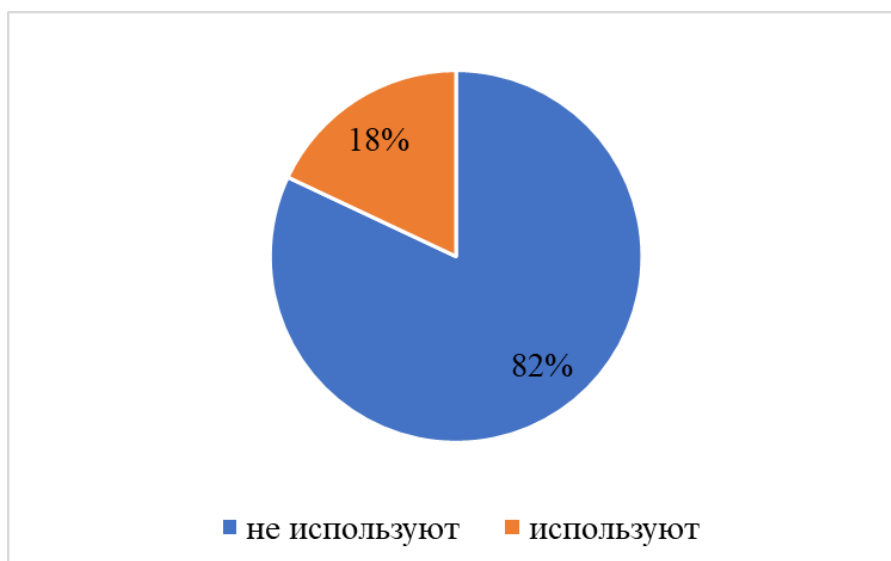


Рис. 6. Использование зрелищно-развлекательной анимации на активных маршрутах в Республике Алтай

Самыми яркими и запоминающимися событиями во время туристских поездок и путешествий, как правило, становятся масштабные театрализованные представления, которые надолго захватывают внимание туристов и впоследствии становятся «маячками» на туристских маршрутах, именно поэтому ставших наиболее привлекательными для туристов.



Рис. 7. Интерес гидов к экскурсионной информации об объектах туристского интереса в активных путешествиях в Республике Алтай

27% гидов по водному туризму или рафтинг-гидов не знают длину реки Катунь, на которой они работают и затрудняются назвать ледник, из которого она начинается. Сервис по предоставлению реальной информации об объектах туристам находится на низком уровне и порождает череду баек и легенд, в которые туристы, пораженные красотой Алтая, продолжают верить. Отсутствие профессиональных компетенций по экскурсионному сервису у гидов-инструкторов заставляет задуматься над механизмами обязательного повышения квалификации, и не только в области обеспечения безопасности.

Выводы

На основании проведенного исследования можно сделать вывод о том, каким значимым инструментом повышения качества активных туров являются сервисные услуги на маршрутах в Республике Алтай. Эти виды сервисных услуг, дополняющие основные, только находится на стадии становления и развития в нашем регионе. Нужны значительные социально-культурные и социально-педагогические ресурсы для формирования профессиональных компетенций сотрудников туроператорских компаний и гидов-инструкторов для формирования клиентоориентированной сервисной деятельности персонала в сегменте активного туризма. Формирование отношения к активному туризму, как к сервисной деятельности, а не спорту в природной среде одна из важнейших задач ближайшего времени. При анализе основных элементов сервисной деятельности были выявлены основные проблемы сервиса на активных маршрутах в Республике Алтай, которые заключаются в низком качестве санитарно-

гигиенических услуг, слабой анимации и посредственной путевой и экскурсионной информации, что негативно сказывается на качестве турпродукта.

Библиографический список

1. ГОСТ Р 50681-2010 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристской услуги» [Электронный ресурс]. – URL: <http://vsegost.com/Catalog/50/50319.shtml>.
2. Волков В.Г., Соболев А.В., Ляпин Р.И. Методические основы пешеходного туризма : учебно-методическое пособие. – Пенза : ПГПУ им. В.Г. Белинского, 2011. – 79 с.
3. Сидорчук Е.В., Немытов Д.Н. Подготовка туриста : учебное пособие. М. : Академия, 2009. – 208 с.
4. Суханов А.П. Питание и ведение хозяйства в туристском походе. – Красноярск : Краснояр. гос. ун-т, 2013. – 91 с.
5. Информация о развитии туристической отрасли Республики Алтай [Электронный ресурс]. URL: <https://altai-republic.ru/tourism/development/>.

References

1. GOST R 50681-2010 «Turistsko-ekskursionnoe obsluzhivanie. Proektirovanie turistskoj usluzhi» [Elektronnyj resurs]. – URL: <http://vsegost.com/Catalog/50/50319.shtml>.
2. Volkov V.G., Sobolev A.V., Lyapin R.I. Metodicheskie osnovy peshekhodnogo turizma: uchebno-metodicheskoe posobie. – Penza : PGPU im. V.G. Belinskogo, 2011. – 79 s.
3. Sidorchuk E.V., Nemytov D.N. Podgotovka turista: uchebnoe posobie. M. : Akademiya, 2009. – 208 s.
4. Suhanov A.P. Pitaniye i vedeniye hozyajstva v turistskom pohode. – Krasnoyarsk : Krasnoyar. gos. un-t, 2013. – 91 s.
5. Informaciya o razvitii turisticheskoy otrasli Respubliki Altaj [Elektronnyj resurs]. – URL: <https://altai-republic.ru/tourism/development/>.

УДК 379.85: 615.834(470)

ДИНАМИКА ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ ОТРАСЛИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

О.В. Отто, А.Г. Редькин

*Алтайский государственный университет
Барнаул, Россия*

Аннотация. Санаторно-курортный комплекс России сохраняет свое важное социальное значение, что отражается в росте потребителей. За последние