эффективностью. Предложенный в работе теоретический подход и численный метод формирования приоритетной очереди портфелей финансовых активов позволяют расширить возможности портфельной теории с учетом перспектив изменения не только параметров ценных бумаг, отобранных в качестве инструментов инвестирования, но и такой важной интегральной характеристики портфеля, как коэффициент Шарпа.

***

1. Буренин А. Н. Рынок ценных бумаг и производных финансовых инструментов: учеб. пособие М.: 1 Федеративная Книготорговая Компания, 1998. – 348с.
2. Лабскер Л., Ященко Н., Амелина А. Очередность кредитования банком корпоративных заемщиков. LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012. - 230 с.
3. Рыжова А. В. Актуальные для российского инвестора модели портфелей финансовых активов. 38.03.01. - М., 2018. - 104 с.
4. Markowitz H. M. Portfolio selection// Journal of Finance. 1952, 7, P.77-91
5. Sharp W. Simplified model for portfolio analysis// Management Sciences. 1963, vol.9, № 2.
6. Tobin J. Liquidity Preference as Behavior Towards Risk // Review of Economic Studies, 26, № 1(February 1958).
7. Tobin J. The Theory of Portfolio Selection. The Theory of Interest Rates// ed. By Hahn F. and Brechlin, London, Macmillan and Co., 1965.
8. Instefjord N. Investment management. Undergraduate study in Economics, Management, Finance and the Social Sciences. - London: University of London, 2016. - 126 с.
9. Investopedia URL: <https://www.investopedia.com/terms/m/marketcapgdp.asp> (дата обращения: 24.02.2019).
10. World Bank URL: <https://data.worldbank.org> (дата обращения: 24.02.2019).

Егорова Е.Н., Люлюк А.С.

Особенности разработки событийных туров

*Краснодарский Государственный Институт Культуры
(Россия, Краснодар)*

doi 10.18411/gq-31-07-2019-12

idsp sciencerussia-31-07-2019-12

Событийный туризм – это целенаправленное и сознательное перемещения туристов с целью посещения мероприятия или события вне родного города или страны. Это может быть концерт, шоу, театрализованное представление, фестиваль.

Для того чтобы организовать событийный тур, необходимо использовать календарь праздников и знаменательных событий. Событийные туры вызывают большой интерес у путешественников к особым датам, праздникам, а участие в этих событиях делает тур незабываемым.

Особенность проектирования событийного тура состоит в том, что такие туры можно сочетать, например, с экскурсионными программами. Для формирования тура необходимо выполнить ряд условий:

- определить направление событийного тура, его элементы, периодичность предоставления;
- проанализировать затраты на разработку и реализацию предлагаемого к продаже событийного тура;
- выбрать наиболее подходящий перспективный рынок;
- оценить экономическую эффективность и целесообразность разработки событийного тура на основе данных о предполагаемых доходах и расходах.

Разработка нового событийного тура начинается с поиска идей. Поиск идей предполагает выбор объекта путешествий. Идея туристского продукта – общее представление о будущем проекте, который туристская фирма могла бы предложить рынку. Потребительские свойства туристского продукта определяются полезностью и

функциональностью входящих в него товаров и услуг, их надежностью и способностью удовлетворить потребности покупателя. В качестве источника идей для создания событийного тура может быть:

1. туристские продукты конкурентов;
2. потребители, чьи потребности и нужды можно выявить с помощью опросов, обсуждений, предложений и жалоб;
3. статистика путешествий, которая определяет наиболее популярные направления;
4. персонал фирмы, благодаря ежедневному контакту с клиентами.

Следующим этапом разработки событийного тура считается выбор наиболее подходящего перспективного рынка, сегментирование туристического рынка. Процесс сегментирования проходит по географическим, демографическим, социально-экономическим и поведенческим признакам. Для определения наиболее подходящего для тура рынка необходимо провести маркетинговые исследования и анализ исходного продукта, который уже существует на рынке и пользуется популярностью у путешественников. Поэтому при анализе рынка необходимо изучить организацию перелета и трансфера, размещение туристов, набор услуг в туре, цену и дополнительные услуги.

После того как выбрана идея нового туристского продукта и определен наиболее подходящий рынок, наступает этап разработки концепции туристского продукта и его проверки. На этом этапе перед туристской организацией стоит задача разработать концепцию нового туристского продукта, придать ему конкретные свойства, которые бы соответствовали спросу целевого рынка и финансовым возможностям самой организации. На данном этапе важно определить маршрут будущего событийного тура, программу и набор услуг.

Определив концепцию будущего событийного тура, туристской организации необходимо провести пробный маркетинг, или экспериментальную проверку тура. Этот этап разработки включает в себя продвижение и продажу определенного количества нового событийного туристского продукта для выявления отношения к нему потенциальных туристов, а также устранения возможных недостатков. Экспериментальная проверка тура представляет собой ознакомление с новым туристским продуктом в ходе презентации, продвижения рекламы, распространения информации, а также на основе отзывов туристов и заявок новых клиентов. На основе результатов проверки туристская организация принимает окончательное решение о продвижении на рынок событийного тура или об отказе от его внедрения.

Для дальнейшего создания нового событийного тура организации необходимо определить цены на билеты, цены событийных туров у конкурентов, а также включить в стоимость туристской путевки накладные расходы (арендную плату, телефонные переговоры, интернет), прибыль фирмы, комиссию фирмам, которые работают по агентскому соглашению, а также налоги. В итоге туристская организация получит стоимость, по которой можно реализовывать событийный тур.

При создании событийного тура важно определить, будет ли какое-либо событие ключевым в путешествии или же в рамках экскурсионной поездки туристы смогут посетить интересное мероприятие. Так, если туристы едут в Абрау-Дюрсо в бархатный сезон, то они могут побывать на эногастрономическом фестивале «О, да! Еда!», популярном благодаря кулинарным баттлам, мастер-классами. А в том случае, если туристы посещают Сочи во время кинофестиваля «Кинотавр», то их может заинтересовать и это событие.

Во время проведения масштабных мероприятий значительно увеличивается стоимость средств размещения, при этом уменьшается количество мест в них. В таком случае туроператорам необходимо заранее позаботиться об этом, взяв квоты в отелях, а турагентам предупредить туристов о возможных затратах.

Также перед организацией событийного тура важно ознакомиться с планом мероприятия, местом его проведения, чтобы иметь возможность подробно рассказать о нем туристам, а также при возможности показать схемы трибун, рассадки зрителей.

Таким образом, при создании событийных туров, необходимо помнить, что главной целью этих туров считается посещение определённых событий, а программа событийного тура в свою очередь должна ярко освещать само событие.

***

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.-363 с.
2. Власова Т.И., Алейников А.В. Событийный туризм - эффективный антикризисный инструмент привлечения туристских потоков в регион (на примере г. Санкт-Петербурга) // Вестник Национальной академии туризма. – 2015. №1(33). – С. 38-40.
3. Долженко, Г. П. Опыт разработки классификации современного российского туризма/ Г.П. Долженко. – 2008
4. Каурова А. Д. Организация сферы туризма: учебник / А. Д. Каурова. - СПб.: Издательский дом Герда, 2008. - 368 с.
5. Гастрономический фестиваль «О, да! Еда!». Электрон. дан. Режим доступа URL: <http://odaeda.me/>

Магрупов А.Ю.

Управление человеческими ресурсами: наука и практика

*Ташкентский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
(Узбекистан, Ташкент)*

doi 10.18411/gq-31-07-2019-13

idsp sciencerussia-31-07-2019-13

Аннотация

Управление человеческими ресурсами в настоящее время осуществляется на всех уровнях: от структурных подразделений организации до государственных масштабов. Основные рекомендации в сфере управления человеческими ресурсами были разработаны Международной организацией труда. В любом государстве есть своя система органов управления, занимающихся вопросами социальной политики, управлением занятостью и трудовыми отношениями. В статье представлено формирование эффективной системы управления человеческими ресурсами. В настоящее время в науке и в практике управления человеческими ресурсами выделяют различные понятия для обозначения участия людей в трудовом процессе, такие как трудовые ресурсы, рабочая сила, кадры, трудовой потенциал, человеческие ресурсы. В силу того, что развитие теоретических и практических знаний об управлении людьми имеет эволюционный характер, то и система взглядов на методы и способы управления формировались по мере развития представлений общества о ценностях и потребностях людей.

Ключевые слова: человеческие ресурсы, международная организация труда, условия труда, рабочие места, система управления, способы управления, рынок труда, человеческий потенциал.

Abstract

Human resources management is currently carried out at all levels: from structural units of the organization to government levels. The main recommendations in the field of human resource management were developed by the International Labor Organization. In any state has its own system of government bodies dealing with social policy, employment management and labor relations. The article presents the formation of an effective human resource management system. Currently, in science and in the practice of human resource management, various concepts are distinguished to denote the participation of people in the labor process, such as labor resources, labor force, personnel, labor potential, and human