*О.С. Крайнова,
зав. кафедрой туризма
Филиала Московского университета им. С.Ю. Витте
в г. Нижнем Новгороде,
канд. экон. наук, доцент*

**ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ТУРИСТОВ НА МАРШРУТЕ: СО-
СТОЯНИЕ ПРОБЛЕМЫ И ПРАКТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
НА МАТЕРИАЛАХ ТУРОПЕРАТОРА ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА**

*O.S.Kraynova,
The Head of the Department of Tourism,
Branch of Moscow Witte University in Nizhny Novgorod,
candidate of economic science, associate professor
E-Mail: kraynovaos@mail.ru*

**ENSURING THE SAFETY OF TOURISTS ON THE TRAVEL ROUTE:
THE STATE OF THE PROBLEM AND PRACTICAL RESEARCH
ON MATERIALS OF DOMESTIC TOURISM TOUR OPERATOR**

Аннотация. В статье предпринята попытка обоснования одного из направлений системного подхода к управлению безопасностью – формирование достаточного уровня информированности туристов о безопасности на маршруте путешествия. В качестве инструмента обоснования выступают результаты анкетирования клиентов нижегородского туроператора внутреннего туризма на предмет оценки туристами уровня безопасности автобусных туров, реализуемых компанией.

Ключевые слова: обеспечение безопасности, турист, маршрут путешествия, системный подход к управлению, маркетинговое исследование.

Abstract. The article attempts to validate one of the fields of a systematic approach to safety management is the formation of sufficient awareness of the tourists about safety on the route of travel. As a tool of justification are the results of a questionnaire survey of the Nizhny Novgorod domestic tourism tour operator to assess the tourists' level of safety of bus tours implemented by the company.

Keywords: security, tourist, travel route, system approach to management, marketing research.

К особенностям разработки инновационных решений по обеспечению безопасности в туризме относится тот факт, что приходится иметь дело с системой «человек – среда обитания», находящейся в динамическом режиме и предполагающей решение вопросов оперативной безопасности. Конечно, безопасность не является абсолютной, но ей можно управлять, что позволяет говорить о некотором допустимом уровне безопасности, при котором всегда существуют остаточный риск или опасность. Риск или опасность могут существенно вырасти в условиях существования неучтенных при формировании программы тура источников опасностей, проявления конкретного источника воздействия на опасном для туриста уровне, подверженности туриста воздействию определенных источников опасности.

Важным направлением системного подхода к управлению безопасностью в туризме считаются:

- стратегическое планирование турпродукта, основывающееся на составлении всеобъемлющих и «универсальных» положений по правилам и мерам безопасности туристов либо на том, что специалисты туроператора в соответствии с реализуемыми ими направлениями деятельности разрабатывают программы по обеспечению безопасности туров;

- учет человеческого фактора – важное стратегическое направление в обеспечении безопасности турпродукта, так как главная опасность таится в самом человеке: в его самоуверенности, переоценке своих сил и возможностей,

пренебрежении к правилам безопасности, отсутствии элементарных знаний о выживании, а порой – в преступном легкомыслии;

– создание и внедрение автоматизированных систем стратегического анализа и контроля безопасности ресурсов туристического пакета.

В статье автор предпринимает попытку обоснования одного из направлений системного подхода к управлению безопасностью - формирование достаточного уровня информированности туристов о безопасности на маршруте путешествия и овладение необходимыми навыками в обеспечении собственной безопасности, поскольку не следует недооценивать повышение уровня грамотности и подготовленности туристов к самостоятельному (в первую очередь) принятию решений в условиях возникновения различного рода рисков. И в данном контексте, как представляется автору, необходимо первоначально определиться с вопросами восприятия туристом системы безопасности туристского путешествия, его отношением к уровню достаточности и гарантии выполнения обязательств со стороны туроператора.

С этой целью в рамках проводимого автором исследования было организовано анкетирование клиентов одного из нижегородских туроператоров, специализирующихся на организации внутреннего туризма, в основном, автобусных маршрутов по России.

Так, опрос в форме анкетирования предусматривал оценку туристами уровня безопасности автобусных туров, реализуемых компанией. В рамках исследования был изучен спрос на автобусные туры среди населения Нижегородской области и выявлены потребительские критерии безопасности туров, определено отношение туристов к безопасности автобусных туров на основе их знаний, оценена работа менеджеров по продажам туров в области безопасности.

План первичного маркетингового исследования, представленный в табл. 1, был разработан под клиентов конкретного туроператора, а сама процедура анкетирования проводилась в офисе по продажам турпродуктов.

Таблица 1 – План исследования безопасности туров туроператора внутреннего туризма (специализация – автобусные туры)

[Составлено автором]

Наименование раздела	Содержание раздела
<i>1. Разработка концепции исследования</i>	
1.1 Определение целей исследования	Основной целью исследования является оценка туристами уровня безопасности автобусных туров, реализуемых туроператором.
1.2. Постановка основных задач исследования	Для реализации исследовательского замысла необходимо решить ряд задач: – изучить спрос на автобусные туры среди населения Нижегородской области и выявить потребительские критерии безопасности туров; – определить отношение туристов к безопасности автобусных туров на основе их знаний; – выявить оценку работы менеджеров по продажам туров в области безопасности; – разработать рекомендации по повышению безопасности автобусных туров .
1.3. Формирование рабочей гипотезы исследования	Основная рабочая гипотеза исследования состоит в том, что туристы, совершающие автобусные туры по России и странам СНГ, халатно относятся к своей безопасности во время путешествий, не знают в полном объеме правил безопасного поведения в автобусе, что говорит о недостаточной работе менеджеров по продажам туров в области безопасности.
<i>2. Отбор источников информации</i>	
2.1 Определение источников первичной информации	Источником первичной маркетинговой информации являются результаты опроса туристов, совершивших автобусные туры с туроператором.
<i>3. Сбор первичной информации</i>	
3.1 Определение единицы выборки, объема выборки, процедуры	Единица выборки – клиенты туроператора (в офисе) Объем выборки – 200 респондентов Процедура выборки – неслучайная выборка метод гнездовой: – пол 2 группы; – возраст 6 групп.
3.2 Обработка методов сбора первичной информации	Опрос в форме анкетирования Характер анкетирования – групповое заочное
3.3 Разработка рабочего инструментария исследования	Анкета для опроса респондентов (полузакрытая)

3.4 Определение периодов, стоимости, сроков, ответственных за сбор информации	Сроки: исследование проводилось с 03.04.2015 г. по 15.05.2015 г. Период: высокий туристский сезон Ответственный за сбор информации: Крайнова О.С.
4. Методы обработки и анализа полученной информации	Метод обработки полученной информации: вручную Методы анализа полученной информации: статистические, методы группировки, сводки, установление взаимосвязей Характер представления результатов анализа: таблицы, диаграммы
5. Программные результаты исследования	Подтверждение/ опровержение рабочих гипотез Разработка рекомендаций по повышению безопасности туристов при совершении автобусных туров

Анализ полученных в ходе анкетирования данных демонстрировал следующее. В ходе исследования было опрошено 200 респондентов, из которых 96% составляют женщины, 4% – мужчины; подавляющее большинство респондентов являются квалифицированными специалистами с высшим образованием (69%), 8% – заместителями руководителя предприятия, 13% – руководителями службы, отдела, 4,5% – студенты, 4,5 % – служащие без высшего образования. 48% респондентов не состоят в браке, 52% респондентов не имеют детей. 88% имеют высшее образование, 4,5% – незаконченное высшее образование, 7,5% – среднее образование. Именно эти категории граждан являются основными потребителями услуг туроператора.

Большинство опрошенных респондентов (78%) совершает туристические поездки в пределах Российской Федерации 1 раз в год, 17,5% – 2–3 раза в год и лишь 4,5% – 4 и более раз в год, не совершающих поездки по Российской Федерации среди респондентов не оказалось (рис. 1).

Рисунок 1 – Количество совершаемых поездок по РФ в год (раз)

[Составлено автором]

Предпочтения по видам отдыха туристов в Российской Федерации представлены на рисунке 2.

Рисунок 2 – Предпочтения по видам отдыха туристов в России

[Составлено автором]

Можно отметить, что наиболее популярными видами отдыха в Российской Федерации являются экскурсионный туризм и пляжный отдых – именно

эти виды отдыха являются приоритетными направлениями в деятельности туроператора по России и СНГ.

Далее были выявлены предпочтения туристов в выборе средств передвижение при совершении тура (рис. 3).

Рисунок 3 – Предпочтения респондентов по видам транспортных средств
[Составлено автором]

Как видно из данных, представленных на рис. 3, самыми популярными видами транспорта являются железнодорожный транспорт и автобус – их отметили по 39 респондентов из общего числа опрошенных. Таким образом подтверждается тезис о том, что автобусные туры занимают лидирующие позиции по популярности среди населения. Это же подтверждает ответ на следующий вопрос анкеты, где подавляющее большинство респондентов - 66 человек, отмечают, что ранее они также совершали автобусные туры по России.

По мнению респондентов, самым привлекательным в автобусном туре является доступная цена и возможность за одну поездку познакомиться со многими достопримечательностями (рис. 4).

Рисунок 4 – Привлекательность автобусных туров
[Составлено автором]

Таким образом, можно сделать вывод, автобусные туры являются популярными среди населения благодаря относительной ценовой доступности в сочетании с большим количеством объектов показа, что в современной достаточно сложной геополитической и экономической обстановке зачастую является решающим в выборе вида тура и стратегия развития именно такого вида туризма туристической компанией в настоящее время является актуальной.

Прогнозируемый рост спроса на внутренний туризм, в том числе и на автобусные туры и высокая конкуренция на туристском рынке Российской Федерации заставляет туристические фирмы по-новому взглянуть на качество предоставляемых услуг, в том числе и в сфере безопасности туров. Автомобильный транспорт является самым аварийным, так в 2013 году произошло 204,1 тыс. автомобильных происшествий, для сравнения – на железнодорожном транспорте – 17 тыс., на внутреннем водном транспорте – 5 тыс., на воздушном – 30 тыс. происшествий. Такая статистика не может не волновать туристов, совершающих автобусные путешествия по России. Так о вопросах безопасности при совершении автобусных туров задумывалось подавляющее большинство респондентов – 91%, поэтому вопрос о безопасности автобусных туров являет-

ся очень актуальным. Ответственность за безопасность туров лежит на туроператоре, формирующем тур, но эта ответственность не должна сводиться только к исполнению законодательства Российской Федерации, но и должна быть одной из основополагающих при работе с клиентами.

Так, при проведении анкетирования 52% респондентов ответили, что при покупке тура не были ознакомлены с правилами безопасности при совершении автобусных путешествий менеджером по продажам, а 74% респондентов не получили «Памятку о правилах поведения в автобусном туре», только 56% респондентов отметили, что были проинструктированы о правилах безопасности сопровождающим группы в салоне автобуса в начале путешествия! Причем элементарнейшие правила безопасности при совершении автобусных путешествий знают не все туристы (рис. 5).

Рисунок 5 – Знание правил безопасности в автобусных турах

[Составлено автором]

Также имеют место вопросы по техническому состоянию туристических автобусов, комфортности путешествий и соответствию норм. В ходе опроса лишь 34% респондентов отметили, что совершали путешествие на современном комфортабельном туристическом автобусе, только 35% заявили о наличии системы поддержания микроклимата, 39% респондентов имели в автобусе приборы для нагрева питьевой воды, по 22% отметили не соответствие автобуса со-

временным нормам, поломки и задержки в пути. Более подробно данные представлены на рисунке 6.

Рисунок 6 – Состояние автобусов туроператора (по мнению респондентов)

[Составлено автором]

Также в ходе анкетирования 82% респондентов отметили, что им не были предоставлены сведения о страховщике, экстренной помощи и компенсациях при возникновении несчастных случаев.

Все это говорит о недоработках в организации системы безопасности туров у конкретного туроператора и необходимости ее реформирования в части создания внутрифирменной стратегии безопасности с включением в нее всех сотрудников от менеджеров по продажам до гидов и водителей автобусов, а также активным вовлечением туристов на всех этапах оказания услуг от приобретения тура до окончания оказания услуги.

Список литературы

1. О безопасности: Федеральный закон от 28.12.2010 N 390-ФЗ / Правовой сервер "Консультант Плюс" / [Электронный ресурс] // URL:

<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=108546> / (дата обращения: 15.04.2015)

2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) / Правовой сервер "Консультант Плюс" / [Электронный ресурс] // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_129632/ (дата обращения: 12.02.2015)

3. Национальный стандарт Российской Федерации «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов ГОСТ Р 50644-2009: Приказ Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15.12.2009 № 773-ст / Правовой сервер "Консультант Плюс" / [Электронный ресурс] // URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=481763/> (дата обращения: 12.03.2015)

4. Петров, С.В. Безопасный отдых и туризм [Текст]: Учебное пособие. / С. В. Петров, О. Л. Жигарев, О. Н. Токарева. – Новосибирск: АРТА, 2011. – 294 с.

5. Куликович М.А. Риск как мера опасности для жизни и здоровья человека в ходе туристско-экскурсионного обслуживания / М.А. Куликович. В сборнике: Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации. Нижний Новгород. 2015.

6. Григорьева М.В., Рябченко О.И., Эмиров И.Х. Инновационные стратегии обеспечения безопасности в туризме // ТТПС. 2011. №15. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-strategii-obespecheniya-bezopasnosti-v-turizme> (дата обращения: 28.06.2015).

7. Писаревский Е.Л. Актуальные проблемы обеспечения общественной безопасности в сфере туризма. // Интернет-журнал «Туризм: право и экономика», 2011. № 11. [Электронный ресурс] // URL статьи: <http://www.centerbereg.ru/f762.html> (дата обращения: 05.05.2015).