

УДК 338.4

Нагам Захер

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Москва,
email: naghamszahr@mail.ru

СТРУКТУРА ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКСКУРСИОННЫХ УСЛУГ В ТУРИСТСКО- РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ключевые слова: организационно-экономическое обеспечение, экскурсионные услуги, туристско-рекреационная деятельность, управление производственными процессами, маркетинговые исследования, управление ресурсами, контроль качества, системы управления, обучение персонала, информационные технологии, управление рисками, обратная связь туристов, участие туристов.

Для успешной организации предоставления экскурсионных услуг в туристической и рекреационной деятельности необходимо разработать эффективную структуру организационно-экономического обеспечения. В структуру могут входить следующие элементы: планирование, управление ресурсами, контроль качества, системы управления, обучение персонала, использование информационных технологий и управление рисками. Кроме того, важным элементом является обратная связь и участие туристов, которые могут помочь в выявлении проблем и недостатков, а также предложить рекомендации по их устранению. Комбинация этих элементов помогает снизить затраты на предоставление экскурсионных услуг и повысить их качество, что способствует увеличению удовлетворенности туристов и росту прибыли в туристической и рекреационной деятельности.

Nagham Zaher

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, email: naghamszahr@mail.ru

STRUCTURE OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC SUPPORT OF EXCURSION SERVICES IN TOURISM AND RECREATION ACTIVITIES

Keywords: organizational and economic support, excursion services, tourist and recreational activities, production process management, marketing research, resource management, quality control, management systems, staff training, information technology, risk management, tourist feedback, tourist participation.

For the successful organization of the provision of excursion services in tourism and recreational activities, it is necessary to develop an effective structure of organizational and economic support. The structure may include the following elements: planning, resource management, quality control, management systems, staff training, use of information technology and risk management. In addition, an important element is the feedback and participation of tourists, which can help identify problems and shortcomings, as well as offer recommendations for their improvement. The combination of these elements helps to reduce the cost of providing excursion services and improve their quality, which contributes to increased tourist satisfaction and profit growth in tourism and recreational activities.

Структура организационно-экономического обеспечения экскурсионных услуг в туристско-рекреационной деятельности играет важную роль в развитии туризма и укреплении имиджа туристического направления. Современные туристы все чаще выбирают экскурсии как один из важных элементов своей поездки, и качество предоставляемых услуг влияет на их удовлетворенность и вероятность повторного посещения. Поэтому необходимо разработать эффективную модель организационно-экономического обеспечения предоставления экскурсионных услуг в туристско-рекреационной деятельности, которая бы

учитывала потребности и предпочтения туристов, обеспечивала высокое качество предоставляемых услуг и была экономически эффективной для предприятий, занимающихся этой деятельностью.

Объекты и методы исследования

З.А. Хамадеева и З.Ф. Ибрагимова отмечают, что организационно-экономическое обеспечение предоставления экскурсионных услуг в туристско-рекреационной деятельности включает в себя множество аспектов, которые необходимо учитывать при разработке модели организации и предоставления услуг [5]:

1. Выбор маршрута и тематики экскурсии. Это один из самых важных аспектов, который необходимо учитывать при организации экскурсий. Маршрут и тематика экскурсии должны соответствовать интересам и потребностям туристов, а также быть адаптированными к возрасту и физической подготовке участников.

При выборе маршрута необходимо учитывать следующие факторы:

1. Интересы туристов. Например, если группа состоит из людей, увлекающихся историей, то стоит выбрать маршрут, связанный с историческими событиями и достопримечательностями.

2. Физическая подготовка участников. Маршрут должен быть адаптирован к физической форме туристов. Если группа состоит из людей с низкой физической подготовкой, то стоит выбирать маршруты с небольшим количеством подъемов и большим количеством остановок.

3. Сезон. Маршрут должен соответствовать времени года, чтобы туристы получили максимальное удовольствие от экскурсии.

4. Бюджет. Маршрут должен быть выбран с учетом бюджета группы. Стоимость транспорта, размещения и других услуг должна быть оптимальной для всех участников.

При выборе тематики экскурсии также необходимо учитывать интересы туристов и возможности местности:

1. История и культура. Многие туристы любят посещать исторические и культурные достопримечательности, такие как замки, музеи, театры, культурные мероприятия.

2. Природа и экология. Маршрут может включать посещение парков, заповедников, экскурсии по горным маршрутам и другим местам, где можно насладиться природными красотами.

3. Гастрономия. Экскурсия может быть посвящена кулинарии, посещению ресторанов, фермерских хозяйств, винодельни.

4. Активный отдых. Экскурсия может включать в себя различные виды активного отдыха, такие как горные лыжи, парапланеризм, велоспорт, рафтинг.

2. Подбор квалифицированного персонала. Квалифицированный пер-

сонал, включая гидов и водителей, играет ключевую роль в обеспечении качественного предоставления экскурсионных услуг.

При подборе персонала необходимо учитывать следующие аспекты:

1. Опыт работы. При выборе гида или водителя нужно убедиться, что у них достаточный опыт работы в данной области. Чем больше опыта у человека, тем больше вероятность, что он сможет качественно провести экскурсию и решить возможные проблемы.

2. Квалификация. Некоторые гиды и водители могут иметь дополнительные сертификаты и квалификации, подтверждающие их способность обеспечить безопасность туристов и обеспечить качественное обслуживание.

3. Знание языков. Если экскурсия проводится на территории с незнакомым языком, необходимо обеспечить наличие персонала, владеющего языком туристов. Это позволит избежать проблем с коммуникацией и обеспечить более комфортное путешествие.

4. Коммуникабельность и эмпатия. Важно выбрать персонал, который обладает хорошими коммуникативными навыками и умеет находить общий язык с различными типами туристов. Это позволит создать доверительную атмосферу и обеспечить комфортный отдых.

5. Ответственность. Персонал, занятый в экскурсионной компании, должен быть ответственным и понимать важность своей работы. Они должны быть готовы решать любые проблемы, которые могут возникнуть во время экскурсии и уметь быстро принимать решения в сложных ситуациях.

Подбор квалифицированного персонала является ключевым моментом в обеспечении качественного сервиса, поэтому его следует проводить внимательно, с учетом вышеупомянутых аспектов.

3. Организация транспорта и оборудования. Для организации экскурсий необходимо обеспечить соответствующий транспорт и оборудование, включая туристические автобусы, лодки, самолеты, квадроциклы и т.д.

Ниже перечислены некоторые факторы, которые следует учитывать *при организации транспорта и оборудования* [3]:

1. Количество туристов. Необходимо выбирать транспорт и оборудование, которое соответствует количеству участников экскурсии. Если группа большая, то, возможно, понадобится несколько транспортных средств.

2. Комфортность. Туристы должны чувствовать себя комфортно во время экскурсии, поэтому транспорт и оборудование должны соответствовать их потребностям. Например, если экскурсия проходит в жаркую погоду, необходимо обеспечить наличие кондиционеров и прохладительных напитков в автобусе.

3. Безопасность. Важно обеспечить безопасность туристов во время экскурсии. Транспорт и оборудование должны быть в хорошем состоянии и соответствовать всем необходимым требованиям безопасности.

4. Адаптивность. Некоторые маршруты могут требовать использования специального транспорта и оборудования. Например, для экскурсий в горные районы может потребоваться специальный транспорт или квадроциклы.

5. Экологичность. Важно выбирать транспорт и оборудование, которые не наносят вред окружающей среде. Например, использование электрических автобусов может снизить вредное воздействие на окружающую среду.

Обеспечение соответствующего транспорта и оборудования является ключевым фактором для обеспечения комфорта и безопасности туристов во время экскурсии. Поэтому выбор транспорта и оборудования должен осуществляться с учетом всех вышеперечисленных факторов.

4. Организация безопасности. Это один из важнейших аспектов при предоставлении экскурсионных услуг, так как безопасность туристов должна быть на первом месте. Необходимо организовать меры по обеспечению безопасности во время экскурсии, включая инструктаж, использование защитного оборудования и т.д.

Некоторые меры, которые следует принимать для обеспечения безопасности туристов:

1. Инструктаж. Необходимо проводить инструктаж перед началом экскурсии, чтобы объяснить туристам правила поведения во время экскурсии, о возможных опасностях и как их избежать. Ин-

структаж должен быть доступным и понятным для всех участников экскурсии.

2. Использование защитного оборудования. В некоторых случаях может потребоваться использование защитного оборудования, например, касок, спасательных жилетов и т.д. Это особенно важно для экскурсий, связанных с водными видами спорта, горным туризмом и другими активными видами отдыха.

3. Выбор опытных гидов и инструкторов. Гиды и инструкторы должны быть опытными и иметь соответствующую квалификацию. Они должны знать маршрут и риски, связанные с экскурсией, а также уметь реагировать на возникающие проблемы.

4. Подготовка транспорта и оборудования. Транспорт и оборудование должны соответствовать всем требованиям безопасности и регулярно проходить технические проверки.

5. Контроль за соблюдением правил. Гиды и инструкторы должны контролировать соблюдение правил поведения туристов во время экскурсии. Если нарушения правил не удастся устранить, гид должен принять соответствующие меры, чтобы предотвратить возможные последствия.

Обеспечение безопасности туристов является приоритетом при проведении экскурсий. Поэтому организаторы должны тщательно планировать и принимать соответствующие меры для обеспечения безопасности туристов во время экскурсии.

5. Маркетинг и продвижение. Для успешной организации экскурсий необходимо проводить маркетинговые исследования и разрабатывать эффективные стратегии маркетинга и продвижения, которые бы учитывали потребности и предпочтения целевой аудитории [9].

Правильное позиционирование и продвижение экскурсионных услуг являются ключевыми факторами в привлечении новых клиентов и удержании уже существующих. Для этого необходимо определить свою целевую аудиторию и провести маркетинговые исследования, выявив их потребности и предпочтения. На основе полученных данных можно разработать стратегию маркетинга и продвижения, которая включала бы такие инструменты, как реклама в социальных сетях, поисковая оптимизация сайта, контент-маркетинг, партнерские

программы и т.д. Также важно следить за репутацией своей компании и реагировать на отзывы клиентов, чтобы улучшить качество предоставляемых услуг и повысить уровень удовлетворенности клиентов.

6. Учет экономических показателей. Экскурсионная деятельность должна быть экономически эффективной, поэтому необходимо учитывать затраты на организацию экскурсий и оценивать их взаимоотношение с доходами от предоставления услуг. Важным аспектом является также учет сезонности, спроса на экскурсионные услуги и конкурентной ситуации на рынке.

Учет экономических показателей является важным аспектом при организации экскурсий. Необходимо правильно оценить затраты на организацию экскурсий, включая расходы на персонал, транспорт, оборудование, рекламу и другие расходы. Также важно правильно определить цены на экскурсии, учитывая конкурентную ситуацию на рынке и спрос на услуги в разные сезоны года. Необходимо контролировать все финансовые операции, отслеживая прибыльность экскурсий и сравнивая ее с затратами. Кроме того, важно следить за динамикой продаж и прогнозировать изменения в спросе на экскурсии, чтобы быстро реагировать на изменения в рыночной ситуации.

7. Качество предоставляемых услуг. Высокое качество предоставляемых экскурсионных услуг является ключевым фактором, влияющим на удовлетворенность туристов и вероятность повторного посещения. Для обеспечения качества услуг необходимо проводить мониторинг и анализ удовлетворенности потребителей, обучать персонал, использовать современное оборудование и технологии и т.д. [8].

Качество предоставляемых услуг является одним из ключевых факторов в успешной организации экскурсий. Для обеспечения высокого качества услуг необходимо проактивно мониторить и анализировать удовлетворенность потребителей и быстро реагировать на обратную связь. Это поможет определить проблемные моменты и находить решения для их устранения, а также повысит удовлетворенности туристов.

Обучение персонала также играет важную роль в обеспечении качества услуг. Важно обучать сотрудников правилам работы с туристами, обеспечивать им доступ к информации о маршруте, истории достопримечательностей, местной культуре и т.д. Также необходимо обеспечивать сотрудников современным оборудованием и технологиями, которые позволят им более эффективно выполнять свои обязанности и улучшать качество услуг.

В целом, уделять внимание качеству предоставляемых услуг – это один из ключевых аспектов успешной организации экскурсий.

8. Использование информационных технологий. Использование современных информационных технологий, таких как мобильные приложения, интерактивные карты, веб-сайты и т.д., может значительно улучшить качество предоставления услуг, повысить удобство использования и улучшить коммуникацию с туристами [6].

Использование информационных технологий в организации экскурсий может значительно повысить качество услуг и улучшить взаимодействие с туристами. Мобильные приложения могут помочь туристам получить доступ к информации об экскурсии, включая расписание, описание маршрута, достопримечательности и т.д. Интерактивные карты могут показать туристам маршрут экскурсии, а также дополнительную информацию о достопримечательностях и истории местности. Веб-сайты могут предоставить туристам информацию о предлагаемых экскурсиях, стоимости и доступности, а также позволить им забронировать экскурсию онлайн. Использование информационных технологий также позволяет собирать данные об удовлетворенности туристов, анализировать их и вносить улучшения в организацию услуг на основе полученной обратной связи.

Разработка модели организационно-экономического обеспечения предоставления экскурсионных услуг в туристско-рекреационной деятельности должна учитывать все перечисленные аспекты и основываться на комплексном и интегрированном подходе, что позволит создать эффективную систе-

му, которая обеспечит качественное предоставление экскурсионных услуг, удовлетворение потребностей туристов и экономическую эффективность для предприятий, занимающихся экскурсионной деятельностью.

Такие исследователи как А.А. Саллий и Е.Е. Сабановская, подчеркивают, что для рационального и экономически обоснованного ведения экскурсионной деятельности необходимо проводить реальную оценку стоимости услуг. Это позволит учитывать все затраты, связанные с предоставлением экскурсий, а также доходы, которые могут быть связаны с внеконкурентными преимуществами, абсолютной рентой и исключительностью потребления [4].

Для проведения оценки стоимости услуг необходимо учитывать следующие факторы:

1. Явные затраты. Явные затраты связаны с прямыми затратами на предоставление экскурсий, такими как оплата транспорта, размещения, гидов и др.

2. Скрытые затраты. Скрытые затраты связаны с косвенными затратами на предоставление экскурсий, такими как затраты на рекламу, обучение персонала, административные расходы и др.

3. Внеконкурентные преимущества. Внеконкурентные преимущества связаны с теми факторами, которые могут повысить ценность услуг и позволить получать дополнительные доходы. Например, это могут быть эксклюзивные услуги или доступ к уникальным достопримечательностям.

4. Абсолютная рента. Абсолютная рента связана с тем, что некоторые достопримечательности являются уникальными и недоступными для других предприятий. В этом случае можно получать дополнительные доходы, предоставляя доступ к этим достопримечательностям.

5. Исключительность потребления. Исключительность потребления связана с тем, что некоторые клиенты могут быть готовы заплатить больше за эксклюзивные услуги или уникальный опыт [19, с. 132].

Все эти факторы должны быть учтены при проведении оценки стоимости услуг. Необходимо проводить анализ рынка, чтобы определить конкурентную ситуацию и потенциальных клиентов. Также необходимо учитывать

сезонность, которая может существенно влиять на спрос и ценовую политику. Результатом оценки стоимости услуг должна быть цена, которая будет конкурентоспособной и при этом позволит получить достаточную прибыль.

После определения стоимости услуг необходимо управлять ценами, чтобы максимизировать прибыль. Для этого можно использовать такие методы, как дифференцированная ценовая политика, динамическая ценовая политика и др. Например, можно устанавливать разные цены в зависимости от времени года или дня недели, предоставлять скидки за раннее бронирование или для определенных категорий клиентов.

Также необходимо учитывать конкурентную ситуацию на рынке. Если конкуренты предлагают аналогичные услуги по более низкой цене, то необходимо провести анализ и рассмотреть возможность снижения цен. Однако при этом необходимо учитывать все затраты и не снижать цены ниже уровня, который не позволит получать достаточную прибыль.

В целом, для решения вопросов рационального и экономически обоснованного ведения экскурсионной деятельности необходимо проводить оценку стоимости услуг, управлять ценами и учитывать конкурентную ситуацию на рынке. Все это позволит максимизировать прибыль и обеспечить эффективную работу предприятия.

При определении экономической ценности экскурсионных услуг необходимо учитывать различные подходы, такие как рыночная оценка, рента, затратный подход, альтернативная стоимость и общая экономическая ценность (стоимость).

Однако помимо экономической ценности, также необходимо учитывать социальную и экологическую ценность экскурсионных услуг. Социальная ценность связана с тем, какие полезные социальные эффекты экскурсии могут оказать на людей, такие как образование, культурное обогащение, укрепление социальных связей и т.д. Экологическая ценность связана с тем, какой вклад предприятие вносит в сохранение и охрану природных ресурсов, экологическое образование и т.д. [2].

Таким образом, общая стоимость экскурсионных услуг складывается из экономической, социальной и экологической ценности. Успешное развитие экскурсионного бизнеса не должно базироваться только на максимизации экономической выгоды, но также должно учитывать социальные и экологические аспекты деятельности, так как это позволяет удовлетворять потребности клиентов и общества в целом, сохранять природные ресурсы и способствовать устойчивому развитию экономики.

Для создания и эффективного функционирования системы организационно-экономического обеспечения предоставления экскурсионных услуг в индустрии гостеприимства, по мнению М.А. Морозова и Н.С. Морозовой, могут быть использованы различные методы:

1. Маркетинговые исследования. Маркетинговые исследования позволяют оценить потребности и предпочтения туристов, узнать об особенностях рынка и конкурентной ситуации, а также определить ценовую политику и эффективность рекламных кампаний. Маркетинговые исследования являются важным элементом организационно-экономического обеспечения экскурсионных услуг в туристско-рекреационной деятельности. Они позволяют получить информацию о потребностях и предпочтениях целевой аудитории, оценить рынок и конкурентную ситуацию, определить ценовую политику и эффективность рекламных кампаний.

В рамках маркетинговых исследований проводятся опросы и фокус-группы, анализируются данные о потребностях и предпочтениях туристов, оценивается конкурентная ситуация на рынке экскурсионных услуг. Эта информация помогает организациям, предоставляющим экскурсионные услуги, создать продукты и услуги, отвечающие потребностям туристов и разработать эффективные стратегии маркетинга.

Определение ценовой политики также является важным аспектом маркетинговых исследований. Исследования помогают определить оптимальную цену на экскурсионные услуги, учитывая конкурентную ситуацию, стоимость производства и уровень спроса на услуги [7].

Эффективность рекламных кампаний также оценивается с помощью марке-

тинговых исследований. Исследования позволяют оценить эффективность различных рекламных каналов и определить наиболее эффективный способ продвижения экскурсионных услуг на рынке.

Таким образом, маркетинговые исследования являются важным инструментом для понимания потребностей и предпочтений туристов, определения конкурентной ситуации на рынке и разработки эффективных стратегий маркетинга.

2. Управление ресурсами. Управление ресурсами позволяет оптимизировать использование ресурсов, таких как персонал, оборудование, транспортные средства и т.д. Это в свою очередь может снизить затраты на организацию экскурсий и повысить их экономическую эффективность.

Для управления ресурсами в организации экскурсионных услуг необходимо разработать и внедрить систему управления ресурсами, которая позволит эффективно планировать, распределять и контролировать использование ресурсов.

Важной частью управления ресурсами является управление персоналом. Необходимо найти и привлечь квалифицированных гидов и водителей, которые смогут обеспечить качественное обслуживание туристов. Также нужно обеспечить обучение и повышение квалификации персонала, что позволит повысить их профессиональный уровень и улучшить качество услуг.

Важную роль играет также управление оборудованием и транспортными средствами. Необходимо следить за техническим состоянием транспортных средств, своевременно проводить их ремонт и техническое обслуживание, а также закупать новое оборудование и транспорт в случае необходимости.

Все эти меры помогут оптимизировать использование ресурсов и повысить экономическую эффективность организации экскурсионных услуг.

3. Контроль качества. Контроль качества предоставляемых услуг позволяет выявлять проблемы и недостатки их оказания, а также определять пути их улучшения. Для этого могут использоваться методы опросов туристов, мониторинга и анализа отзывов и рекомендаций.

Для контроля качества необходимо проводить регулярные проверки и оцен-

ки процесса оказания услуг. Это может быть выполнено с помощью опросов туристов, мониторинга и анализа отзывов и рекомендаций, которые могут быть получены через интернет-сайты, социальные сети, устные отзывы и т.д.

Важной частью контроля качества является обеспечение высокого уровня профессионализма персонала. Необходимо следить за тем, чтобы гиды, водители и другой персонал обладали необходимой квалификацией и могли обеспечить качественное и безопасное обслуживание туристов.

Другим аспектом контроля качества является проверка оборудования и транспорта на соответствие стандартам безопасности и качества. Необходимо проводить регулярные проверки и обслуживание оборудования и транспорта, а также заменять их при необходимости.

Контроль качества является важной составляющей успешной организации экскурсионных услуг. Он позволяет обеспечить высокий уровень обслуживания туристов и повысить удовлетворенность клиентов [4].

4. Системы управления. Использование систем управления позволяет автоматизировать процессы организации предоставления экскурсионных услуг, что повышает эффективность и снижает затраты на их предоставление. К таким системам относятся системы управления заказами, системы управления персоналом, системы управления складом и т.д.

Использование систем управления позволяет автоматизировать процессы организации экскурсионных услуг, что повышает эффективность работы и снижает затраты. Они могут включать в себя программное обеспечение для управления заказами, системы планирования и управления ресурсами, системы контроля запасов и другие инструменты, которые позволяют более эффективно использовать ресурсы и повысить качество услуг. Это особенно важно для крупных туроператоров и туристических компаний, которые предоставляют множество экскурсий ежедневно.

5. Обучение персонала. Обучение персонала позволяет повысить квалификацию и профессиональные навыки ра-

ботников, что в свою очередь повышает качество предоставляемых экскурсионных услуг.

Обучение персонала может включать в себя следующие мероприятия:

1. Тренинги и семинары. Это могут быть как внутренние мероприятия, проводимые силами компании, так и внешние тренинги, проводимые специалистами в данной области.

2. Практические занятия. Персонал может проходить практику на объектах, где компания предоставляет свои услуги.

3. Обучение посредством специальной литературы и видеоматериалов. Работники могут самостоятельно изучать теорию и практику в данной области.

В результате обучения персонал будет владеть новыми знаниями, умениями и навыками, которые повысят качество предоставляемых услуг, увеличат удовлетворенность клиентов и улучшат репутацию компании.

6. Использование информационных технологий. Использование информационных технологий, таких как мобильные приложения, интерактивные карты, веб-сайты и т.д., позволяет сократить время и усилия на обработку информации, улучшить коммуникацию с туристами и повысить качество услуг.

Применение информационных технологий может включать в себя следующие мероприятия:

1. Разработка мобильных приложений и веб-сайтов, позволяющих туристам получать информацию о маршрутах, достопримечательностях, гостиницах и ресторанах в режиме реального времени.

2. Использование интерактивных карт и систем навигации, которые помогают туристам быстро и удобно ориентироваться в незнакомой местности.

3. Автоматизация процесса бронирования гостиниц, транспорта и других услуг, что снижает время на обработку информации и уменьшает вероятность ошибок.

4. Применение систем управления контактами с клиентами (CRM), которые позволяют автоматизировать процесс общения с клиентами, улучшить качество сервиса и повысить удовлетворенность клиентов.

В результате применения информационных технологий повышается эффек-

тивность работы компании, улучшается взаимодействие с клиентами и повышается качество предоставляемых услуг.

7. Управление рисками. Управление рисками позволяет определить и снизить риски, связанные с предоставлением экскурсионных услуг, такие как неблагоприятные погодные условия, травмы, заболевания и т.д. Для этого могут использоваться методы оценки рисков и разработки планов мероприятий в случае их возникновения.

Для управления рисками могут применяться следующие методы:

1. Оценка рисков. Это процесс определения вероятности возникновения определенного риска и потенциальных последствий. После оценки рисков, можно разработать меры для снижения вероятности возникновения рисков и уменьшения их последствий.

2. Разработка планов мероприятий. После оценки рисков можно разработать план мероприятий для каждого потенциального риска. План мероприятий должен включать в себя информацию о том, как быстро реагировать на возникновение риска, какие меры следует принять для уменьшения последствий и как координировать действия в случае чрезвычайной ситуации.

3. Обучение персонала. Работники, работающие с туристами, должны быть обучены, как действовать в случае возникновения рисков. Они должны знать, как предотвратить возникновение рисков и как эффективно реагировать в случае необходимости.

4. Регулярная проверка и анализ рисков. После разработки планов мероприятий, их необходимо периодически проверять и анализировать, чтобы убедиться в их эффективности и внести необходимые изменения в случае необходимости.

Применение методов управления рисками позволяет уменьшить вероятность возникновения непредвиденных ситуаций и снизить риски для туристов и персонала компании.

8. Обратная связь и участие туристов. Обратная связь и участие туристов позволяет оценить их удовлетворенность предоставляемыми услугами, выявить проблемы и недостатки, а также получить предложения и рекомендации по их улучшению [10].

Результаты

Обратная связь и участие туристов очень важны для улучшения качества предоставляемых экскурсионных услуг и удовлетворенности туристов.

Обратная связь позволяет оценить качество предоставляемых услуг, выявить проблемы и недостатки, а также узнать, что нужно улучшить и изменить, чтобы повысить удовлетворенность туристов. Компании могут использовать различные способы получения обратной связи, например, опросы, отзывы, комментарии на сайте и т.д.

Полученная обратная связь и участие туристов могут быть использованы для корректировки и улучшения предоставляемых услуг. Компании могут анализировать полученную обратную связь, чтобы выявить наиболее часто встречающиеся проблемы и недостатки и разработать планы действий для их устранения.

Каждый из этих методов может быть применен в системе организационно-экономического обеспечения предоставления экскурсионных услуг в индустрии гостеприимства с целью повышения ее эффективности и качества предоставляемых услуг. При этом выбор конкретных методов зависит от особенностей и потребностей каждого предприятия, занимающегося экскурсионной деятельностью.

Выводы

В целом, система организационно-экономического обеспечения предоставления экскурсионных услуг в индустрии гостеприимства играет важную роль в обеспечении эффективной и качественной организации и предоставления экскурсионных услуг. Она помогает предприятиям в данной сфере управлять ресурсами, обеспечивать высокое качество услуг, управлять рисками, повышать удовлетворенность клиентов, а также сокращать издержки. Однако для эффективного использования данной системы необходимо правильно подобрать и комбинировать инструменты, которые будут наиболее подходящими для конкретного предприятия и его потребностей. Правильное использование инструментов позволит повысить уровень удовлетворенности туристов, повысить эффективность бизнеса и укрепить позиции предприятия на рынке туризма и рекреации.

Библиографический список

1. Веряскин П.Г. Современные особенности формирования прибыли гостиничного предприятия // Экономические исследования и разработки. 2020. № 3. С. 23-29.
2. Волкова О.В. Стратегия государственного и правового регулирования деятельности гостиничных предприятий в России // Вестник научных конференций. 2020. № 1-1 (53). С. 22-24.
3. Глаголева Н.Н., Устинова Е.М., Болтенков А.Н. Совершенствование методического обеспечения анализа для текущего управления и прогнозирования развития сферы гостиничных услуг // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2020. № 3 (82). С. 85-96.
4. Дудкина О.В., Сафронова В.В. Особенности организации гостиничного бизнеса в России // Экономические исследования и разработки. 2020. № 4. С. 121-126.
5. Клишина Е.В. Стратегии управления в сфере гостиничного хозяйства // Энигма. 2020. № 18-1. С. 16-18.
6. Кузнецова М.А., Абрамова Л.С. Проблемы и перспективы развития гостиничного и туристского бизнеса города-курорта Евпатория // Вектор экономики. 2020. № 1 (43). С. 80.
7. Куницына А.Г., Громовик Е.И., Лопатина И.Ю. Тенденции развития гостиничного бизнеса в России 2020 // Modern Science. 2020. № 6-3. С. 91-95.
8. Латыпов И.А. О сетевом продвижении европейских гостиничных цепей в РФ: социально-теоретический аспект // Вестник Восточно-Сибирской Открытой Академии. 2020. № 36. С. 5.
9. Макарова Д.Д. Современные тенденции инновационной деятельности в гостиничном бизнесе // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2020. № 2. С. 106-114.
10. Малинина О.Ю., Федоркова А.В. применение инструментов бенчмаркинга в процессе оценки конкурентоспособности гостиничных предприятий // Международный научно-исследовательский журнал. 2020. № 5-2 (95). С. 108-112.