

- коллективного приема телевидения;
- радиотрансляция;
- проведения конференций и локального озвучивания.

Для обеспечения безотказной работы всего комплекса и входящих в него систем в настоящее время используются следующие принципы построения:

- распределенная схема управления, обмена данными между различными системами и элементами внутри одной системы;
- резервирование наименее отказоустойчивых элементов системы;
- интеллектуальный контроль основных элементов, параметров системы;

Основным ядром «интеллектуального здания» является система автоматизации здания, которая, кроме общеизвестных функций: автоматизация и диспетчеризация систем отопления, вентиляции и кондиционирования, водо/электроснабжения и т. д., - в той или иной мере участвует в интеграции с другими системами здания. Эти взаимосвязи в общих чертах сводятся к получению данных от систем для обеспечения рационального использования электроэнергии, других коммунальных ресурсов и интеллектуальный контроль основных элементов, параметров систем *для* ранней диагностики предаварийных/аварийных ситуаций в системах.

Очевидно, что использование современных технологий позволяет достичь повышения продаж, приверженности гостей и эффективности работы персонала. Гостиница превращается в управляемое предприятие, способное гибко реагировать на изменения в рыночной ситуации, что делает вложение средств в технологии полностью окупаемым. Усовершенствование туристского гостинично-ресторанного комплекса (ТГРК) на основе АСУ Hotel v2.3 и создание «интеллектуального здания» с полной автоматизацией всех процессов является современной необходимостью для дальнейшего конкурирования на рынке HoReCa.

1. Режим доступа: www.interhotel.ru.

2. Интеллектуальные технологии и системы [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.its.nsys.by.

3. Колик, И.С. Совершенствование менеджмента гостинично-ресторанных комплексов Республики Беларусь: дипломная работа студента / И.С. Колик; Белорус, гос. ун-т физ культуры. - Минск, 2010.

ПРЕДПОЧТЕНИЯ СТУДЕНТОВ В ВЫБОРЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА ДЛЯ ОТДЫХА

Конопляник Е.И.,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

Туристическим центром Института туризма был проведен опрос студентов БГУФК на предмет определения предпочтений студентов в выборе туристического продукта для отдыха.

В опросе приняло участие 245 студентов дневного отделения Института туризма, факультета массовых видов спорта 215 и 216 групп, факультета ОФКиТ.

Разработанная анкета включала ряд вопросов, позволяющих выявить источники информации о возможных турах, предпочтениях в выборе туристического продукта, количество денежных средств, которые готовы потратить респонденты на отдых, предстоящие планы анкетированных на отдых и др.

Из ответов на вопрос «Из каких источников Вы получаете информацию об интересующих Вас турах?» (газеты, интернет, журналы, ТВ, знакомые или родственники, другой вариант ответа) было установлено, что большинство опрошенных (177 человек, или 73 %) получают необходимую информацию посредством сети Интернет. 10 % студентов главным источником получения информации считают печатные СМИ, 8 % - прислушиваются к мнению знакомых, друзей, родственников. Наименьшее количество человек (2 % от общего числа опрошенных) полагают, что основным источником получения информации является телевидение.

На вопрос «Что в большей степени способно оказать влияние на Ваш выбор?» (новое интересное туристическое предложение, цена туристического продукта, советы друзей, подкупающая реклама, другой вариант) респонденты указали следующее: советы друзей и родственников являются наиболее значимыми в процессе выбора туристического продукта (36 % опрошенных), новое интересное предложение на рынке туристических услуг отметили 30 %; 27 % обращают внимание на цену туристического продукта; подкупающая реклама не влияет на выбор с точки зрения 5 % анкетированных; на другое указали 2 % респондентов. Известно, что туристический продукт обладает нематериальными свойствами (его нельзя пощупать, потрогать, оценить до момента получения), поэтому судить о его качестве возможно только по его организации. Следовательно, и влияние качества туристического продукта на выбор покупателей сводится к минимуму.

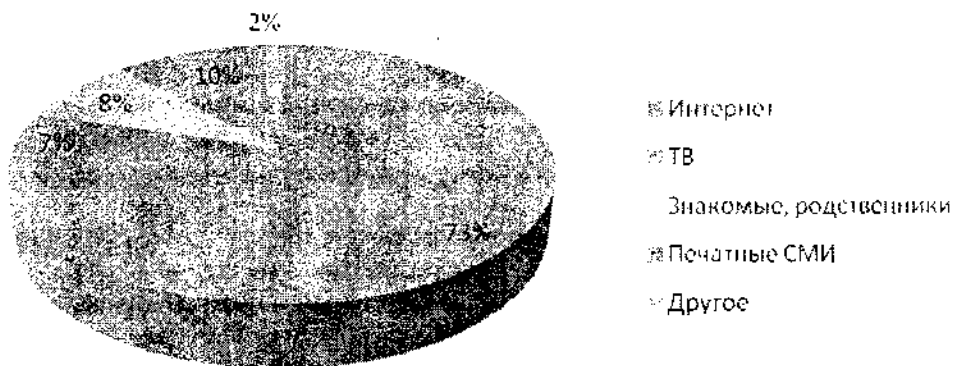


Рисунок 1 – Источники информации



Рисунок 2 – Выбор турпродукта

Анализ ответов на вопрос «Какой вид отдыха является более предпочтительным для Вас?» (экскурсионные туры, отдых на море, другое) позволил выявить, что отдых на море предпочли 71% опрошенных; экскурсионные туры пользуются популярностью у 17%; шоп-туры у 6%, лечебный туризм выбрал 1%, активный отдых тоже предпочитает 1% респондентов. Для 4% опрошенных предпочтительны все виды отдыха.



Рисунок 3 – Предпочтения по виду отдыха

Вопрос «Расставьте приоритеты относительно Ваших предпочтений в отдыхе, начиная с самого важного» (комфортабельность транспорта, условия проживания, работа руководителя группы, работа экскурсовода, программа тура в целом, что-то другое) позволил выявить, что предпочтения студентов разделились следующим образом:

- условия проживания значимы для 44% опрошенных;
- программа тура в целом находится в центре внимания у 43% респондентов;
- комфортабельность транспорта привлекательна для 4%;
- работу руководителя группы отмечают 4% опрошенных;
- работа экскурсовода предпочтительна для 2%;
- все пункты важны для 3% респондентов.

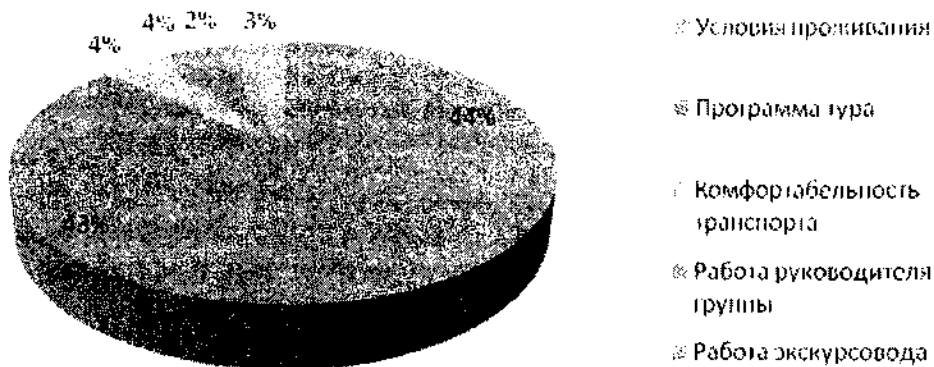


Рисунок 4 – Приоритеты относительно предпочтений в отдыхе

На вопрос «Сколько денежных средств Вы готовы потратить на Ваш отдых?» была получена информация, которая позволила разделить респондентов на следующие группы:

- до 100 у.е. - 7 %;
- 200-500 у.е.-14%;
- 600-1000 у.е.-16%;
- свыше 1000 у.е. - 18 %;
- затрудняюсь ответить - 45 % респондентов.

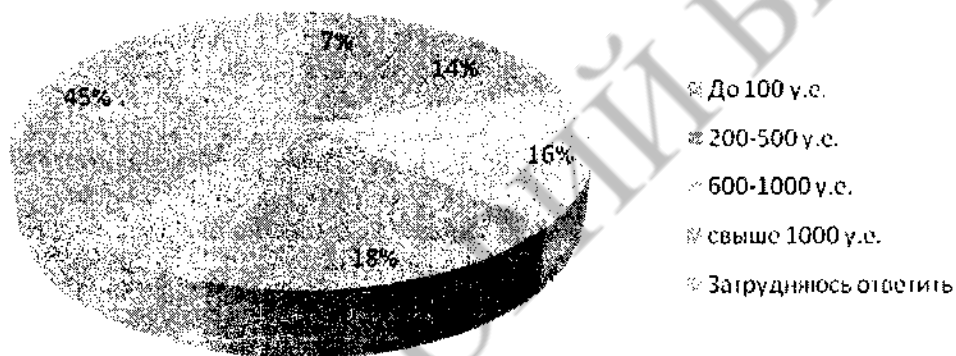


Рисунок 5 – Количество денежных средств, которые необходимо потратить на отдых

Вопрос «Где и когда Вы планируете провести следующий отпуск, каникулы, выходные?» выявил, что останутся в Беларуси 29 % анкетированных; планируют провести каникулы на море 39 %; на экскурсии в Европу поедут 12 % опрошенных; в шоп-туры отправится 1 %, а 19 % анкетированных еще не решили, где проведут каникулы.

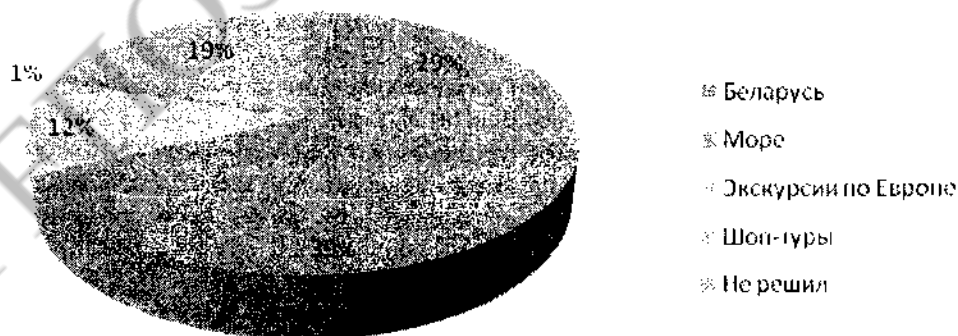


Рисунок 6 – Планы на отдых

Обобщая полученные результаты, можно заключить:

1.Самым доступным, быстрым, менее затратным источником получения информации о туристических предложениях для студентов БГУФК является интернет. Исходя из этого, возникает необходимость, как минимум, усовершенствования странички Туристического центра на сайте БГУФК, а как максимум - создание отдельного сайта, на котором будет размещена как вся необходимая информация о Турцентре, так и реклама всех предлагаемых путешествий. Требуется постоянное обновление данных для быстрого и оперативного информирования студентов о возможных видах отдыха.

2. Результаты опроса показали, что поездки на море наиболее востребованы и студенты готовы платить довольно большую сумму денег. Как результат - работниками Туристического центра заключены договора с туристическими операторами «ТЕЗ-ТУР», «Трэвел», «Альтус тур».

3. К приоритетам предпочтений в отдыхе самым важным фактором для клиентов являются условия их дальнейшего размещения.

О ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ И БЕЛАРУСИ В РАМКАХ СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА ПО ПОДГОТОВКЕ, ПЕРЕПОДГОТОВКЕ И ПОВЫШЕНИЮ КВАЛИФИКАЦИИ КАДРОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Копылов Ю.В.¹, Разуванов В.М.²,

¹Российский государственный университет туризма и сервиса,

Российская Федерация,

Белорусский государственный университет физической культуры,

Республика Беларусь

Не вызывает сомнений утверждение, что туризм в современном мире является одной из важнейших составляющих национальной и международной политики, мощным фактором экономического развития, активизации межгосударственного сотрудничества, укрепления дружбы и взаимопонимания, культурного взаимообогащения между народами. Все это в полной мере относится к политике Союзного государства России и Беларуси.

В результате осуществления системных взаимодействий на различных уровнях, проведения совместных мероприятий: конференций, семинаров, координационных совещаний, организованных при поддержке Постоянного Комитета Союзного государства, Парламентского Собрания Союза Беларуси и России, отраслевых министерств и ведомств и по инициативе профильных учебных учреждений Беларуси и России, прежде всего Института туризма и гостеприимства Российского государственного университета туризма и сервиса, Института туризма Белорусского государственного университета физической культуры, совместная деятельность в сфере туризма вышла на новый уровень, а «Политика в сфере туризма» была включена в качестве самостоятельного раздела в Концепцию социального развития Союзного государства на 2011—2015 гг.

Проектом Концепции социального развития Союзного государства на 2011-2015 гг. предусматривается регулирование туристской отрасли на базе совместных российско-белорусских программ, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма с целью формирования единого туристского пространства, кроме того, в проекте к приоритетам сотрудничества в сфере туризма отнесено формирование единого образовательного и информационного пространства, предусматривается выработка общих подходов по совершенствованию профессионального образования и повышению квалификации линейного персонала туристской отрасли.

В представленном материале изложен взгляд на основные направления и базовые принципы политики Союзного государства в области туризма и конкретные проекты и мероприятия, которые могут оказать существенное влияние на развитие образовательной деятельности в сфере туризма и гостеприимства.

Основным приоритетом политики Союзного государства видится формирование единого туристического пространства, что предусматривает устранение барьеров в культурном, социальном, экономическом взаимодействии граждан, а также субъектов экономики Российской Федерации и Республики Беларусь в сфере туризма, а также полноценное обеспечение и последовательное расширение гражданских, политических и экономических прав граждан и организаций в сфере туризма на всей территории Союзного государства.

Помимо того, необходимым является обеспечение многоуровневости взаимодействий в сфере туризма, что предусматривает активизацию контактов не только на высшем государственном уровне, но и региональном, местном, уровне туристических дестинаций, отдельных организаций и учреждений. Многовекторность деятельности в сфере туризма должна обеспечиваться взаимодействиями в рамках Союзного государства по различным направлениям и видам туризма, различным категориям населения, формам сотрудничества и предметам взаимодействий.

Приоритетными целями Союзного государства в сфере туризма является: формирование единого правового и экономического пространства в сфере туризма, что предусматривает дальнейшую унификацию национальных систем правового регулирования Российской Федерации и Республики Беларусь, создание единых правовых условий для субъектов хозяйствования сферы туризма и гостеприимства; формирование благоприятной бизнес-среды на территории Союзного государства.

Первоочередными задачами в контексте названных целей могут выступать: создание постоянно действующего координационного совета по предпринимательской деятельности в сфере туризма с участием представителей туристического бизнеса России и Беларуси; проведение ежегодных туристических бизнес-форумов