

*Титкова Н.Д.,
Велько В.И.*

Белорусский государственный университет физической культуры
Республика Беларусь, Минск

КАЧЕСТВО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОРНОЛЫЖНОМ СПОРТИВНОМ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ КОМПЛЕКСЕ «ЛОГОЙСК» (ГСОК «ЛОГОЙСК»)

*Titkova N.D.,
Velko V.I.*

Belarusian State University of Physical Culture
Republic of Belarus, Minsk

QUALITY OF SERVICE IN THE SKI SPORTS RECREATION COMPLEX“LOGOYSK”(GSOK “LOGOISK”)

ABSTRACT. The article analyzes the preferences of tourists vacationers in the GSOK “Logoisk”.

KEYWORDS: tourism; tourist service; GSOK “Logoisk”; ski tourism.

АННОТАЦИЯ. В статье анализируется качество обслуживания туристов отдыхающих в ГСОК «Логойск».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: туризм; туристическое обслуживание; ГСОК «Логойск»; горнолыжный туризм.

Горнолыжный туризм является одним из наиболее перспективных секторов туристического комплекса Республики Беларусь. В стране нет горных массивов, но есть высокие холмы и крутые овраги, склоны, которые прекрасно подходят для горнолыжного спорта и сноубординга. А также любителей активного отдыха привлекают умеренно мягкий климат снежных зим, отсутствие опасности схода лавин, оборудованные на высочайшем уровне трассы, и близость горнолыжных склонов к комфортабельным гостиницам, ресторанам и пунктам проката снаряжения. Большой популярностью среди иностранных и белорусских туристов пользуется горнолыжный спортивно-оздоровительный комплекс «Логойск».

Цель исследования: проанализировать качество обслуживания в ГСОК «Логойск».

Для достижения поставленной цели использовался метод анкетного опроса. Им было охвачено 100 человек. Респонденты были сопоставимы по возрасту и половому составу. Респонденты женского пола в возрасте от 18 до 30 лет – 62,4 %, от 31 до 45 лет – 37,6 %, что составило в общем 48 % респондентов. Респонденты мужского пола в возрасте от 18 до 30 лет – 69,4 %, от 31 до 45 лет – 30,6 %, что составило в общем 52 % респондентов.

На вопрос: «Каким образом Вы узнали о существовании горнолыжного комплекса «Логойск»?» респонденты ответили следующим образом: 72,4 % респондентов узнали о существовании комплекса посредством СМИ, 27,8 % респондентов узнали

непосредственно от знакомых. Вышеизложенное позволяет нам сделать вывод, что отдел маркетинга ГСОК «Логойск» ведет хорошую работу: постоянные обновления рекламы, меняется загруженность сайта, а информацию о комплексе можно найти на разных платформах в интернете, что в первую очередь способствует ознакомлению с горнолыжным центром.

Шкала: «Продолжительность отдыха» отражает, какой период времени наиболее приемлем для респондентов. Наиболее приемлемым для респондентов периодом времени отдыха являются только выходные, это связано с занятостью населения и затратами на отдых.

Результаты этой оценки представлены на рисунке 1.

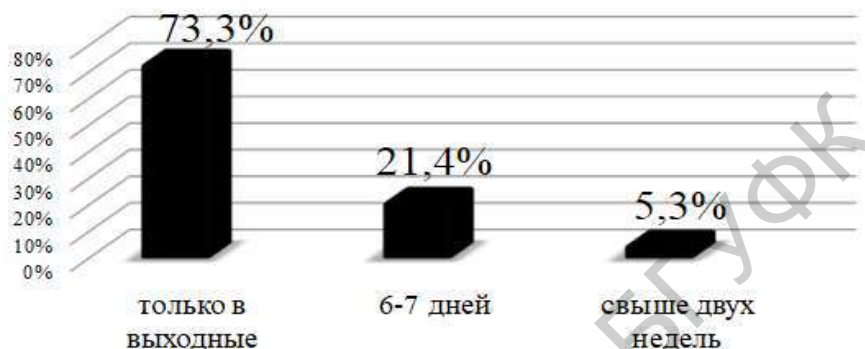


Рисунок 1 – Характеристика продолжительности отдыха

На вопрос: «С кем предпочитают отдыхать туристы на горнолыжном курорте?» респонденты ответили следующим образом: 56,9 % – с друзьями, 38,1 % – с семьей, 15,8 % – самостоятельно.

Результаты этой оценки представлены на рисунке 2.

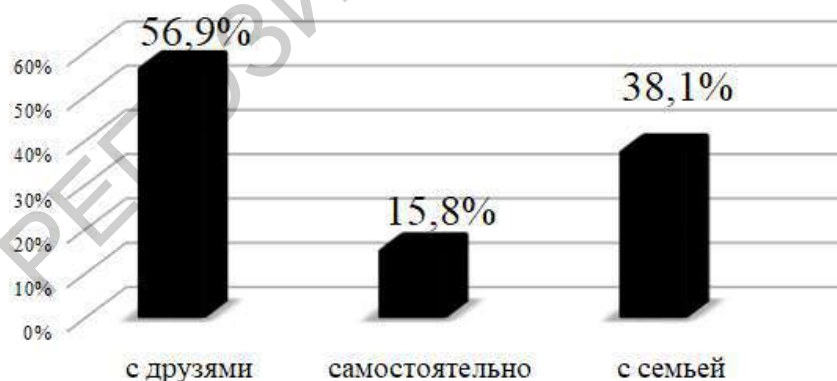


Рисунок 2 – Посещаемость горнолыжного комплекса

ГСОК «Логойск» имеет в своем распоряжении гостиницу, построенную в 2005 году. Общее количество номеров в отеле – 24. Из них 2 номера класса полу-люкс, 22 двухместных номера, а также предоставляется услуга аренды домов на сутки [1].

Шкала «Характеристика средств размещения» отражает, какие средства размещения наиболее приемлемы для респондентов во время посещения данного курорта. В большей степени респонденты отдают предпочтение гостиницам и коттеджам (54,4 и 42,1 % соответственно); размещение в частном секторе составило 3,5 %.

При выборе горнолыжного комплекса, многие туристы обращают внимание на качество прокатного оборудования, так как это напрямую связано с безопасностью и комфортом катания.

На вопрос: «Устраивает ли Вас качество прокатного оборудования?» респонденты в 77,3 % случаев ответили, что довольны качеством прокатного оборудования; 21,3 % респондентов считают, что материально техническая база устарела и непригодна для использования.

Во время пребывания на курортах туристы уделяют значимое внимание общепиту. Анализ анкетного опроса показал, что наиболее выгодным и практичным способом питания для респондентов является посещения кафе и приготовление пищи самостоятельно. Данные показатели составили 48,9 и 46,4 % соответственно. Наименьшее количество туристов выбрали ресторан, показатель составил 14,8 %.

На территории ГСОК «Логойск» в зимний сезон предоставляется единственный развлекательный аттракцион – тубинг «Веселая ватрушка» и минимальное количество зимних праздников. Анализ анкетного опроса по шкале «Характеристика развития горнолыжного комплекса «Логойск»» показал, что наиболее важным показателем для респондентов является организация массовых мероприятий, данный показатель составил 43,8 %.

Результаты этой оценки представлены на рисунке 3.



Рисунок 3 – Характеристика развития горнолыжного комплекса «Логойск»

Таким образом, на основе анализа потребителей можно сделать следующие выводы:

Качественный сервис, грамотное продвижение ресурса <https://logoisk.by>, постоянная работа СМИ способствуют ознакомлению с ГСОК «Логойск» большому количеству туристов.

Наибольший приток туристов приходится на выходные дни, что обусловлено занятостью населения и затратами на отдых.

Наиболее приемлемыми средствами размещения среди туристов являются гостиницы и коттеджи.

Посетители горнолыжного центра предпочитают отдыхать с друзьями, поэтому необходимо разработать скидочные карты для больших компаний и постоянных посетителей.

77,3 % респондентов довольны качеством прокатного оборудования, что свидетельствует о хорошей материально технической базе ГСОК «Логойск».

Во время пребывания на ГСОК «Логойск» туристы предпочитают питаться самостоятельно либо в кафе, что связано с высокими ценами на данный сектор услуг.

Организация массовых мероприятий является одним из значимых факторов для туристов при выборе отдыха на горнолыжных курортах.

Возрастной диапазон посетителей ГСОК «Логойск» от 18 до 30 лет, поэтому на рынке туристических услуг необходимо ориентироваться на потребителей данного возраста.

1. Горнолыжный спортивный оздоровительный комплекс «Логойск» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://logoisk.by>. – Дата доступа: 28.02.2019.

УДК 338.48

Титкова Н.Д.,

Гриб П.В.

Белорусский государственный университет физической культуры
Республика Беларусь, Минск

ОБСЛУЖИВАНИЕ ТУРИСТОВ ПРИ ПУТЕШЕСТВИИ НА АВТОБУСЕ

Titkova N.D.,

Grib P.V.

Belarusian State University of Physical Culture
Republic of Belarus, Minsk

SERVICE TOURISTS WHEN TRAVELING BY BUS

ABSTRACT. The article analyzes the main components of high-quality travel by bus transport, depending on the age category of tourists.

KEYWORDS: travel quality; tourist service; travel by bus.

АННОТАЦИЯ. В статье проанализированы основные составляющие качественного путешествия автобусным транспортом в зависимости от возрастной категории туристов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: качество путешествия; обслуживание туристов; путешествия на автобусе.

Автомобильные перевозки являются одним из основных видов туристских перевозок.

При организации поездок на автобусе руководители туристических организаций должны учитывать предпочтения туристов. Интересы туристов зависят от множества факторов: возраста, пола, национальности, образовательного уровня, уровня доходов, профессиональных интересов, хобби. При классификации путешествующих чаще всего учитывается их возраст.