

## СОДЕРЖАНИЕ

Состав редакционной коллегии.....	5
Приветственное слово директора Института туризма и гостеприимства .....	6
<i>Атаманюк М., Руфимова Л., Скворцов О.</i> О ВЫЧИСЛИТЕЛЬНОЙ СЛОЖНОСТИ ПОИСКА ОПТИМАЛЬНОЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ЦЕПИ.....	7
<i>Бажукова Н., Денисламова И., Юсова М.</i> ЭКСКУРСИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	10
<i>Богданова А., Веселова А., Соловьева К., Чупова А.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ПИТАНИЯ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ .....	14
<i>Букина И.</i> ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ДЕЛОВОГО ЦЕНТРА И АНАЛИЗ БИЗНЕС-УСЛУГ ГОСТИНИЦЫ «КОСМОС».....	18
<i>Бызова А.</i> СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ .....	23
<i>Доскач И.</i> ТУРИЗМ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ РОССИЯН.....	26
<i>Иванова Т.</i> УПРАВЛЕНИЕ ВАЛЮТНЫМИ РИСКАМИ В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ.....	32
<i>Калашников М.</i> ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ВОЕННО- ПАТРИОТИЧЕСКОГО ТУРИЗМА.....	35
<i>Карапетян А., Саяпин В., Бабичева А.</i> ПРОБЛЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ ТУРИСТСКОГО И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ.....	45
<i>Кисляк К.</i> ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	50
<i>Колсанов А.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В ТУРИСТСКОЙ СФЕРЕ .....	53
<i>Колягина Е., Струкова А., Савенкова К., Хабарова В.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ .....	56
<i>Коржеляк Е.</i> ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ГОСТЕЙ В ПРОЦЕССЕ ПРОЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ .....	58
<i>Кудрявцев Д.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА ЗА РУБЕЖОМ.....	66
<i>Лао Ш., Львов Е., Соломянная М., Тавакалов Т.</i> ИННОВАЦИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ОЧЕРЕДИ НА ЭСКАЛАТОР В МЕТРО .....	68
<i>Метальникова М., Баринова А.</i> РАЗВИТИЕ НОВЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА.....	70
<i>Миронова Д.</i> ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ ПОСРЕДСТВОМ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ.....	73

<i>Рустамова Я., Нестеров А.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ХАЛЯЛЬ-ТУРИЗМА В РОССИИ .....	76
<i>Савчук К.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА .....	80
<i>Сергеева Д.</i> СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В ТУРИЗМЕ .....	83
<i>Симакова В.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ .....	86
<i>Сагдуллаев Ш.</i> СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ .....	89
<i>Чиненова Д.</i> ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКИХ ПРОГРАММ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ .....	94

## **Состав редакционной коллегии**

Звягинцева Ольга Павловна, д. э. н., проф.  
Кузьмина Евгения Евгеньевна, д. э. н., проф.  
Бекетова Ольга Николаевна, д. э. н., доцент  
Лебедев Константин Анатольевич, д. э. н., доцент  
Лебедева Ольга Евгеньевна, к. э. н., доцент  
Арифуллин Марат Венерович, к. э. н., доцент  
Лавренченко С. А., к. ф.-м. н., доцент

## **Приветственное слово директора Института туризма и гостеприимства**

***Уважаемые участники конференции, коллеги, друзья!***

Я рада приветствовать всех на весенней научно-практической конференции «Молодежь, наука, сервис, туризм — 2019». Эту конференцию отличает то, что она проходит с международным участием. Статьи на нашу конференцию прислали студенты из Узбекистана и Казахстана.

Наши конференции отличает не только международный характер и подготовка теоретических докладов, но и активное обсуждение студентами возможных решений практических проблем в области туризма и гостеприимства.

Как известно, научно-исследовательская работа студентов является неотъемлемой частью образовательного процесса, так как она способствует развитию множества положительных качеств: большей самоорганизации (ведь эта деятельность требует затрачивания свободного времени и далеко не все могут от этого отказаться), творческого мышления, ответственности, формирования своей точки зрения и способности её отстаивать. А выступление перед значительной аудиторией слушателей способствует совершенствованию ораторского мастерства.

Желаю всем участникам конференции творческих успехов, не останавливаться на достигнутом и дальше развивать свой научный потенциал.

*Директор Института туризма и гостеприимства  
Звягинцева О. П.,  
д. э. н., проф., член-корреспондент РАЕН*

# О ВЫЧИСЛИТЕЛЬНОЙ СЛОЖНОСТИ ПОИСКА ОПТИМАЛЬНОЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ЦЕПИ

*Атаманюк М., Руфимова Л., Скворцов О.,*

студенты Института туризма и гостеприимства (г. Москва) (филиал)  
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования «Российский государственный университет  
туризма и сервиса», г. Москва

научный руководитель: Лавренченко С. А., к. ф.-м. н.,  
доцент Института туризма и гостеприимства (г. Москва) (филиал)  
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования «Российский государственный университет  
туризма и сервиса», г. Москва

*В статье рассмотрены проблемы нахождения наиболее эффективной энергетической цепочки от одного узла энергетической сети к другому.*

**Ключевые слова:** энергетическая цепочка, энергоэффективность, алгоритм Дейкстры.

В работах [2, 3] решена задача нахождения наиболее энергоэффективной цепи от подстанции  $a$  в пункт  $z$  в данной энергетической сети с выделенной парой узлов  $a$  и  $z$ . Поскольку энергоэффективность энергетической цепи равна произведению энергоэффективностей её звеньев [4], поставленную задачу можно перефразировать так: в данном ориентированном дуго-взвешенном графе найти цепь от узла  $a$  в узел  $z$  с максимальным произведением весов (энергоэффективностей) дуг звеньев цепи. Пример такой задачи с решением показан на первой диаграмме рис. 1.

Поставленную задачу можно решать двумя способами [2, 3]. Первый состоит в том, что вместо данного графа рассматривается такой же граф, но с весами дуг равными (соответственно) модулям логарифмов весов дуг исходного графа. Затем к графу с новыми весами применяется обычный (аддитивный) алгоритм Дейкстры [5] для нахождения цепи от  $a$  в  $z$  с минимальным суммарным весом. (Здесь минимальный суммарный вес соответствует минимальной убыточности цепи [1].) Если теперь вернуться в исходный граф, в нём соответствующая найденной цепь будет максимально энергоэффективной.

Второй способ состоит в том, что к данному графу применяется мультипликативная версия алгоритма Дейкстры, описанная в [2, 3] и проиллюстрированная на примере (рис. 1). Ответ к задаче усматривается из последней диаграммы (см. узел  $z$ ): наиболее энергоэффективной

цепью будет  $abcdz$ , она имеет максимальную энергоэффективность, равную 0,93168306.

Сравним два описанных способа с точки зрения сложности вычислений на примере рис. 1. Первый способ требует 10 логарифмированных (по числу дуг) и 10 сложений, а второй — 10 умножений. Оба способа требуют одинакового числа сравнений. Таким образом, в этом конкретном примере второй способ предпочтительнее первого с вычислительной точки зрения.

Рассмотрим общий случай при наихудшем сценарии, т. е. таком сценарии, при котором вычисления придётся производить по максимуму. При таком сценарии граф — полный, т. е. в нём присутствуют все возможные дуги (все упорядоченные пары его узлов). Всего таких дуг  $V(V - 1)$ , где  $V$  — число узлов графа.

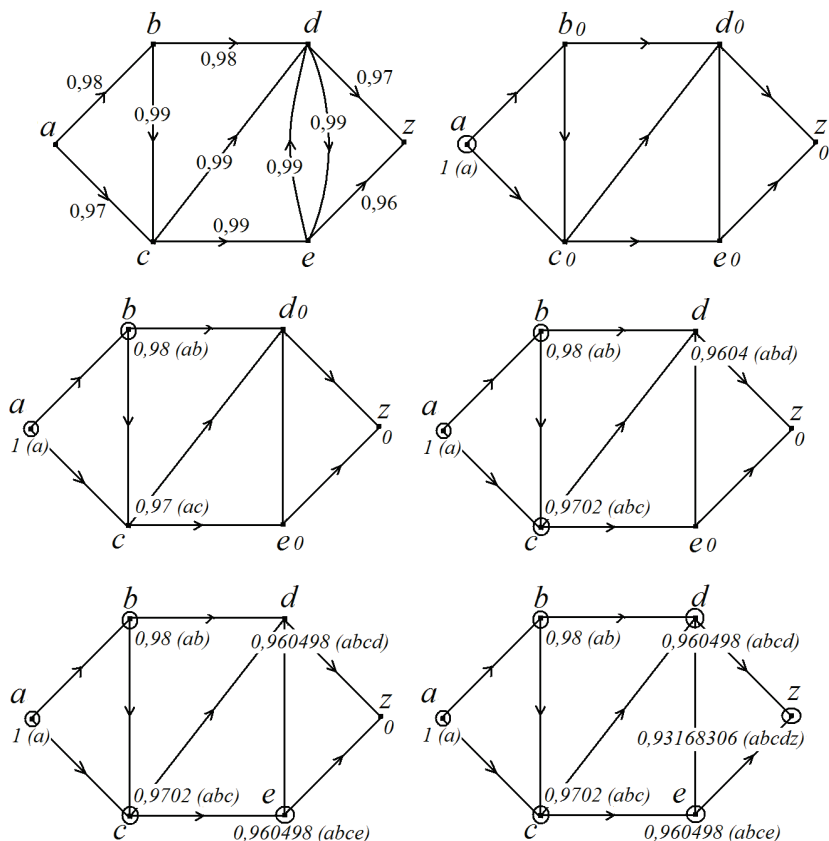


Рис. 1. Мультипликативный алгоритм Дейкстры

В общем случае при наихудшем сценарии первый способ требует самое большое  $V(V - 1)$  логарифмирований (по числу дуг) плюс самое большее

$$(V - 1) + (V - 2) + L + (V - (V - 1)) = V(V - 1) - V(V - 1)/2 = V(V - 1)/2$$

сложений, в то время как второй способ требует  $V(V - 1)/2$  умножений. Оба способа требуют одинакового числа сравнений. Таким образом, если пренебречь вычислительной сложностью сложений, в случае наихудшего сценария первый способ требует  $V(V - 1)$  логарифмирований, а второй требует  $V(V - 1)/2$  умножений. Итак, в случае наихудшего сценария первый способ значительно ресурсозатратнее второго.

Рассмотрим теперь важный частный случай (как и выше, при наихудшем сценарии), когда веса у каждой пары противонаправленных дуг равны между собой. Тогда при первом способе логарифмирований потребуется в два раза меньше, чем в общем случае, т. е.  $V(V - 1)/2$  логарифмирований, а при втором способе по-прежнему потребуется  $V(V - 1)/2$  умножений. Сложность вычисления натурального логарифма (с использованием среднего арифметико-геометрического) есть  $O(M(n)\ln n)$ . Здесь  $n$  обозначает число точных цифр при вычислении натурального логарифма и  $M(n)$  обозначает вычислительную сложность умножения двух  $n$ -значных чисел. Итак, в рассмотренном частном случае первый способ по-прежнему сложнее второго с вычислительной точки зрения.

### Список использованной литературы

1. Лавренченко С. А., Горшкова Л. В., Лао Ш. С. Антагонистические лог-пары в социально-гуманитарных науках // Сервис plus. 2017. Т. 11. № 2. С. 87–101.
2. Лавренченко С. А., Дуборкина И. А. Алгоритмы поиска эффективных логистических цепей // Статья в открытом архиве arXiv библиотеки Корнельского университета (ar-Xiv, Cornell University e-print repository) <http://arxiv.org/>. Итака, штат Нью-Йорк (США). 09.04.2015. № arXiv:1504.03170. 10 с. URL: <https://t.co/lhU6Qdhap1> (дата обращения: 10.02.2019).
3. Лавренченко С. А., Дуборкина И. А. Алгоритмы поиска эффективных логистических цепей сети процесса для сферы сервиса // Сервис в России и за рубежом. 2015. Т. 9. № 2 (58). С. 37–48.
4. Регуляторные аспекты политик энергоэффективности / З. Лонгаи, А. Пал, Г. Бакош, Л. Верринг: учебник INOGATE. — Европейский Союз: ERRA, 2011. — 88 с. Электронный ресурс: URL: <https://clck.ru/EiFDc> (дата обращения: 15.11.2018).
5. Rosen K. H. Discrete Mathematics and Its Applications, 7th edition. McGraw-Hill, 2012.

## ЭККУРСИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Бажукова Н., Денисламова И., Юсова М.,*  
студенты Института туризма и гостеприимства  
(г. Москва) (филиал) федерального государственного бюджетного  
образовательного учреждения высшего образования «Российский  
государственный университет туризма и сервиса», г. Москва

научный руководитель: Крамарова Т. Ю., к. п. н.,  
доцент Института туризма и гостеприимства (г. Москва) (филиал)  
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования «Российский государственный университет  
туризма и сервиса», г. Москва

*В настоящей работе рассматривается литературная экскурсия, как фактор развития въездного туризма, который наряду с внутренним туризмом признан приоритетным направлением экономического развития России.*

**Ключевые слова:** *въездной туризм, иностранный турист, экскурсант, литературная экскурсия, технология экскурсии, Москва, М. А. Булгаков.*

Экскурсионная деятельность имеет большое значение в организации досуга и отдыха людей. Экскурсия является одной из основных составляющих туризма, поскольку включается почти в любой его вид: образовательный, религиозный, экологический или культурно-познавательный.

В нашей работе рассматривается литературная экскурсия, как фактор развития въездного туризма, который наряду с внутренним туризмом признан одним из приоритетных направлений экономического развития России.

В последнее время литературные экскурсии пользуются неизменным интересом во всем мире. Такие экскурсии интересны не только читающей публике, в жизни которой, чтение книг занимает особое место. Сегодня такие экскурсии интересны широкому кругу экскурсантов, так как позволяют им лучше ознакомиться с историей места пребывания, глубже погрузиться в сюжет знакомого литературного произведения, прикоснуться к творчеству и писателей и поэтов, а также наглядно увидеть места, где разворачивались действия героев или где создавались те или иные произведения.

Таким образом, для иностранных туристов, поток которых в Россию растет с каждым годом, литературная экскурсия — это не только возможность ближе познакомиться с прочитанным произ-



ведением и его автором, но и увидеть те места Москвы, которые обычно не охватывают обзорные экскурсии, то есть квартиры, подъезды, небольшие улочки.

Технология литературной экскурсии, организуемая в рамках въездного туризма для иностранных, требует особого подхода и выбора специальных методов, так как это связано с погружением представителей другой культуры в глубины русской литературы, которые не всегда понимают ее особенности.

Методы подготовки и организации литературной экскурсии должны быть направлены на то, чтобы помочь экскурсантам легче усвоить содержание экскурсии. Теория и практика экскурсионного дела, в качестве таковых, называет — методические приемы показа и приемы рассказа. Именно они дают возможность сделать экскурсию оригинальной и запоминающейся.

Обратимся к нормативно-правовой базе, определяющей понятийный аппарат экскурсии. Так, в Федеральном законе № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности» определено, что «экскурсант — это лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика» [1].

Понятие «экскурсия» определено в национальных стандартах «как поездка, прогулка с образовательной, научной, спортивной, увеселительной целью, которая проводится как в групповом, так и в индивидуальном порядке» [2].

Понятие литературная экскурсия в нормативно-правовых актах Российской Федерации отсутствует.

Анализ теории и практики экскурсионного дела позволяет определить, что литературные экскурсии — это экскурсии на литературную тему.

Литературные экскурсии обычно делятся на три группы:

1. Литературно-биографические или, как их еще называют, монографические. Они проводятся по местам, которые сохранили память о жизни и творчестве писателя, драматурга или поэта.

2. Историко-литературные или обзорные. Такие экскурсии раскрывают определенные периоды развития русской и советской литературы.

3. Литературно-художественные или политико-текстовые экскурсии. Знакомят с местами, которые нашли отражение в произведениях того или иного писателя. Отметим, что правильно классифицированные экскурсии могут обеспечить все условия для лучшей подготовки работы экскурсовода с экскурсантами [3, 4, 5, 6, 7].

В качестве одного из примеров организации литературной экскурсии для иностранных туристов приведем пример экскурсии «Москва Булгаковская». Для решения задач настоящей работы нами было проведено анкетирование иностранных читателей о произведении Михаила Афанасьевича Булгакова.

Проанализировав полученные данные, нами был сделан вывод о том, что большинство иностранных туристов знакомо с творчеством М. А. Булгакова. Следует отметить, что большинство респондентов, отвечая на вопрос: «Понятен ли вам роман М. А. Булгакова “Мастер и Маргарита”» ответили отрицательно.

Полученные данные при проведении исследования будут полезны при подготовке технологической карты экскурсии и контрольного текста экскурсовода.

Мы предлагаем при подготовке экскурсии «Москва Булгаковская» для иностранных туристов шире использовать информацию о достопримечательностях города, памятниках архитектуры, этнических и природных особенностях, а также заострять внимание на отдельных, наименее понятных аспектах литературного произведения.

Еще одним предложением является необходимость установления обратной связи с экскурсантами, путем проведения опроса или анкетирования по окончании экскурсии, с целью выяснения их отношения к показу и рассказу экскурсовода. Такие меры необходимы для дальнейшего совершенствования экскурсии. Важным аспектом организации экскурсии является правильный выбор объектов показа.

Мы предлагаем экскурсантам следующий набор объектов в рамках пешей экскурсии:

1. Патриаршие пруды, на которых начали разворачиваться действия романа «Мастер и Маргарита», и аллею, где на одной из скамеек вели беседу с Воландом Михаил Берлиоз и Иван Бездомный;

2. Дом, в котором жил Михаил Булгаков и в котором находится «нехорошая квартира»;

3. Здание театра «Варьете», из-под купола которого летели червонцы во время сеанса магии;

4. Переулок, в котором познакомились главные герои романа — Мастер и Маргарита;

5. Здание МАССОЛИТа, где работал Берлиоз и критики, не допустившие публикацию романа Мастера;

6. Особняк Зинаиды Морозовой — один из прототипов домов, где жила Маргарита [10].

Проходя эти объекты, экскурсантам удастся повторить часть маршрута, по которому проходили герои «Мастера и Маргариты», они увидят столицу с совершенно другой стороны, не такой, какой ее обычно показывают туристам.

В заключении необходимо отметить, что литературные экскурсии становятся все более популярными среди иностранных туристов. Многие иностранцы считают, что русская классика — это проводник в познании «русской души», вследствие чего они ее так охотно читают [9]. А посещения литературных мест позволяют представителям иной культуры больше узнать о России, как стране и культурном явлении.

Литературные экскурсии, при условии правильной технологии их подготовки и проведения могут стать мощным фактором развития въездного туризма в России.

### Список использованной литературы

1. Федеральный закон от 24.11.1996 №132-ФЗ (ред. От 28.12.2016) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
2. ГОСТ Р 50681-2010. Национальный стандарт Российской Федерации «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://docs.cntd.ru>
3. Долженко Г. П. Экскурсионное дело [Текст]: Учебное пособие для бакалавров и магистрантов / Г. П. Долженко. — Изд. 4-е, испр. и доп. — Ростов н/Д.: Феникс, 2012. — 308 с.
4. Курило Л. В. Основы экскурсионной деятельности [Текст]: Учебное пособие по направлениям 080200.62 «Менеджмент» и 100400.62 «Туризм» / Л. В. Курило, Е. В. Смирнова; Рос. междунар. акад. туризма. — М.: Советский спорт, 2012. — 206 с.
5. Организация экскурсионной деятельности в Тольятти [Текст]: Монография / [Ельчанинов М. С. и др.]; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования «Поволжский гос. ун-т сервиса» (ФГБОУ ВПО «ПВГУС»). — Тольятти: Поволжский гос. ун-т сервиса, 2012. — 174 с.
6. Маймистова Д. С. Какой должна быть экскурсия в XXI веке / Д. С. Маймистова // Читатель в городе: город как учебник, город как мастерская, город как место для творчества. — М., 2017. С. 246–257.
7. Информационный сайт «Википедия — свободная энциклопедия». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org>
8. Информационный сайт «Faet». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://faet.ru>
9. Туристская компания «Незабываемая Москва» <https://xn--80aaacfpel4cc2n3b.xn--80adxhks>

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ПИТАНИЯ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

*Богданова А., Веселова А., Соловьева К., Чупова А.,*  
студенты Института туризма и гостеприимства  
(г. Москва) (филиал) федерального государственного бюджетного  
образовательного учреждения высшего образования «Российский  
государственный университет туризма и сервиса», г. Москва

научный руководитель: Крамарова Т. Ю., к. п. н., доцент Института  
туризма и гостеприимства (г. Москва) (филиал) федерального государственного  
бюджетного образовательного учреждения высшего образования  
«Российский государственный университет туризма и сервиса», г. Москва

*В настоящей статье предлагается технология организации здорового питания в гостинице, включающая шесть пунктов.*

**Ключевые слова:** *гостиница, здоровое питание, технология, здоровый образ жизни, меню, оборудование, персонал.*

В настоящее время одной из актуальных проблем индустрии гостеприимства является проблема здорового питания в гостиницах и иных средствах размещения, что диктует необходимость поиска наиболее эффективной технологии его организации.

В настоящее время понятие «здоровое питание» прочно вошло в научный, профессиональный и повседневный оборот. Синонимами данного понятия являются такие понятия как «правильное питание» и «полезное питание».

Анализ теории и практики показывает, что под «здоровым питанием» принято понимать такое питание, которое не наносит вред здоровью человека, а наоборот приносит только пользу.

Организация здорового питания предусматривает приготовление сбалансированной пищи, правильной с точки зрения диетологии, которая сочетает в себе продукты в нужных пропорциях, с использованием качественных, свежих продуктов, с учетом достоверности и надежности их происхождения, способа доставки, условий хранения и технологии приготовления.

Многочисленные исследования современных авторов позволяют определить общую технологию организации здорового питания в гостинице.

На наш взгляд, такая технология может быть представлена следующим образом:

1) составление меню здорового питания с учетом достижений современной диетологии;

- 2) приобретение и использование оборудования, необходимого для приготовления блюд здорового питания;
- 3) формирование навыков организации здорового питания у различных категорий работников;
- 4) поиск поставщиков необходимых продуктов и заключение договоров поставки;
- 5) интеграция здорового питания в общую концепцию здорового образа жизни (ЗОЖ) гостиницы;
- 6) мониторинг результатов организации здорового питания в гостинице с последующей корректировкой меню.

Кратко остановимся на первом пункте технологии — составлении меню здорового питания. Для составления такого меню необходима совместная работа диетолога и шеф-повара, которые вместе создадут сбалансированное меню высокой кухни, разработают технологические карты и т. д. Составление меню здорового питания — процесс трудоемкий, особенно, если гостиница предлагает одновременно 2 формата услуг питания: шведский стол и а la carte.

Известно, что система «шведский стол» предусматривает свободный выбор гостем любых блюд из предложенного меню. Чаще всего данный формат представлен в гостиницах, практикующих Allinclusive. Такие гостиницы располагаются, прежде всего, в курортных зонах, их целью является укрепление здоровья отдыхающих.

Как правило, изобилие блюд шведского стола соблазняет гостя на потребление еды без контроля. В результате, через какое-то время гость ощущает набранные килограммы, и испытывает чувство вины. В конечном итоге, гостю приходит мысль о том, что пребывание в гостинице не только не способствует укреплению его здоровья, а наоборот наносит вред.

Таким образом, перед гостиницей стоит непростая задача: с одной стороны сохранить коммерческую привлекательность с использованием предлагаемого формата, с другой стороны позаботиться о здоровье гостей, что позволит сохранить их в качестве постоянных клиентов, а также, по возможности, привлечь новых клиентов.

Принято считать, что «здоровое питание» — это «невкусное питание», поэтому при разработке меню, перед персоналом стоит еще одна непростая задача: с одной стороны, разработать сбалансированные, полезные блюда, с другой — не потерять их оригинальных вкусовых свойств.

Можно предложить технологию «шведский стол здорового питания». Важно, чтобы гость стал «соучастником», «соавтором» этой технологии. Для этого можно предложить гостю сбалансированные блюда, сориентировав его в их калорийности и порционности. Рядом с блюдами можно разместить подсказки, взглянув на которые, гость

может подобрать для себя правильную порцию. Для этого столовая ложка конкретного блюда заранее взвешивается, просчитывается калорийность блюда по весу. Таким образом, гость может сам составить из представленных блюд рацион на весь день из расчета необходимой суточной калорийности (1200–1600–2000). Подсказки по суточной норме также должны присутствовать и на столах.

Таким образом, составляя меню, гость будет знать необходимый объем и калорийность необходимой ему пищи, будет иметь возможность контролировать количество потребляемой еды в период пребывания в гостиницы, а также сможет приобрести навыки организации здорового питания на будущее — правильно питаться.

Второй пункт предлагаемой технологии связан с приобретением и использованием специального оборудования, необходимого для приготовления блюд здорового питания, в том числе для обработки продуктов. Например, бойлерный пароконвектомат, вакууматор, дегидратор.

Технология приготовления здорового и сбалансированного питания предусматривает использование оборудования, которое обеспечивает щадящий режим «длительное приготовление на низких температурах», с использованием низкого содержания жира, при этом сохранит максимальное количество полезных веществ.

В этой связи необходимо тщательно выбирать поставщиков такого оборудования.

Третий пункт технологии связан с подготовкой персонала к организации здорового питания. Большое внимание должно быть уделено обучению сотрудников. Форматы обучения могут включать в себя тренинги и мастер-классы для персонала разного уровня, в том числе шеф-поваров. В свою очередь, шеф-повара должны осуществлять визиты на объекты, где уже внедрена система здорового питания.

Четвертый пункт технологии связан с поиском поставщиков необходимых продуктов и заключение с ними договоров поставки.

Качественные и свежие продукты, пожалуй, играют самую важную роль в предлагаемой технологии. Поиск поставщиков — задача непростая. Это связано с тем, что на рынке действуют различные организации и предприниматели, которые занимаются поставкой продуктов. Поэтому, решив проблему поиска партнеров-поставщиков, можно будет проще отследить происхождение продукта и поручиться за качество блюд, подаваемых к столу гостя.

Пятый пункт — интеграция здорового питания в общую концепцию ЗОЖ гостиницы, предусматривает создания условий для его функционирования в целостной системе.

Фитнес, СПА, косметологические услуги и здоровое питание — это звенья одной цепи. Необходимо отметить, что анализ практики

использования целостной концепции (ЗОЖ) в отечественных и зарубежных гостиницах показывает, что такой подход позволяет не только решить текущие проблемы гостей, но и улучшить имидж предприятий, а также увеличить продажи.

Интегрируя здоровое питание в общую концепцию ЗОЖ гостиницы, можно разработать специальные меню для баров и СПА-центров. Например, детокс-меню, по которому в СПА можно предложить функциональный напиток, сок, смузи из 6–12 ингредиентов. К детокс-меню можно порекомендовать гостю детокс-программу в СПА-центре, массаж или другие сопутствующие процедуры, которые будут способствовать процессу детоксикации организма человека.

Последний пункт технологии предусматривает организацию постоянного мониторинга результатов организации здорового питания в гостинице с проведением последующей корректировки меню в зависимости от конкретных условий и запросов гостей.

Предлагаемая технология может быть использована не только в крупных гостиницах премиального сегмента, но и в любых средствах размещения, для чего необходимо будет разработать специальные программы, при совместной работе шеф-поваров и диетологов.

Например, для «демократичного» меню можно будет использовать отечественную альтернативу зарубежным сортам мяса и рыбы. Тем более, что программа импортозамещения сейчас успешно выполняется. Создавая сбалансированное меню, шеф-повар также учитывает себестоимость и продажную цену продуктов. Таким образом, организация здорового питания в гостинице возможна при условии правильно разработанной технологии.

### **Список использованной литературы**

1. Здоровое питание с рождения: медицина, образование, пищевые технологии: Материалы VI Российского форума. «Санкт-Петербург — 2011», 28–29 октября [Текст]. — СПб., 2011. — 88 с.
2. Поздняков Ю. М. Здоровое питание [Текст]: [энергетическая ценность рациона питания должна быть равна энергозатратам организма, питание должно быть сбалансированным по количеству углеводов, жиров, белков, витаминов и минералов, необходимо соблюдать правильный режим питания] / Ю. М. Поздняков. — М.: [б. и.], [2015]. — 47 с.
3. Могильный М. П. Организация производства продукции здорового питания [Текст]: (принципы здорового питания: рекомендации, правила, характеристика): Учебное пособие при подготовке магистров по направлению подготовки 260800 и 19.04.04 — Технология продукции и организация общественного питания / М. П. Могильный, Т. В. Шленская; под ред. М. П. Могильного. — М.: ДеЛи плюс, 2015. — 178 с.

## ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ДЕЛОВОГО ЦЕНТРА И АНАЛИЗ БИЗНЕС-УСЛУГ ГОСТИНИЦЫ «КОСМОС»

*Букина И.,*

студентка Московского гуманитарного университета,  
г. Москва

научный руководитель: Арифиллин М. В., к. э. н.,  
доцент Института туризма и гостеприимства (г. Москва) (филиал)  
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования «Российский государственный университет  
туризма и сервиса», г. Москва

*В статье рассматривается организация работы делового центра и анализ бизнес-услуг гостиницы «Космос», оборудование и требования к деловому центру, требование к персоналу.*

**Ключевые слова:** деловой центр, бизнес-услуги гостиницы «Космос», требования к помещению, оборудование для бизнес-услуг, корпоративные клиенты.

Для того чтобы пребывание в гостинице было удобным и комфортным, необходимо помимо проживания оказывать также широкий спектр дополнительных услуг для гостей. В гостиницах с высоким уровнем обслуживания обязательны (4–5-звездочные): бизнес-центр, оздоровительный центр, услуги по предоставлению автотранспорта и другие, которые создают условия для успешной работы, проживания и отдыха гостей, а также являются источником дополнительного дохода гостиницы. Доля доходов от предоставления дополнительных услуг может достигать 30 %.

Компания AirportExpress опросила более 600 деловых людей-путешественников по всему миру и выяснила, что 57 % из них считают бесплатный Wi-Fi самой важной дополнительной услугой в отеле.

На втором месте по значимости находится организация трансфера от аэропорта до отеля – 30 %. Следующее по важности место в пакете дополнительных услуг для гостиниц занимает служба предоставления конференц-услуг и услуг бизнес-центра.

Бизнес-центр как структурное подразделение крупной гостиницы подчиняется, как правило, управляющему или заместителю управляющего гостиницы.

В последнее время появилась тенденция к проведению корпоративных мероприятий в гостиницах, расположенных за городом или на курортах. А это требует от гостиницы обеспечения клиентов конференц-возможностями.



Гостиницы, ориентированные на туризм и отдых, могут ограничиться созданием маленького бизнес-центра, который будет предоставлять только самые необходимые услуги. Это услуга будет благотворно сказываться и на качестве отдыха проживающих, и на репутации самой гостиницы.

Бизнес-центр должен располагаться в отдельной комнате, общей площадью не менее 25 кв. м, чтобы его посетители могли спокойно работать на компьютере. При бизнес-центрах иногда действуют и комнаты для переговоров, желательно, чтобы они находились поблизости.

По стандарту на гостиницу, количество номеров которой составляет от 200 до 250, следует отводить 2–3 компьютерных места.

Не следует экономить на оборудовании, на удобной офисной мебели или на площади. Это не принесет ощутимой выгоды, напротив, может негативно отразиться на качестве обслуживания и, как следствие, уменьшит количество клиентов гостиницы.

Часто бизнес-центры располагаются на первых этажах гостиниц. Главное, чтобы его было легко найти, и из него был бы свободный доступ к лифтам, конференц-помещениям.

В средствах размещения, предоставляющих бизнес-услуги, должны быть оборудованы следующие помещения для проведения мероприятий:

- конференц-зал;
- конгресс-холл;
- помещения/комнаты/холлы/залы для переговоров и деловых встреч;
- зона коворкинга для работы и деловых встреч;
- помещения для организации и предоставления кофе-брейков, фуршетов.

Необходимо, чтобы бизнес-центр в гостинице 4 и 5 звезд работал круглосуточно, так как специфика гостиниц такова, что его постояльцами могут быть люди из различных стран с разными часовыми поясами, либо же люди, работающие в сфере бизнеса или управления, которым в любой момент могут потребоваться факс, компьютер, Интернет.

Стандартный набор оборудования для бизнес-центра зависит, прежде всего, от категории данного бизнес-центра. Различные функции, которые выполняет центр, диктуют и различие в техническом оснащении. Но любое оборудование должно непременно находиться в исправном состоянии и быть достаточно современным.

Для небольшого бизнес-центра самым необходимым является наличие телефона, факса, компьютера (обязательно с подключением к сети «Интернет») и принтера.

Техническое оборудование, необходимое для проведения мероприятий может быть стационарным и/или переносным и должно устанавливаться по заявкам участников.

Служба, находящаяся при бизнес-центре, может быть представлена директором и его секретарем, а также есть необходимость содержать инженера, который мог бы следить за исправностью оборудования, ремонтировать и настраивать его.

Для более крупных бизнес-центров, в отелях, где большой поток иностранных бизнесменов или в гостиницах, где часто проходят мероприятия, актуально иметь своего переводчика.

Бронировать бизнес-услуги можно как физическому, так и юридическому лицу. Бизнес-услуги можно заказать по телефону, по электронной почте и на сайте гостиницы.

К основным бизнес-услугам относят:

- предоставление комнат для переговоров/совещаний;
- услуги конференц-залов;
- услуги переводчика;
- предоставление технического оборудования для проведения мероприятий.

К дополнительным услугам в гостиницах, предоставляющих бизнес-услуги, относят:

- услуги экспресс-выписки для участников мероприятий;
- услуги визовой поддержки;
- услуги по организации банкетного обслуживания во время проведения мероприятий;
- услуги по организации завтраков и бизнес-ланчей для участников мероприятий.

Деловой туризм в меньшей степени подвержен сезонным колебаниям спроса, характерным для рядовых туристских путешествий. Поэтому, целевой аудиторией гостиницы «Космос» являются, в том числе люди, имеющие деловую цель поездки. С развитием бизнеса в городе и области соответственно увеличивается приток деловых туристов в город.

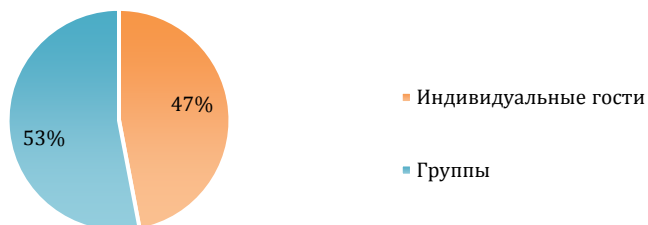


Рис. 1. Структура гостей по организованности в гостинице «Космос»

Анализ гостей в гостинице «Космос» по организованности показал, что преимущественно останавливаются группы (53 %). Гостиница «Космос» предлагает широкие возможности для проведения мероприятий любого уровня: от небольших деловых встреч до масштабных конференций, концертов, и выставок.

В гостинице 8 конференц-залов, оборудованных современной техникой для проведения презентаций, переговоров, банкетные залы для организации фуршетов или корпоративных мероприятий. В зависимости от масштабов события можно выбрать помещение на определенное количество участников.

Таблица 1

### Вместимость залов и стоимость

Название зала	Площадь	Вместимость залов, чел.				Тарифы	
		Театр	Класс	П	Квадрат	За 9 часов	За 4 часа
«Меркурий»	45	26	20	12	12	16 000	11 000
«Венера»	51	35	25	16	16	20 000	14 000
«Плутон»	48	30	20	14	16	18 000	12 500
«Юпитер»	65	50	35	20	20	24 000	16 000
«Нептун»	115	80	50	36	40	46 000	31 000
«Сатурн»	248	200	120	50	40	82 000	51 000
«Галактика»	645	140	70	–	–	153 000	82 000
«Вечерний Космос»	743	500	240	120	–	215 000	125 000

Дополнительные услуги гость может заказать на любом из этапов его проживания. При заселении у стойки приёма и размещения, если гость заинтересуется какими-либо услугами, администратор расскажет более подробно о данной услуге, а также может её забронировать.

Таким образом, в настоящее время бизнес туристы составляют большую долю в туристическом потоке, что связано с постоянным ростом деловой активности представителей российских и иностранных компаний. Бизнес-услуги входят в число наиболее распространенных и востребованных, и приносят владельцам гостиниц ощутимую прибыль. Процент туристов, путешествующих с бизнес целями, постоянно увеличивается.

### Список использованной литературы

1. Арифиллин М. В. Пути повышения эффективности гостиничных услуг: Монография. — М.: Изд-во МАТГР, 2010.
2. Арифиллин М. В., Морозова Л. С. Стратегии создания и развития транснациональных гостиничных цепей: Монография. — М.: Изд-во МГИИТ, 2012.
3. Арифиллин М. В. Современные стратегии развития гостиничных объединений: Монография. — М.: Изд-во МосГУ, 2016.

4. Арифиллин М. В. Формирование механизма инвестиционной привлекательности ресурсного потенциала коллективных средств размещения: Монография. — СПб.: Изд-во Инфо-Да (библиотека журнала «Современные аспекты экономики», серия «ВУЗовская наука»), 2017.
5. Лойко О. Т. Туризм и гостиничное хозяйство. — Тюмень: Филин, 2015.
6. Чудновский А. Д. Туризм и гостиничное хозяйство. — М.: Юркнига, 2013.
7. Официальный сайт гостиницы «Космос». <http://www.hotelcosmos.ru>
8. Портал о гостиничном бизнесе. <http://prohotelia.com>

# СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

**Бызова А.,**

студентка Института туризма и гостеприимства  
(г. Москва) (филиал) федерального государственного бюджетного  
образовательного учреждения высшего образования «Российский  
государственный университет туризма и сервиса», г. Москва

научный руководитель: Лебедев Константин Анатольевич, д. э. н.,  
профессор Института туризма и гостеприимства (г. Москва) (филиал)  
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования «Российский государственный университет  
туризма и сервиса», г. Москва

*В статье определены современные тенденции развития мирового рынка туристских услуг. Установлено, что развитие внутреннего рынка туристских услуг является результатом эффективного внедрения идеи проведения досуга в путешествии и стимулирует развитие индустрии туризма. Именно развитая индустрия туризма способна обеспечить международный спрос, предлагая дифференцированный туристский продукт, отличный от продукта соседних стран.*

**Ключевые слова:** туризм, мировой рынок, туристская услуга, досуг, продукт, торговля, транспорт.

Одним из наиболее динамических секторов мирового хозяйства является туризм. Международный туристский рынок начал формироваться со второй половины XIX в. в эпоху формирования мирового хозяйства и международного рынка товаров и услуг, развития международной торговли, появления новых средств транспорта. После Второй мировой войны на базе устойчивого экономического роста, углубления интеграционных процессов в мировом хозяйстве, расширения политического и культурного общения между народами туризм превратился в массовое явление.

Высокие темпы роста и массовый характер туристских путешествий обусловлены участием в международном туризме широких социальных групп, развитием международного сотрудничества и привели к формированию динамической отрасли хозяйственного комплекса — туристского сектора, который объединяет разные отрасли, связанные с предоставлением туристских услуг (гостиничное хозяйство и рестораны, туристский транспорт, рекламные и информационные услуги, туристско-рекреационные и эксплуатационные услуги).

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

[e-Univers.ru](http://e-Univers.ru)