

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет
имени В.М. Шукшина»
(АГГПУ им. В.М. Шукшина)

Естественно-географический факультет
Кафедра естественнонаучных дисциплин, безопасности жизнедеятельности и туризма

**Технологии гостиничного обслуживания при организации
внутреннего туризма
(на примере отеля «Корона Алтай»)**

Выпускная квалификационная работа

Допустить к защите

Зав. кафедрой
В.М. Важов

2017 г.

Выполнила студентка
группы Г-ZТ 121
Печенина
Кристина Владимировна

**Научный
руководитель**
к. б. н., доцент
Важов
Сергей Викторович

Оценка

(подпись председателя ГЭК)

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Технологии гостиничного обслуживания в туризме.....	5
1.1. Теоретические основы организации приема и размещения туристов в гостинице.....	5
1.2. Понятие и функции служб приема и размещения в гостинице	7
1.3. Особенности приема и размещения туристских групп.....	17
2. Общая характеристика внутреннего туризма	19
2.1. Характеристика видов внутреннего туризма	19
2.2. Особенности организации внутреннего туризма	22
2.3. Характеристика внутреннего туризма в Алтайском крае.....	24
3. Организация гостиничного обслуживания при организации внутреннего туризма в отеле «Корона Алтай».....	32
3.1. Общая характеристика отеля «Корона Алтай»	32
3.2. Технологии гостиничного обслуживания в отеле «Корона Алтай»	34
3.3. Рекомендации по гостиничному обслуживанию при организации внутреннего туризма.....	37
Заключение	41
Библиографический список (список информационных источников).....	44
Приложение.....	47

Введение

В настоящее время гостиничная индустрия представляет собой отрасль с высоким уровнем конкуренции. Все чаще мы становимся свидетелями того, как открываются новый ресторан или гостиница, имеющие своей целью максимально полное удовлетворение потребностей определенных групп потребителей. В гостиничном хозяйстве слово «сервис» означает систему мер, обеспечивающих высокий уровень комфорта, удовлетворяющих самые разнообразные бытовые, хозяйственные и культурные запросы гостей [2]. И с каждым годом эти запросы и требования к услугам повышаются. И чем выше культура и качество услуг обслуживания гостей, – тем выше имидж гостиницы, тем привлекательнее она для клиентов и, что не менее важно сегодня, – тем успешнее материальное процветание гостиницы.

Важной ответственной задачей для гостиниц является создание репутации предприятия высокого качества обслуживания [4]. Высокое качество обслуживания гостей обеспечивается коллективными усилиями работников всех служб гостиницы, постоянным и эффективным контролем со стороны администрации, проведением работы по совершенствованию форм и методов обслуживания, изучению и внедрению передового опыта, новой техники и технологии, расширению ассортимента и совершенствованию качества предоставляемых услуг [9].

На современном этапе гостиничная индустрии как отрасль экономики достаточно быстро развивается, а гостиничный бизнес в целом увеличивает ВВП любой страны. Следовательно, этот бизнес выгоден, если правильно им управлять и знать такую отрасль как основы управлением туристическими и санитарно-курортными учреждениями. Отсюда следует актуальность выбранной темы, т.к. чтобы развивать эту отрасль необходимо владеть знаниями о процессах развития и управления данной сферы. Одним из ключевых вопросов обеспечения качества является соблюдение единых стандартов, нормативов, правил обслуживания. Клиенты всегда ожидают, что им будут предоставлены качественные услуги, но не всегда оказываемые

услуги, отвечают стандартам обслуживания. В международной и отечественной практике под стандартом понимается нормативный документ по стандартизации, разработанный на основе согласия, характеризующегося отсутствием возражений по существенным вопросам у большинства заинтересованных сторон (производителей и потребителей), утвержденный соответствующим органом к обязательному применению [9,10]. Стандарт как нормативный документ в более широком смысле документ, содержащий правила, общие принципы, характеристики, касающиеся определенных видов деятельности, в том числе гостиничной, и доступный широкому кругу потребителей. Стандарт по своей природе предназначен для установления минимально необходимых требований, делающих любую услугу соответствующей своему назначению по формализованным показателям качества, безопасности. Стандарты обслуживания направлены на повышение качества обслуживания в организации и повышение конкурентоспособности оказываемых услуг [4].

В связи со сказанным, целью выпускной работы являлось изучение технологии гостиничного обслуживания при организации внутреннего туризма на примере отеля «Корона Алтай».

В задачи входило:

1. Рассмотреть существующие технологии гостиничного обслуживания;
2. Определить особенности организации внутреннего туризма;
3. Дать общую характеристику отеля «Корона Алтай»;
4. Разработать технологические рекомендации гостиничного обслуживания при организации внутреннего туризма.

В качестве объекта исследования в данной работе выступают технологии гостиничного обслуживания при организации внутреннего туризма.

Предмет исследования: Отель «Корона Алтай».

1. Технологии гостиничного обслуживания в туризме

1.1. Теоретические основы организации приема

и размещения туристов в гостинице

Организационная структура гостиничного предприятия определяется назначением гостиницы, ее категорией, размером номерного фонда, местоположением, спецификой гостей и другими факторами. Она является отражением полномочий и обязанностей, возложенных на каждого ее работника [12].

При этом можно выделить основные службы, имеющиеся в любой гостинице: административно-управленческая служба; служба приема и размещения; служба обслуживания номерного фонда; служба общественного питания; коммерческая и финансовая службы; инженерно-техническая служба; вспомогательные и дополнительные службы.

Первоначальным действием является предварительное бронирование номеров. Существует несколько видов бронирования (двойное, гарантированное, негарантированное) и способов его осуществления (по Интернету, по телефону, по почте и т.д.). И для гостиницы, и для гостя желательно, чтобы номера были забронированы заранее, и чем раньше, тем лучше [4].

Расселение гостей является следующим и самым ответственным этапом операционного процесса. Этот этап в свою очередь состоит из встречи, регистрации, вручения ключа и сопровождения до номера.

Возможны два вида встреч: в аэропорту или на вокзале (на дальних подступах); около входа в гостиницу или в вестибюле (на ближних подступах) [4,9].

Встреча на дальних подступах позволяет до прибытия в гостиницу познакомиться с гостем, составить или скорректировать программу обслуживания, рассказать о гостинице и предоставляемых услугах. О такой

встрече договариваются при бронировании. В отелях высокого класса гостей встречает швейцар, который приветствует их у входа.

В гостиницах гость подходит к стойке службы приёма и размещения, где его приветствует администратор. Если клиент приезжает в гостиницу не первый раз, то желательно обратиться к нему по имени. Это произведёт положительное впечатление.

Процесс регистрации различается в гостиницах различной категории по времени и качеству обслуживания, но информация о госте везде одинаковая. В отелях, имеющих автоматизированную систему, регистрация проходит очень быстро.

Различают два типа клиентов, которые прибывают для регистрации [9]. Одни из них заранее забронировали места в гостинице, другие – нет. Поселение в гостиницу клиентов по брони в автоматизированных гостиницах занимает несколько минут.

При предварительном заказе данные о клиенте уже известны из заявки на бронирование. Администратор уточняет номер заявки, выбирает необходимый модель в компьютерной системе и производит регистрацию. От гостя требуется только подписать регистрационную карточку.

Процесс регистрации гостей без предварительного бронирования занимает больше времени, иногда до 5 минут. Эти минуты должны стать приятными для гостя. В данном случае регистратор учитывает характер размещения, необходимого гостю. В течение всей процедуры администратор должен оставаться спокойным и доброжелательным [12].

Кроме того, в процессе общения с гостем необходимо обсудить такие вопросы, как стоимость номера, сроки размещения, порядок оплаты. Во время этого обсуждения работник службы приёма и размещения, владея основами психологии, задаёт и другие вопросы, которые позволяют судить о платёжеспособности гостя. Нормальным для большинства гостиниц является просьба к гостю показать его кредитную карточку, которая является своего рода гарантией его платёжеспособности. Если клиент является обладателем

золотой карточки одной из ведущих кредитных компаний, таких как «American Express», «VISA» или «Master Card», этого оказывается вполне достаточно, чтобы не беспокоиться об оплате [6,9].

Согласно «Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ» исполнитель обязан заключить с потребителем договор на предоставление услуг [2]. Договор на предоставление услуг заключается при предъявлении потребителем паспорта, военного билета, удостоверения личности, иного документа, оформленного в установленном порядке и подтверждающего личность потребителя.

Если подтверждение на размещение получено, гость заполняет регистрационную карточку, которая является договором между Исполнителем и Потребителем. В анкете гость указывает адрес своего постоянного места жительства, адрес организации, оплачивающей проживание (если оплата производится третьим лицом), и вид платежа (наличные, кредитная карточка или чек).

Анкета заполняется в двух экземплярах. Один экземпляр гостиница сдаёт в Центральное адресное бюро для контроля пребывающих в город со стороны административных органов. Второй экземпляр хранится в картотеке гостиницы.

1.2. Понятие и функции служб приема и размещения в гостинице

Служба приема и размещения (служба портье) - это подразделение гостиницы, осуществляющее прием и регистрацию прибывающих гостей, их размещение в номера. Служба приема и размещения возглавляется менеджером по размещению [12].

Менеджер по размещению - ответственное лицо гостиницы, в задачи, которого входит руководство службой бронирования, бюро регистрации, портье, администраторами, бюро обслуживания, гардеробщиками, швейцарами, кладовщиками камеры хранения.

Служба размещения оформляет проживание гостя. Прием гостей осуществляется на основе документов прибывшего. Администратор согласовывает с гостем место проживания (категорию номера, его месторасположение и т.п.), предоставляемые услуги, срок проживания. Взимается оплата проживания. По завершению оформления на поселение выдается карта гостя и ключ от номера.

Обслуживание гостей в период проживания сводится к продлению срока проживания, переводу гостя из одного номера в другой (в необходимых случаях), взиманию платы за проживание, организации предоставления дополнительных услуг по желанию клиента.

При оформлении выезда гостя предусматривается полный расчет с ним за оказанные услуги (с возвратом неиспользованного аванса), сдача клиентом номера и ключа [10].

Несмотря на то, что обязанности клерков службы портье частично совпадают, они отличаются в зависимости от смены, в которую работает тот или иной клерк данной службы [2,4,12]. Утренний клерк работает как правило с 6.45 до 15.15 с 30-минутным перерывом на обед, что составляет 8-часовой рабочий день. Работа утренней смены в основном сконцентрирована на проведении с гостями расчетов за проживание в гостинице (особенно в период с 7.30 до 12.00 часов). Естественно, служащие этой же смены отвечают также на вопросы гостей и выполняют свои непосредственные обязанности. Работа клерков дневной смены начинается в 14.45 и заканчивается в 23.15 с учетом того, что большинство гостей прибывает после 16.00. Поэтому, беря за основу план загрузки номеров, начатый утренней сменой, дневной клерк продолжает принимать (оформлять) гостей. Ночной клерк приступает к работе в 22.45 и заканчивает свой рабочий день в 7.15. Когда все оформления закончены, обычно к 1.00, клерк составляет счета, которые не были учтены предыдущими сменами, после чего он подводит итог (баланс) за целый день (сутки), учитывая все расходы и платежи.

Организационная структура отделов предприятия представляет собой формы взаимосвязи его структурных элементов - подразделений, отделов, служб [2,9]. На гостиничном предприятии принято различать службы переднего (front of the house) и заднего (back of the house) планов. Работники служб переднего плана выполняют линейные функции и активно взаимодействуют с гостями; они непосредственно заняты производством услуг (обслуживанием) - это служба приема и размещения, служба горничных, служба ресторанов и баров, оздоровительный центр, бизнес-центр. Работники служб заднего плана практически не контактируют с гостями напрямую и выполняют административные функции; к таким службам принято относить инженерные и технические службы, хозяйственную службу, бухгалтерию, отдел продаж и маркетинга, отдел кадров и др. [10].

В структуре службы приема и размещения принято выделять Front Desk (стойка приема и размещения, стойка администратора, портье, Reception) и Front Office. На стойке приема и размещения работают менеджеры приема и размещения (портье), ночные аудиторы, могут быть консьержи, но обычно имеется отдельная стойка консьержей. Стойка приема и размещения делится на три секции: секция регистрации; секция кассовых операций; секция информации и почты [10].

Данная служба во многом отвечает за первое впечатление клиента о той или иной гостинице. Если не принимать во внимание описания в путеводителях или Интернете, то именно служба фронт-офис в гостинице является первым знакомством постояльца с местом своего проживания.

Персонал службы размещения отеля - это администраторы и портье, носильщики, менеджеры службы бронирования, телефонисты. Не так давно в состав персонала фронт-офиса отеля добавилась должность менеджера по связям с гостями, который, как правило, работает с VIP-клиентами [9].

Каждое подразделение службы приема состоит из нескольких сотрудников, в том числе и главного менеджера. Фронт-офис включает в

себя отдел бронирования, службы доставки багажа, отдел коммутации, расчетно-кассовый отдел.

Уровень зарплаты для сотрудников службы фронт-офис зависит от многих факторов, в том числе от компании-оператора, от сезонности отеля и так далее. По данным газеты «Ведомости» в 2008 году в среднем по России работники служб приема в отелях могли рассчитывать на ставку от 10 000 рублей в месяц (швейцар) до 20 000 (администратор или портье).

Службы приема в небольших отелях иногда ограничиваются лишь администратором и носильщиком. В этом случае администратор ответственен за большую часть услуг службы фронт-офис, от приема звонков по бронированию номера до приема самих клиентов. Носильщик же помимо доставки багажа постояльца выступает еще и в роли портье, показывая клиенту его номер и знакомя с правилами отеля. Тем не менее, большинство небольших отелей на 20-30 номеров стараются сохранить общепринятую структуру штата службы приема, где каждое подразделение, помимо администрации и службы доставки, имеет как минимум по одному сотруднику.

Что касается крупных отелей, то здесь служба фронт-офис нередко бывает многоуровневой и разветвленной. Каждое подразделение состоит из трех-пяти человек, а отделу PR отводится одна из ведущих ролей [12]. Руководитель службы фронт-офиса крупного отеля зачастую подчиняется не директору отеля, а менеджеру, который курирует всю работу с клиентами в отеле, в том числе работу служб питания, горничных. Подобное объединение служб, непосредственно контактирующих с постояльцами, получило название front-of-the-house [2].

Работа во фронт-офисе - в буквальном смысле слова как на фронте. Служба фронт-офис работает в круглосуточном режиме, с дневной, вечерней и ночной сменами. Специалисты службы приема обязаны уметь не только хорошо разбираться в вопросах как бронирование номеров и участвовать в заселении постояльцев. Они должны уметь улаживать конфликты с

клиентами и нередко проявлять чудеса дипломатичности даже в тех случаях, когда эксцентричность клиента выходит за рамки здравого смысла.

Персонал службы приема и размещения осуществляет основное взаимодействие с клиентами и имеет самый длительный контакт с ними. По принятой в индустрии гостеприимства оценке качества обслуживания и системы его поддержания, служба приема и размещения является главной «точкой соприкосновения», по которой оценивается весь отель в целом [10].

Негативные впечатления клиента от этой службы могут перерасти в отрицание отеля в дальнейшем. Нетактичный вопрос, «неправильная» с точки зрения клиента интонация могут вызвать его негативную реакцию гораздо большей силы, чем удовлетворение от того, что его просто хорошо обслужили.

Важно, чтобы вся информация о резервировании номера находилась на стойке портье (стоимость и тип номера, способ оплаты, возможности номера) [6].

Функции службы приема и размещения:

- продажа номерного фонда, регистрация гостей и распределение гостевых номеров;
- обработка заказов на бронирование, когда в гостинице нет специального подразделения или когда оно закрыто;
- координация всех видов обслуживания клиентов;
- обеспечение гостей информацией о гостинице, местных достопримечательностях и любой другой интересующей гостя информацией;
- обеспечение руководства гостиницы точными данными об использовании номерного фонда (отчет о статусе номеров);
- подготовка и выдача платежных документов (счетов) за предоставленные услуги и осуществление окончательных расчетов с клиентами.

Гость получает обслуживание уже тогда, когда звонит или пишет в гостиницу, чтобы забронировать номер, поэтому мы считаем необходимым рассмотреть операционный процесс обслуживания и функции службы приема и размещения, который можно представить в виде следующих этапов [9]:

- 1) предварительный заказ мест в гостинице (бронирование);
- 2) прием, регистрация и размещение гостей;
- 3) предоставление услуг проживания и питания (уборка номера);
- 4) предоставление дополнительных услуг проживающим;
- 5) окончательный расчет и оформление выезда.

Предварительный заказ мест, регистрация при поселении, расчет за проживание и оказанные услуги, оформление выезда происходит в службе приема и размещения, где работают дежурный администратор, портье, кассир и паспортистка.

Услуги проживающим может оказывать персонал гостиницы (сервисное и номерное обслуживание) и персонал других предприятий (предприятия торговли, парикмахерская, медпункт и другое), расположенных в гостинице.

Согласно "Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ" №490, утвержденным Постановлением Правительства от 25 апреля 1997 года, "... исполнитель должен обеспечить круглосуточное оформление потребителей, прибывающих в гостиницу и убывающих из нее..." [23].

Основными функциями службы приема считаются: бронирование мест в гостинице, регистрация и размещение туристов, оформление расчетов при выезде гостя, предоставление различной информации [6].

Процесс обслуживания гостей начинается с того, что они предварительно заказывают места или номера в гостинице, то есть бронируют.

Бронирование – предварительный заказ мест и номеров в гостинице. С этого процесса начинается обслуживание гостей. Бронированием номеров занимаются менеджеры отдела бронирования или службы приема и размещения [10]. Именно в эти подразделения поступают заявки на бронирование от клиентов. Кроме формального сбора заявок отдел бронирования должен изучать спрос на гостиничные места. Изучая многолетний опыт работы гостиницы, учитывая план мероприятий, которые будут проходить в данном регионе (спортивные соревнования, карнавалы, съезды, фестивали и т.п.), прогнозируя спрос на места и анализируя загрузку номеров в прошедший и настоящий периоды, отдел бронирования совместно со службой маркетинга планирует деятельность гостиницы.

Двойное бронирование – это подтверждение о будущем предоставлении мест в гостинице одновременно двум клиентам на одну и ту же дату. Выбирая такой путь, гостиница идет на риск. Конечно, возможно, что кто-то из них аннулирует заявку за некоторое время до заезда или просто не приедет в назначенный день. Тогда риск оказывается оправданным. Но если оба клиента приехали в гостиницу, то место получает тот, кто приехал раньше. Для удовлетворения другого клиента можно переадресовать его в другую гостиницу, при этом необходимо согласие гостя на изменение гостиницы.

Заявки на бронирование от клиентов поступают в службу приема и размещения или в отдел бронирования. Они могут быть приняты посредством почтовой, телефонной и иной связи. Для гостя это удобно в том, что при въезде в гостиницу у него не возникает трудностей с заселением в понравившийся номер и с оформлением документов. При предварительном бронировании процесс регистрации занимает меньше времени, так как данные о клиенте администратору уже известны [10,12].

Следующая часть операционного процесса - расселение - состоит в свою очередь из встречи, регистрации, вручения ключа и сопровождения до номера.

Встреча гостя может быть двух видов: в аэропорту или на вокзале (на дальних подступах); около входа в гостиницу или в вестибюле (на ближних подступах).

Встреча на дальних подступах позволяет до прибытия в гостиницу познакомиться с гостем, составить или скорректировать программу обслуживания, рассказать о гостинице и предоставляемых услугах. О такой встрече договариваются при бронировании.

В небольших гостиницах гость подходит к стойке службы приема и размещения, где его приветствует администратор. Если клиент приезжает в гостиницу не в первый раз, то желательно обратиться к нему по имени. Это произведет положительное впечатление. Правилom для многих гостиниц является то, что администратор стоит за стойкой, а не сидит. Этим он подчеркивает свое уважение к гостю [9].

В процессе общения с гостем нужно обсудить такие вопросы, как стоимость номера, сроки размещения, порядок оплаты. А также корректно выяснить о платежеспособности гостя.

Согласно "Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ" "исполнитель обязан заключить с потребителем договор на предоставление услуг. Договор на предоставление услуг заключается при предъявлении потребителем паспорта, военного билета, удостоверения личности, иного документа, оформленного в установленном порядке и подтверждающего личность потребителя". Если подтверждение на размещение получено, гость заполняет регистрационную карточку, которая является договором между Исполнителем и Потребителем. В анкете гость указывает адрес своего постоянного места жительства, адрес организации, оплачивающей проживание, и вид платежа [10].

Заполнив карточку, гость подписывает ее, тем самым, заключая с гостиницей договор, подтверждающий вид размещения, продолжительность проживания и стоимость номера.

Далее администратор выписывает разрешение на поселение - документ, дающий право на занятие номера или места в номере. Затем гостю выписывают счет за проживание, который включает в себя тариф номера, умноженный на число суток, оплату бронирования, оплату дополнительных услуг, которые гость заказывает при регистрации и различные гостиничные сборы. Согласно "Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ" оплата за проживание производится в соответствии с единым расчетным часом - 12 часов текущих суток по местному времени.

Затем администратор заполняет визитную карту (карту гостя), где указывается фамилия гостя, номер комнаты и сроки проживания - документ на право входа в гостиницу и получения ключа от номера.

По окончании оформления коридорный или посыльный провожают гостя до предоставленного ему номера, помогая поднести багаж. Во время регистрации багаж прибывающих в гостиницу находится в вестибюле. В номере коридорный показывает гостю, как пользоваться оборудованием и рассказывает правила безопасности [12,23].

Нужно помнить, что процесс регистрации индивидуальных туристов очень сильно различается от обслуживания туристских групп и иностранных туристов.

При поселении туристской группы в гостиницу ее руководитель предъявляет администратору направление туристской фирмы (документ, подтверждающий право проживания данной группы в гостинице и гарантирующий, что оплата произведена) и список группы, оформленный в соответствии с требованиями паспортного режима.

Администратор сообщает номера комнат, которые забронированы для данной группы.

Туристы из группы размещаются обычно в двухместных номерах, и только для руководителя группы предоставляется одноместный номер. Все туристы заполняют анкеты, в графе цель приезда следует писать - туризм. Администратор заполняет групповое разрешение на поселение по

безналичному расчету, где указываются номера комнат, в которых будут жить туристы .

Каждому гостю администратор выписывает визитную карту. Счет за проживание при регистрации группы не выписывают, так как оплата производится по безналичному расчету.

Процесс регистрации иностранных туристов совсем иной, так как для въезда в страну им нужна виза (специальное разрешение правительства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через ее территорию), которая немного усложняет обслуживание и требует очень внимательного отношения. Так как по прибытии в пункт назначения въезжающий обязан в течение трех суток, исключая праздники и выходные дни, представить свой паспорт для регистрации [10,17].

Во время регистрации в гостинице администратор обращает внимание на срок действия визы, проставляет в визе регистрационный номер гостя, название гостиницы и дату регистрации. В некоторых гостиницах иностранные граждане не заполняют анкету. В счет иностранца включается государственная пошлина в размере 20% МРОТ, если это первый пункт регистрации после пересечения границы.

По дипломатической визе пошлина не взимается. Каждый день гостиница сдает отчет в паспортно-визовую службу о числе зарегистрированных иностранных граждан с извещениями об оплате государственной пошлины.

После регистрации и непосредственного заселения в номер происходит обслуживание гостя в жилой части гостиницы.

Таким образом, к операционному процессу приёма и размещения туристов относятся следующие этапы: предварительный заказ мест в гостинице (бронирование); прием, регистрация и размещение гостей; предоставление услуг проживания и питания (уборка номера); предоставление дополнительных услуг проживающим; окончательный расчет и оформление выезда.

1.3. Особенности приема и размещения туристских групп

Работа с «коллективными» гостями, т.е. с группами имеет свои нюансы и требует четкой организации и контроля на всех этапах, начиная с момента бронирования и заканчивая выездом из гостиницы [2,23].

Для групп предусмотрены более строгие, в отличие от индивидуальных гостей, условия аннуляции бронирования. Касается это сроков аннуляции и штрафов за незаезд, особенно в периоды высокого сезона и выставочной активности в городе.

В момент получения групповой заявки (на проживание или проведение какого-либо мероприятия в гостинице) назначается ответственное лицо, которое контактирует с заказчиком услуг - группкоординатор (один из менеджеров отдела продаж). Он отвечает за решение всех вопросов, касающихся подтверждения дат заезда и выезда группы, изменение количества и категорий бронируемых номеров, программы мероприятий в отеле, методов оплаты и т.п.

За неделю до заезда группы группкоординатор составляет и рассылает руководителям всех задействованных подразделений гостиницы особый документ - меморандум, в котором прописана программа проживания и план мероприятия для группы в гостинице.

Каждый отдел получает инструкцию относительно того, что необходимо подготовить на том или ином этапе проживания группы. Группкоординатор осуществляет контроль над тем, чтобы все заказанные услуги были оказаны в полном объеме и в указанное время. Проведение инструктажа для сотрудников служб накануне группового заезда является необходимой мерой, которая позволяет избежать многих ошибок и недоразумений в период поселения и проживания гостей в отеле, вследствие чего избежать жалоб и недовольства со стороны гостей. Такой инструктаж особенно полезен для молодых, неопытных сотрудников.

Группой туристов признается группа лиц, путешествующих совместно и рассматриваемых турагентом и владельцем гостиницы как нечто единое, которым владелец гостиницы предоставляет специальное обслуживание по ценам, установленным в договорном порядке [6,9].

Предварительный заказ мест в гостинице дает возможность персоналу подготовить номера к заселению, учитывая пожелания гостей и организаторов; составить план работы администратором и подносчиков багажа. По информации отдела бронирования заранее готовят номера к заселению и документацию для приёма группы: карту брони (номер комнаты, фамилия туриста, дата заезда и выезда; сумма за проживание и услуги заполняются по факту отъезда группы); карты гостя (только в том случае, если заранее получены списки группы и уточнено размещение - кто с кем); багажные бирки; ключи от номеров.

Заселяясь в гостиницу, руководитель туристской группы должен предъявить направление туристской фирмы (документ, который подтверждает право на проживание данной группы в гостинице и гарантирует произведенную оплату) и список группы, который оформлен в соответствии с действующими требованиями паспортного режима.

2. Общая характеристика внутреннего туризма

2.1. Характеристика видов внутреннего туризма

Туризм в представлении большинства людей связан с отдыхом, новыми впечатлениями, удовольствием. Он прочно вошел в жизнь человека с его естественным стремлением открыть и познать неизведанные края, памятники природы, истории и культуры, обычаи и традиции разных народов [11].

Классификация туризма имеет большое научное и практическое значение. Она позволяет упорядочить знания и глубже познать сущность мирового туристского обмена. С изменением требований, предъявляемых к объему и качеству туристских услуг, и появлением новых видов и форм туристской деятельности она постоянно находится в процессе совершенствования и не может считаться окончательной. На сегодняшний день существует множество классификаций в туризме. Но уже можно заметить, что каждый вид туризма по-своему индивидуален, имеет свои особенности. Также следует отметить, что каждый вид туризма должен быть тщательно спланирован, разработан и организован. Обязательно должны учитываться потребности, интересы и особенности участников туристического путешествия.

Внутренний (национальный) туризм, в отличие от международного, не связан с пересечением государственной границы и, следовательно, не требует соблюдения туристских формальностей [5,14]. Он представляет собой миграционные потоки людей в пределах страны постоянного жительства с туристскими целями. Национальная денежная единица, используемая повседневно, продолжает оставаться средством обращения, а родной туристу язык - средством общения. Такие путешествия сравнительно легко организовать. По некоторым оценкам, на долю внутреннего туризма приходится 80-90% всех туристских поездок, а общий объем расходов на внутренний туризм в 5-10 раз превышает затраты туристов на международные поездки. Несмотря на существенные различия,

международный и внутренний типы туризма теснейшим образом связаны между собой. Внутренний туризм выступает своего рода катализатором международного туризма. Он способствует освоению новых рекреационных ресурсов и районов, созданию базовой туристской инфраструктуры, подготовке специалистов и тем самым оказывает содействие интеграционным процессам и формированию единого мирового туристского пространства.

В последнее время наметилось некоторое сближение международного и внутреннего туризма, которое обусловлено упрощением туристских формальностей [14,20]. Положительный пример решения, что и проблемы дает Объединенная Европа. В июне 1985 г. Нидерланды, Бельгия, ФРГ, Франция и Люксембург подписали в г. Шенген соглашение о поэтапной отмене паспортного и таможенного контроля для своих граждан на общих границах. За истекший период к Шенгенскому соглашению присоединились и другие европейские страны, а в его текст были внесены дополнения и уточнения: четко и однозначно определены внешние границы ЕС, установлены единые консульские правила, нормы и порядок пересечения границ ЕС в целях сохранения и упрочения общественной безопасности. Заключение Шенгенского соглашения, а затем Маастрихтского договора стало знаменательным этапом на пути образования военно-политического и валютно-экономического союзов 12 европейских государств. Переход к общей денежной единице - эю, свободному перемещению товаров, капитала, услуг и рабочей силы, т.е. фактической отмене границ, открывает широкие перспективы для дальнейшего роста туристских обменов [17,21].

С созданием единого визового пространства радужные перспективы туристского бизнеса открываются во Франции, Германии, Испании, Португалии, Бельгии, Нидерландах, Люксембурге, Австрии, а также Италии и Греции. Ожидается увеличение прибытий туристов в эти страны из отдаленных регионов - Азиатско-Тихоокеанского и др. Решающим фактором

расширения туристских потоков в ЕС становится экономия средств и времени на поездки [26].

Прежде расходы азиатских путешественников на оформление целого ряда виз при трансевропейском туре составляли не одну сотню **долларов**, процесс же их оформления растягивался на месяцы. Новый порядок въезда в Шенгенскую зону значительно упрощает и удешевляет путешествие. Что же касается внутриевропейского туризма в пределах единого визового пространства, то граждане этих стран могут свободно перемещаться, не обременяя себя никакими формальностями, а, учитывая европейские расстояния, поездка на выходные в соседнюю страну становится правилом хорошего тона [11].

Активный туристский обмен является не только результатом, но и средством ускорения интеграционных процессов и постепенного перехода от Европы государств к Европе регионов. Один из таких еврорегионов - Трирена (Regio TriRhena) - складывается в районе Верхнего Рейна на пограничье Германии, Франции и Швейцарии. Эта разорванная между государствами территория начинает постепенно стягиваться благодаря комплексу мер, направленных на упрочение связей. Важное место в нем отводится туризму [5,26].

Внутренний, въездной и выездной туризм могут по-разному сочетаться, образуя, кроме международного, национальный туризм и туризм в пределах страны (рис.1).



Рис.1 Туризм международный, национальный и в пределах страны.

2.2. Особенности организации внутреннего туризма

В последние годы основные тенденции в туристском спросе на рынке внутреннего туризма заключаются в сохранении приоритетов на традиционные виды отдыха: пляжный на юге России, круизный в Поволжье, оздоровительный и горнолыжный [8,14,15]. Увеличивается поток желающих посетить не только зарубежные страны, но и достопримечательные отечественные места. Развивается детский туризм. Предлагаются всевозможные детские поездки на морские курорты, в различные лагеря (от палаточных до комфортабельных), разрабатываются новые маршруты туров.

Сейчас достаточно взглянуть на карту нашей страны, чтобы понять, что туристские ресурсы России неисчерпаемы. Однако исследования показывают, что более 60% россиян, выезжавших в зарубежные туры, и не догадываются, что те же удовольствия можно получить у себя дома. Причем речь идет не только о красоте родной природы или лечебных факторах отечественных курортов, но и об уникальных возможностях для событийного, экстремального, приключенческого и многих других видов туризма. В лучшем случае знания сограждан о туристских возможностях страны ограничиваются представлениями о Черноморском побережье Кавказа, городах Золотого кольца и домах отдыха в пределах области, края, в которых они живут.

Россия обладает огромными историческими и культурными ценностями, поэтому развитие культурно-познавательного туризма имеет для нас особое значение, на сегодняшний день в субъектах РФ реализуются порядка 50 программ по развитию внутреннего туризма [7,19]. Среди самых мощных и эффективно работающих программы по развитию туризма Нижегородской области, республик Татарстан и Башкирии. Хорошая программа принята и действует в Тюменской области – с особым направлением по созданию туристического центра в Тобольске.

В настоящее время внутренний туризм находится в зачаточном состоянии по многим причинам [14]. Во-первых, туристским фирмам нерентабельно показывать Россию россиянам. Лишь в последнее время некоторые туристские фирмы России начали постепенно проявлять интерес к внутреннему туризму. Это связано с тем, что во многих странах уже давно поняли необходимость развития программ обслуживания внутреннего туризма. В рамках каждой страны внутренний туризм способствует стабильному положению национальной экономики благодаря перераспределению национального дохода и развитию видов деятельности, благоприятных для экономики страны в целом. Постепенно понимают эту выгоду и в России. Создание привлекательного внутреннего туристского продукта, насыщенного разнообразными основными и дополнительными услугами, является самой важной задачей развития российского туристского рынка. Во-вторых, уровень цен на средства размещения достаточно высок при их низкой комфортности, поэтому для успешного развития туризма в России необходим приток инвестиций, как российских, так и зарубежных. В первую очередь, в развитие туристской инфраструктуры для формирования сети гостиниц туристского класса и, в частности, малых гостиниц, а также мотелей, расположенных на дорогах федерального значения, обеспечивающих комфортные условия проживания при невысоких ценах. Сейчас в России не хватает гостиниц среднего класса, уровня «3 звезды», которые соответствовали бы своей комфортабельности и цене размещения в них. В-третьих, население России недостаточно информировано о туристско-рекреационных возможностях регионов страны. В-четвертых, у туристских фирм возникают проблемы при работе с организациями санаторно-курортного комплекса [4].

Развитие российского внутреннего туризма сдерживается целым рядом негативных факторов, к которым относятся:

- 1) отсутствие комплексного взгляда на страну и отдельные ее регионы как туристскую дестинацию;

- 2) бедность ассортимента предлагаемых услуг;
- 3) недостаточное развитие туристской инфраструктуры, в частности, гостиниц среднего класса;
- 4) отсутствие развитой сети современных транспортных магистралей;
- 5) неудовлетворительная работа транспортных предприятий;
- 6) поток негативной информации в средствах массовой информации о криминальной ситуации в стране;
- 7) непроработанность нормативно-правовой базы;
- 8) слабая профессиональная подготовка работников индустрии туризма, что приводит к ориентации страны на выездной туризм.

2.3. Характеристика внутреннего туризма в Алтайском крае

Алтайский край характеризуется комбинацией горного и равнинного рельефов, красотой реки Обь и разнообразием живописного ландшафта [3,13]. Здесь существуют все возможности для развития нетрадиционных форм туризма. На территории края находится множество археологических и этнологических памятников, а именно: курганные и грунтовые могильники, древние поселения и городища, пещерные стоянки каменного века, горные выработки на медь и золото [1].

Развитие природоориентированного туризма в Алтайском крае сдерживают несколько факторов, наиболее весомые из них – отсутствие хорошо развитой системы туристских предприятий, занимающихся организацией отдыха и отсутствие развитой инфраструктуры туризма: баз отдыха, гостиниц, скудность индустрии развлечений [18,22]. Кроме этого, развитие туризма и организации туристической инфраструктуры сдерживается неразвитой дорожной сетью, которая существует только вокруг городов, для организации охоты, рыбалки сегодня требуются вездеходы и вертолеты.

Еще одним сдерживающим фактором является не очень благоприятная экологическая обстановка.

При этом Алтайский край является перспективным регионом для развития российского туризма. На сегодняшний день в крае зарегистрировано 126 туристических фирм, что вдвое превышает показатель пятилетней давности. Туроператоры предлагают самый разнообразный выбор путешествий.

Среди формирующихся центров туризма можно выделить район Горной Колывани, Курьинский, Чарышский, Смоленский, Краснощековский, Красногорский районы [18,22]. Здесь возможно развитие практически всех видов туризма. Еще один центр туризма формируется в г. Яровое с пляжно-купальным видом отдыха. Этот же вид отдыха очень популярен в районе соленых озер степного Алтая, группы Завьяловских озер, Большого Ярового, Горького-Перешеечного, Малинового озер и др.

В Алтайском крае действует множество программ туров, маршрутов и экскурсий. Охарактеризуем виды туризма, реализуемые в крае.

Спортивный туризм - наиболее развитый и популярный вид туризма. Помимо Катунь с её притоками особо посещаемыми реками Горного Алтая можно назвать Бию и Чарыш.

В последнее время особо популярным видом туризма на алтайских реках становится рафтинг. Сегодня Горный Алтай - один из немногих регионов, где туристам предлагают конные маршруты. Пеший поход доступен любому, кроме того, его можно разнообразить - и по Катунь сплавиться, и пещеры посетить, и на коне прокатиться.

Для любознательных туристов тоже есть возможность хорошо отдохнуть - некоторые фирмы организуют вертолётные туры в любой уголок Горного Алтая.

Развитие зимних туров с катанием на горных лыжах, санях, снегоходах, устройством ледяных горок и других зимних забав позволило расширить

сезон действия многих туристических баз Алтайского края. Алтай заслуженно называют гордостью и жемчужиной Сибири.

Исключительно интересны эксклюзивные археологические туры с посещением археологических памятников мирового значения – древних стоянок человека в Денисовой и Тавдинских пещерах, «Царского кургана».

В крае реализуются событийные туры, связанные с посещением Шукшинских дней в Сростках, фестивалей «Песни Иткульского лета», «Под звёздным небом Колывани» и др. с каждым годом собирают всё больше и больше гостей со всей России, а также из-за рубежа [18].

Одним из самых распространённых видов туризма на Алтае по праву считается автомобильный туризм - поэтому ежегодно тысячи людей отправляются в Республику Алтай на автомобилях. Главной автомобильной артерией республики является Чуйский тракт, который пересекает с северо-запада на юго-восток горную часть Алтая и проходит до границы с Монголией.

Наличие и дальнейшему развитию способствует наличие сети оздоровительных учреждений, среди которых особо выделяется курорт «Белокуриха». В предгорьях Алтая, в долине речки Белокуриха раскинулись санаторные корпуса старейшей сибирской здравницы - курорта Белокуриха. Природным лечебным фактором в Белокурихе является микроклимат, создаваемый горным ландшафтом.

На территории края очень распространён комбинированный туризм, который предлагают все без исключения туристские фирмы края, основу которых составляет пешеходный туризм. Комбинированные маршруты могут сочетать в себе автомобильный и пеший туризм, водный и пеший туризм, вертолетный и пеший туризм. Популярными являются познавательные авто – пешеходные туры. Для любителей спортивного водного туризма турфирмы предлагают многочисленные туры рафтинга, для которого есть все условия в крае. Туры могут быть различной категории сложности и на разный уровень подготовки туристов. Предлагаются и комбинированные туры, включающие

элементы автотуризма, пешеходного туризма, рафтинга. Есть предложения, включающие автотуризм, трекинг (пешеходный туризм), спелеотуризм и сплав по озеру.

Большое разнообразие комбинированных туров включает и предложения по отдыху на многочисленных озерах. По количеству обслуживаемых туристов и отдыхающих можно выделить два ярко выраженных сезона [21,25]. «Высоким» сезоном можно назвать период с июня по сентябрь. Следующий наплыв отдыхающих отмечается в период новогодних и рождественских праздников. Также несколько увеличивается прием во время школьных и студенческих каникул. Остальное время наблюдается умеренное посещение мест отдыха. В тех местах, где созданы условия для активного отдыха с катанием на горных лыжах, заполняемость при благоприятных погодных условиях обеспечивается во все выходные и праздничные дни, а сезон катания на некоторых трассах длится более полугода.

Оценка существующих в Алтайской крае туристских ресурсов дает возможность развивать не только те виды туризма, которые уже имеют место, но и новые, востребованные на рынке виды туризма – паломнический туризм, оздоровительный туризм на базе минеральных источников, сельский туризм, историко-археологический туризм, новые виды спортивного туризма – спелеотуризм, горный туризм, приключенческий туризм. При этом каждый из имеющихся видов туризма в Алтайском крае не достаточно развит и требует дальнейшего активного развития и продвижения.

В работе оценены перспективы развития туризма в Алтайском крае. Сейчас в Алтайском крае основной упор делается на развитие туризма в четырех районах - Алтайском, Чарышском, Змеиногорском и Солонешенском.

Учитывая стратегические преимущества географического положения Алтайского края и особую ценность его рекреационных ресурсов, создание на территории края современных конкурентоспособных рекреационных

комплексов, позволит включить Алтайский край в сферу международного туризма, являющегося в настоящее время третьей по доходности отраслью мировой экономики, на долю которого приходится около 7 процентов мировых капиталовложений [22,24]. Управление инвестиционных рынков и ресурсов краевого управления экономики и инвестиций администрации края реализует ряд мероприятий. Проект "Бирюзовая Катунь", который лег в основу проекта на создание особой экономической зоны, на сегодня является основополагающим туристическим проектом на Алтае.

Создание особой экономической зоны - серьезный импульс для развития туризма в Алтайском крае.

Алтайский край, высоко обеспеченный такими важными факторами развития туризма, как богатые природно-рекреационные и историко-культурные ресурсы, объективно считается одним из самых перспективных регионов России для инвестирования в сферу туризма.

Согласно критериям туристско-рекреационной оценки, «средним» и «выше среднего» баллами обладают Алтайский, Завьяловский, Залесовский, Заринский, Змеиногорский, Красногорский, Краснощековский, Курьинский, Павловский, Советский, Солонешенский, Смоленский, Чарышский районы края, а также города Барнаул, Бийск, Белокуриха, Змеиногорск, Яровое.

Самым насыщенным по количеству средств размещения является Алтайский район. В других районах края, формирующих сферу туризма, в последние годы также появились новые базы размещения, и идет активный процесс изучения возможностей отвода земельных участков под рекреационную застройку.

В городе-курорте Белокуриха расположено несколько санаториев и лечебных учреждений [18]. Воздух курорта необычайно чист и благодаря повышенному содержанию легких аэронов, концентрация которых вдвое больше, чем на всемирно известном Швейцарском курорте Давос плюс лечебные радоновые воды, целебные ванны с экстрактом из рогов марала делают бальнеологические санатории Белокурихи уникальными. Это

санатории «Алтай West», «Белокуриха», «Катунь», "Россия", «Здравница Кузбасса», «Алтайский замок», «Сибирь», «Эдем», санаторий Центросоюза, пансионат "Северное Сияние". Санатории Алтайского края привлекательны не только уникальными лечебными факторами местной природы. Здесь созданы все условия для горнолыжного спорта. В Белокурихе 3 горнолыжные трассы с подъемниками, перепад высот от 160 до 200м. Санаторий "Степной бор" находится в Алтайском крае, в Благовещенском районе в с. Шимолино, рядом с самым крупным из озер Алтая Кулундинским озером, занимающим пониженный участок Центрально-Кулундинской впадины (99 м над уровнем моря). На песчаных пляжах можно приятно отдохнуть и позагорать. Вода в озере слабосоленая. Этот санаторий Алтайского края окружен сосновым лесом, здешний климат довольно благоприятен для здоровья человека. В г. Барнауле Алтайского края функционируют санатории «Барнаульский», «Энергетик», «Обь» [18].

Чарышский район - это археологический комплекс в долине реки Сентилек, обнаруженный здесь «царский курган» называют «маленьким Стоунхенджем», аналогов которому в России нет. Это озерные каскады в верховьях реки Коргон: Белоголовские, Абрамовские, Осиповские. Это водопады Егерский, Колыванский и Спартак. Это знаменитый "Президентский сплав" - маршрут, по которому в 2003 году по Чарышу сплавлился президент Владимир Путин.

Солонешенский район - это каскад знаменитых водопадов на реке Шинок, "шея" одного из которых достигает 72 метров. Это самый крупный водопад в Алтайском крае. Это уникальная Денисова пещера, где были обнаружены древнейшие в Северной Азии останки человека, - их возраст 42 тысячи лет. Это многослойная стоянка Карамы в долине Ануя - самый древний памятник археологии в России, ее возраст более 600 тысяч лет.

Краснощековский район - Решившие отдохнуть в Краснощековском районе не могут рассчитывать на такой уровень сервиса, как, например, в санаториях Белокурихи. Долгое время здесь находился только один

туристический комплекс "Эльдорадо". Однако любителей активного отдыха привлекут пещеры, на которые район богат: Струна, Мрачная, Бастион, Ящур, Водяная... это гора Большой Монастырь с пещерой Бастион в долине реки Чарыш - памятник природы федерального значения. Это единственная в Рудном Алтае "многоэтажная" пещера Большая Прямухинская в устье реки Прямуха.

Палеолитическая стоянка найдена в пещере Загонной, а в пещере Страшной (тоже памятник федерального значения) обнаружены кости 40 видов млекопитающих разных эпох, среди которых пещерная гиена и пещерный медведь, мамонт, бизон [18].

Неподалеку от села Тигирек еще можно увидеть остатки одного из форпостов Колывано - Кузнецкой укрепленной линии. В нем наши предки скрывались от набегов джунгаров. это гора Большой Монастырь с пещерой Бастион в долине реки Чарыш - памятник природы федерального значения. Это единственная в Рудном Алтае "многоэтажная" пещера Большая Прямухинская в устье реки Прямуха.

Змеиногорский район - это озеро Колыванское вблизи деревни Саввушка, в котором растет реликтовый водяной орех - чилим (кроме озера Колыванского, чилим растет только в озере Манжерок и нескольких мелких озерах в Бийске). Это Белорецкий форпост - крепость на левом берегу реки Белой, ныне памятник истории и архитектуры. Это восточные вершины горы Ремнюхи с Ремневским месторождением, где добывали яшму для Царицы ваз.

Завьяловский район - это третье по величине пресное озеро в Алтайском крае Мостовое. Это озеро Соленое (Горькое) с минерализованной водой и с целебной илово-сульфидной грязью. Это череда пресных, соленых, содовых озер, которые насыщены полезными веществами, в том числе голубой глиной. Сюда каждое лето съезжаются люди не только со всех районов края, но и из-за его пределов. Едут не просто отдохнуть, а еще и подлечиться минерализованной водой и илово-

сульфидными глинами. Есть на берегах Соленого и синяя глина, ради которой столичные жительницы ездят на Мертвое море. Недаром же Завьяловский район в конце 90-х годов был внесен во Всемирную энциклопедию курортных мест мира как перспективный бальнеологический курорт.

Курьинский район - Одно из самых знаменитых мест на Алтае - это Горная Колывань и Колывань камнерезная, расположенные в Курьинском районе. В 1729 году на территории современного поселка Колывань начал работать Колывано-Воскресенский завод, созданный Акинфием Демидовым. С тех пор пошла слава Колывани камнерезной, достигшей царских дворцов. Поныне в Эрмитаже можно увидеть "Царицу ваз" изготовленную из ревневской яшмы. Ныне Колыванский завод носит имя Ивана Ползунова. Он знавал не лучшие времена, но сейчас переживает второе рождение.

3. Организация гостиничного обслуживания при организации внутреннего туризма в отеле «Корона Алтай»

3.1. Общая характеристика отеля «Корона Алтай»

Санаторий «Корона Алтай» находится в живописном уголке Алтайского края, расположен на двух островах, окруженных со всех сторон лазурными водами красавицы-реки Катунь [11,14]. Острова между собой и материком соединены капитальным мостом. Весь комплекс находится на высоте 300 метров над уровнем моря и представляет собой гармоничное единство архитектурных форм и природных элементов, и прекрасно вписывается в зеленый массив острова. Сам остров защищен от северных ветров горными цепями острогов алтайских гор с живописным ландшафтом из пихты, березы и кедра. Отель «Корона Алтай» был открыт в 2008 году. На довольно небольшой территории расположился 4-х этажный корпус. Издалека санаторий напоминает древнюю крепость с возвышающейся башней, на ее зубцах будто присели отдохнуть могучие орлы. На самом верху башни расположена смотровая площадка, откуда можно любоваться красотой окружающих мест. В едином архитектурном сооружении объединены спальня корпус, рестораны с армянской и европейской кухней, бары, бильярдный зал, танцпол и лечебно-оздоровительный корпус. Санаторий работает круглогодично. Санаторий сертифицирован на уровень 5 звезд. Гостиничный комплекс состоит из двухместных номеров, полулюксов, номеров-студий, люксов, апартаментов и президентских апартаментов. Все они отличаются оригинальным дизайнерским решением. На территории санатория много уютных уголков для отдыха, открытый бассейн, площадка для большого тенниса, волейбольная площадка, детская площадка, фонтан, кафе. Во время пребывания в санатории неотъемлемой частью отдыха являются организованные туристические маршруты по Горному Алтаю. Пребывание в санатории – уникальная возможность соединить в своем

отдыхе неповторимую красоту дикой природы Алтая, целебного климата и экологически чистой долины.

На территории санатория работает два ресторана (кавказской и европейской кухни), бар с танцполом. Завтрак включен в стоимость проживания.

Лечебное отделение: консультации врача терапевта, невропатолога. Галотерапия (соляная пещера), жемчужная ванна, пантогематогеновая ванна, циркулярный душ, восходящий душ, дождевой душ, душ Шарко, душ Виши, гидромассаж, римская баня, русская баня, мини-сауна с продуктами пантового оленеводства, мини-сауна с фито-отварами 20 мин. Физиолечение, ингаляции, гипокситерапия (горный воздух), СПА-капсула, психологическая релаксация, кислородный коктейль, сухая углекислая ванна «Реабокс». Бальнеологическое отделение, грязелечение, ручной массаж. Бильярдный зал, теннисный корт, волейбольная площадка, нарды, баня (русская, римская, финская), крытый бассейн, открытый бассейн, тренажерный зал, различные виды сплавов, пешие и автобусные экскурсии, катание на горных лыжах, сноубордах, санках на горнолыжном комплексе «Гора Весёлая» (в зимнее время), каток (в зимнее время) [11,14].

Отдых с детьми бесплатно без предоставления места: до 4 лет скидки на проживание: до 14 лет (только на дополнительных местах) инфраструктура для детей: детская площадка, в период зимних каникул организована детская комната.

Гостиница предоставляет бесплатный шаттл (маршрутное такси), до/из центра города. При заявке гостя гостиница предоставляет бесплатный трансфер по маршруту аэропорт – гостиница – аэропорт.

В гостинице работаю 113 постоянных сотрудников, с которыми заключены договора. Также есть персонал, с которым заключены договора о взаимном оказании услуг (например, массажистки, пианисты). Большинство обслуживающего персонала – женщины.

Отличный сервис, надежная служба безопасности и приемлемые цены сделают пребывание максимально приятным. В гостиницы производится система расчета по кредитным картам VISA, Master Card, American Express.

3.2. Технологии гостиничного обслуживания в отеле «Корона Алтай»

Более полны всех клиентов гостиницы перед приездом предварительно бронируют номера. Процедура бронирование может быть осуществлена по телефону, а также через коммерческих представителей гостиницы (турагентов и туроператоров), через центральную систему бронирования, почту, факсом, электронной почтой. Отдел бронирования ответственен за получение и обработку запросов на будущие услуги проживания [11,14]. Цель: максимизировать загрузку номерного фонда и соответственно доход гостиницы.

Современные компьютерные технологии позволяют автоматически дать служащему, осуществляющему бронирование, информацию о клиенте, его вкусах и предпочтениях, если он обратится повторно. Компьютеры позволяют также обеспечить служащих этого подразделения многообразной иллюстративной и технической информацией относительно запрашиваемого номера. С помощью компьютеров персонал службы бронирования превратился в специалистов по продажам. Служащие, осуществляющие процедуры бронирования, должны не просто обработать заявки на размещение, а передать клиенту характеристики гостиничного номера и рассказать о преимуществах пребывания именно в этом отеле, чтобы у него возникло желание воспользоваться услугами данной гостиницы. Сегодня нет особой необходимости лишней раз обращаться в службу администратора за информацией о доступных номерах. Подобный перенос функции службы администратора к службе бронирования весьма важен, поскольку позволяет управленцам прогнозировать не только загрузку, но и доход. Резервируя номер, персонал службы бронирования должен подтвердить его стоимость. Это требование исходит из реальной деловой практики, поскольку

большинство гостей, запрашивая бронь, не подтверждает заказ, не зная его стоимости. Это требование исходит из реальной деловой практики, поскольку большинство гостей, запрашивая бронь, не подтверждает заказ, не зная его стоимости. Служащие отеля, принимая заказ от клиента должны укрепить решение клиента остановиться в этой гостинице и поблагодарить его или ее за обращение. В отеле «Корона Алтай» установлена компьютерная программа «Fidelio».

Существенным моментом для персонала службы бронирования является совместная работа с подразделением маркетинга и продаж, когда имеется большой объем группового бронирования.

Сегодня многие гостиничные компании передают функции бронирования из службы бронирования и размещения в службу маркетинга и продаж. В любом случае, представители отдела маркетинга и продаж должны владеть информацией об имеющимся объеме номеров для реализации в любой день, когда возникает потенциальный спрос на них. В связи с этим персонал службы бронирования на ежедневной основе должен поддерживать данные о заказанных доступных номерах за исключением повторного бронирования. Повторное бронирование создает негативное впечатление о гостинице и на прямую влияет на успешность бизнеса в будущем. Более того, сегодня многие государства подписали соглашение о борьбе с повторным бронированием [11,14].

Гарантированное бронирование услуг размещения предполагает ответственность гостиницы за сохранение свободного номера для гостя до определённого после предполагаемой даты его прибытия. Это может быть время начала рабочего дня или любое другое время по усмотрению гостиницы. Гость в свою очередь берет на себя обязательства оплаты зарезервированного номера даже в случае его использования, если не была осуществлена процедура отмены брони.

Таким образом, гарантированное бронирование представляет собой одну из разновидностей бронирования плюс одни сутки до времени выписки

на следующий день. Клиент в свою очередь гарантирует оплату оплаты приезда, если отмена бронирования не была произведена с соблюдением необходимых формальностей. Обычно гарантированное бронирование обеспечивается после предоплаты услуг размещения, осуществляемой одним из нижеприведенных способов.

Предварительная оплата, гарантированное бронирование с предварительной оплатой предполагает расчет клиента с отелем в полном объеме до времени его прибытия. По понятным причинам для службы управления номерным фондом этот вид бронирования является наиболее удобным.

Оплата услуг кредитной картой, в настоящее время в отелях широко распространена практика гарантированного бронирования номеров с помощью кредитной карты клиента. Использование кредитной карты позволяет отелю страховать свой производственный процесс от не прибывших и не снявших бронь клиентов по средствам блокирования на банковском счету гостя определенного депозита, обычно в размере оплаты за одну ночь пребывания плюс налоги [5].

Авансовый депозит, гарантированное бронирование с его использованием предполагает внесение клиентом определенного размера денежных средств перед своим прибытием. Обычно сумма аванса составляет стоимость одних суток проживания плюс налоги и может быть увеличена пропорционально увеличению срока пребывания клиента.

В отеле «Корона Алтая» ведется «статистика национальностей» [11,14]. За период июль – сентябрь 2010 года в отеле проживало: россияне - 82,4 %, швейцарцы – 0,98%, финны – 2,14%, американцы – 3,15%, израильтяне – 4,13%, немцы – 3,16%, австралийцы – 1,2%, англичане – 2,3%.

Большинство проживающих гостей – наши соотечественники. Такой большой показатель, в основном, благодаря многочисленным группам гостей, приезжающих на различные конференции, симпозиумы, встречи.

3.3. Рекомендации по гостиничному обслуживанию при организации внутреннего туризма

Рекомендации направлены, в первую очередь, на повышение эффективности работы разных служб для улучшения обслуживания клиентов, повышения качества гостиничного рынка и услуг. Для привлечения внимания клиентов отеля «Корона Алтай», стоит уделить внимание электронному сайту, так как внутренний туризм направлен на путешествие в пределах своей страны, и в настоящее время удаленно можно легко и с удовольствием остаться дома и найти интересующую информацию о продукте, услуги. Столкнувшись с поиском информации на сайте, возникли проблемы, а именно не всегда работал сайт, что затрудняет клиента найти полезную для него информацию, связанную с бронированием, прочтением отзывов об отеле, сложно найти весь спектр услуг предлагаемых услуг, ведь в живую нет возможности обсудить такие вопросы, как стоимость номера, сроки размещения, порядок оплаты. Так же стоит обратить внимание на рекламную деятельность отеля, а именно проведение рекламы в СМИ и интернете, установки рекламных баннеров, размещение рекламы на чужих сайтах, это заставит обычного пользователя полюбопытствовать и вызвать у него заинтересованность, к отелю [11,14].

Проанализировав деятельность отеля «Корона Алтай», можно сказать, что не достаточно активно участие в благотворительных акциях, социальных программах. На наш взгляд, участвуя в таких мероприятиях, есть большая возможность быть у всех на виду. Следует обратить внимание отдыхающих на бережное отношение к природе [16].

В отеле «Корона Алтай», запрещено проживание с домашними животными, клиенты делятся на несколько типов, поэтому некоторые берут в отдых домашних животных, то есть стоит уделить внимание на возможность проживания с домашними питомцами, тем самым быть одним из отелей, где есть разрешение, и указывать на такую возможность на баннерах, буклетах.

Размещение информации об услугах и проводимых акциях в отеле «Корона Алтай» в каталогах, справочниках, путеводителях, картах-схемах.

Стоит уделить внимание на проживание постоянных клиентов, проводить для них акции, скидки.

Отелю «Корона Алтай», стоит усилить роль рекламы, организовать непрерывность маркетинговых коммуникаций, усовершенствовать веб сайт.

В связи с тем, что необходимо повысить количество клиентов, тем самым получив, как можно большую прибыль, на наш взгляд, необходимо уделить особое внимание имиджу туристской организации, включающей гостиничное хозяйство [11,14].

Мастер-план имиджа состоит из четырех основных частей: создания фундамента, внешнего имиджа, внутреннего имиджа и неосязаемого имиджа. Каждая из частей направлена на достижение трех главных задач:

Первая. Достижение высокого уровня компетенции и эффективная работа с покупателем.

Вторая. Поддержание имиджа успешной компании, который заставляет покупателя поверить в вас.

Третья. Установление эмоциональной связи с покупателем и обществом.

Мастер-план поможет построить прочный фундамент формирования эффективного внутреннего и внешнего имиджа. Внешний имидж компании — это то, как ее воспринимает общество, средства массовой информации и инвесторы. А внутренний - отношение к компании ее персонала и руководителей. Внутренний имидж также влияет на восприятие компании обществом. При разработке имидж-программ внутренние, связанные с персоналом компании аспекты делового имиджа часто упускаются из виду. Традиционные программы сосредоточены исключительно на внешних и визуальных аспектах имиджа. Неосязаемые аспекты имиджа — отношение персонала, особенно гостиничного, к работе и его эмоциональный настрой — влияют на репутацию компании так же, как и более осязаемые, видимые

элементы имиджа. Именно сотрудники фирмы представляют ее перед покупателем, создают важнейшую эмоциональную связь компании с клиентами.

Атмосфера притягательности, окружающая многие компании с положительным имиджем, и сам процесс его создания, с трудом поддающиеся определению, совсем не обязательно должны нести отпечаток таинственности. Существуют ключевые моменты любого плана по созданию эффективного, всестороннего имиджа. В первую очередь, это качество продукта, реклама, связи со средствами массовой информации и инвесторами, также отношение персонала к работе и его внешний вид.

Качество продукта — наиболее важный элемент создания хорошей деловой репутации. Реклама может привлечь к вам покупателей, но степень удовлетворения потребителей товаром или услугами зависит от их качества. Ни одна, даже хорошо профинансированная, программа создания имиджа не спасет товар низкого качества.

Рекламная кампания является средством представления широкой публике их товаров и услуг. Удачная реклама позволяет создать мощный имидж. Насколько хорошо реклама передает уникальность вашей компании? Насколько четко она сообщает покупателям о вашем отличии от конкурентов? Возникает ли между рекламой и ее зрителем эмоциональная связь? Насколько верно вы определили ваш рынок, чтобы создать соответствующий рекламный имидж? Помимо бюджета существует масса вещей, которые определяют эффективность рекламы.

Взаимоотношения компании — не важно, большая она или маленькая — со средствами массовой информации становятся все более и более существенным элементом любой программы по имиджу. Бесплатная реклама, которую вам обеспечивают журналисты, может принести вред или пользу в зависимости от того, удалось ли вам установить контакт со средствами массовой информации, вовремя ли вы приготовили пресс-релиз или другие материалы, облегчающие работу журналисту или редактору

И, наконец, для многих руководителей компаний необходимой частью программы по формированию корпоративного имиджа стали *отношения с инвесторами*. Включение инвесторов в программу создания имиджа значительно облегчится, если удалось заложить прочный фундамент в других ее разделах, к сожалению, многие руководители не считают нужным уделить необходимое время созданию благоприятного имиджа компании в глазах общественности, а потом предлагают инвесторам наспех составленный пакет рекламных мероприятий. Но никакой пакет не сможет привлечь инвесторов в компанию, пользующуюся дурной репутацией в глазах общества.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Алтай обладает большими ресурсами для развития туризма. При правильном подходе к организации и продвижению турпродукта, регион может рассчитывать на значительные социально-экономические дивиденды. Туризм может стать самоорганизующейся системой, способной решать многие социально-экономические проблемы региона. В целом, развитый сегмент туризма положительно отразится на конкурентоспособности многих территорий, особенно сельских, и будет способствовать:

- обеспечению занятости, в первую очередь, сельского населения;
- повышению уровня доходов населения;
- развитию социальной и инженерной инфраструктуры территории;
- диверсификации экономики;
- способствовать возрождению села;
- сбыту продукции личных подсобных хозяйств;
- остановке миграции сельского населения в города;
- снижению антропогенной нагрузки на окружающую среду (в прибрежных районах, путём переключения туристских потоков с прибрежных на сельские районы).

Гостиница выполняет роль предприятия, деятельность которого направлена на удовлетворение запросов и предоставления необходимых услуг отечественным и иностранным гостям.

В настоящее время гостиничная сфера является достаточно разнообразной и востребованной туристами, отдыхающими, а также другими категориями граждан, систематически проживающими в гостиницах. Данная отрасль отличается высоким уровнем конкуренции, потому не случайно все чаще возводятся и открываются новые гостиничные комплексы. Растет также благосостояние отдельных людей, особенно за

рубежом. Это увеличивает их запросы и требования к комфорту и уровню обслуживания в отелях.

В настоящее время внутренний туризм на Алтае начинает развиваться быстрыми темпами, этому благоприятствует природа региона и богатое культурно-историческое наследие. Все больше желающих посетить Алтай, а это обуславливает совершенствование и расширение гостиничного хозяйства.

На основании проделанной работы можно сделать следующие выводы:

1. Существующие технологии гостиничного обслуживания на Алтае имеют существенные резервы для совершенствования и определяются потребностями внутреннего туризма.

2. Особенности организации внутреннего туризма обусловлены территориальными рамками региона и развивающейся инфраструктурой.

3. Отель «Корона Алтая» является типичным представителем гостиничной сферы Алтайского региона и имеет существенные перспективы в связи ростом масштабов внутреннего туризма. Данное предприятие характеризует уникальная архитектура, в единстве с которой объединены спальный корпус, рестораны с армянской и европейской кухней, бары, бильярдный зал, танцпол и лечебно-оздоровительный корпус. Имеется бильярдный зал, теннисный корт, волейбольная площадка, нарды, баня, крытый бассейн, открытый бассейн, тренажерный зал. Предприятие организует различные виды сплавов, пешие и автобусные экскурсии, катание на горных лыжах, сноубордах, санках на горнолыжном комплексе «Гора Весёлая» (в зимнее время), каток (в зимнее время).

4. Для улучшения организации внутреннего туризма в регионе предлагаем распространить положительный опыт гостиничного обслуживания наработанный отелем «Корона Алтая» на другие предприятия туристской сферы. При этом внутренний туризм должен быть тщательно спланирован, разработан и организован. Необходимо учитывать потребности, интересы и особенности туристов, рекреантов и других категорий населения.

Мы считаем, что проведение таких мероприятий будет эффективно и окажет благоприятное воздействие на имидж турфирмы, поможет выделиться на фоне других конкурентов. Тем самым у фирмы появятся постоянные клиенты, которые будут довольны качеством предоставляемых им услуг, подготовкой персонала и не будут сомневаться в качестве услуг, в первую очередь, гостиничных.

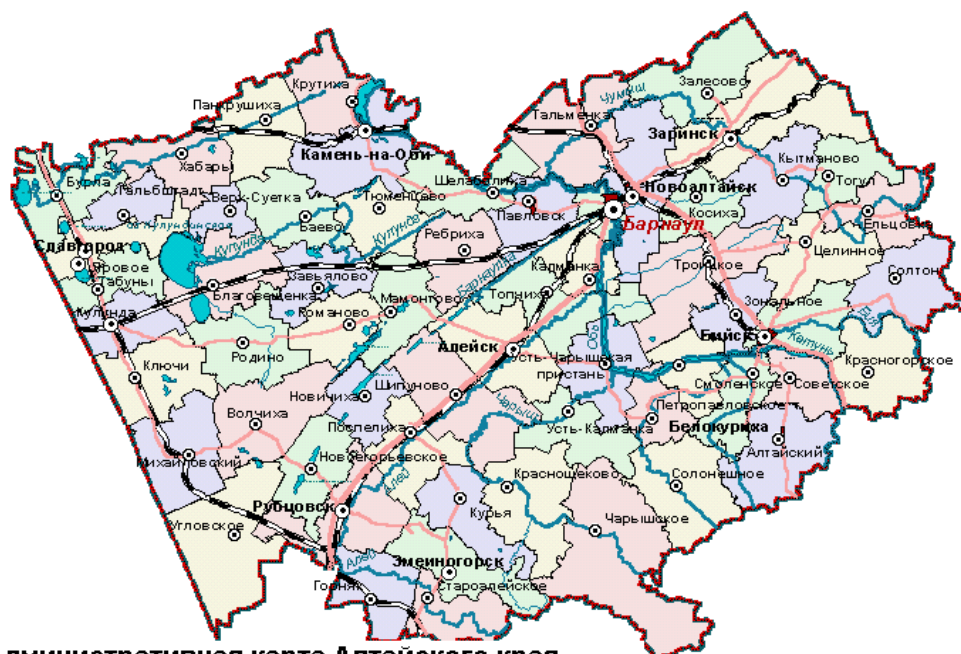
**Библиографический список
(список информационных источников)**

1. Анашкин А.П. История Алтая. – Барнаул: АГУ, 1995. – 480 с.
2. Арбузова Н.А. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. – Нижний Новгород, 2001. – 253 с.
3. Баева Л.Н. Экономическая и социальная география Алтайского региона. – Горно-Алтайск, 1994. – 271 с.
4. Браймер А. Основы управления в индустрии гостеприимства. – М.: Аспект-Пресс, 2012. – 358 с.
5. Валиев М.Ш. Анализ и оценка инфраструктурного развития внутреннего регионального туризма [электронный ресурс]. – URL: <http://www.lib.tsu.ru/mminfo/000063105/317/image/317-165.pdf> (23.04.2017).
6. Гулик, О. М. Место встречи туристов и инвесторов [Электронный ресурс]. - Электрон. Текстовые, граф., зв. дан. и прикладная прогр. (25772 bytes). - М.: ГПНТБ РФ, 2017. – Режим доступа <http://com.sibpress.ru/29.12.2006/strategies/83055> (12.05.2017).
7. Дроздов А.В. Как развивать туризм в национальных парках России. – М.: Эколого–просветительский центр "Заповедники", 2000. – 157 с.
8. Зорин И.В., Штюрман Ю.А. Туризм и охрана окружающей среды. – М., 1986.
9. Ехина М.А. Организация обслуживания в гостиницах. Учебное пособие, – М: Издательство «Академия», 2012. – 362 с.
10. Иванов В.В., Волов А.Б. Гостиничный менеджмент. – М.: ИНФРА, 2007. – 384 с.
11. Интернет ресурс. - www.russiatourism.ru
12. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. – М.: ООО "Новое знание", 2013. – 310 с.
13. Камбалов Н. Природа и природные богатства Алтайского края. – Барнаул, 2001.– 200 с.

14. Кормягина Н.Н. Внутренний туризм в России [электронный ресурс]. – URL:<http://cyberleninka.ru/article/n/vnutrenniy-turizm-v-rossii-segment-molodezhi> (23.04.2017).
15. Колбовский Е.Ю. Экологический туризм и экология туризма. - М: Логос, 2006. - 256 с.
16. Медведев В.И., Алдашева А.А. Экологическое сознание. – М.: Логос, 2001. – 374 с.
17. Макаренко С.Н., Саак А.Э. История туризма. Таганрог: Издательство ТРТУ, 2003. – 94 с.
18. Официальный сайт территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://ak.gks.ru>.
19. Сенин В.С. Введение в туризм. – М.: «Ось-89», 1995. – 208 с.
20. Сладких Л.С. Основные проблемы развития внутреннего туризма в России // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 4. – С. 368–372.
21. Храбовченко. Экологический туризм. Учебно-методическое пособие. - М: Орден, 2013. - 207с.
22. Черемисин, А.А. Экологический туризм как неотъемлемая часть рекреационной сферы Алтая // Алтай: экология и природопользование: материалы XII российско-монгольской научной конференции молодых ученых и студентов (22-23 апреля 2013г., г. Бийск) / Алтайская государственная академия образования им. В.М. Шукшина. – Бийск: ФГБОУ ВПО «АГАО», 2013. – 300 с.
23. Чудновский А.Д. Гостиничный и туристический бизнес. – М, 2008. – 227 с.
24. Энциклопедия Алтайского края. Т. 2. – Барнаул, 1997.
25. Эколого-экономическая оценка рекреационных ресурсов: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / С.А. Боголюбова. – М.: Издательский центр «Академия», 2009. – 256 с.

26. Юванен Е.И. Оценка социально-экономической эффективности внутреннего туризма в регионе // Вестн. ТГЭУ. – 2006. – № 3. – С. 26 –30.

Приложение



Административная карта Алтайского края
(WWW.paleoportal.by.ru)