**Пример оформления статьи**

УДК 338.001.36

***Ветрова Екатерина Сергеевна,***

*студент 3 курса факультета технологии, предпринимательства и сервиса,*

*ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева»,*

*Россия, Орёл*

***Шмарков Михаил Сергеевич,***

*кандидат экономических наук, доцент,*

*заведующий кафедрой туризма и гостиничного дела,*

*ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева»,*

*Россия, Орёл*

**ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ ТУРИСТСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ**

**ГОРОДА ОРЛА**

***Аннотация:*** *Удовлетворенность потребителей туристских услуг отражает сложившуюся ситуацию на рынке, объясняя существующий уровень спроса и предложения. Именно удовлетворение потребителей является ключевой задачей каждой туристской компании.* *Для достижения наибольшей удовлетворенности потребителей туристского продукта необходимо анализировать требования клиентов, влияющие на подбор тура, а также мнения и отзывы туристов о путешествии. Актуальность темы обусловлена тем, что удовлетворенность потребителей туристского продукта зависит от многих факторов, учитывая которые возможно не только повысить степень удовлетворенности туристов, но и увеличить эффективность деятельности туристских организаций. В данной статье исследуется удовлетворенность потребителей туристских продуктов, реализуемых туристскими организациями города Орла. В рамках исследования осуществлен опрос потребителей туристского продукта на предмет их удовлетворенности.*

***Ключевые слова:*** *туристский продукт, туристские организации, потребители, удовлетворенность потребителей, анкетирование.*

***Vetrova Ekaterina,***

*3rd year student of the faculty of technology, entrepreneurship and service,*

*Orel State University named after I. S. Turgenev,*

*Russia, Orel*

***Shmarkov Mikhail,***

*candidate of economic Sciences,*

*associate Professor,*

*acting head of the Department of tourism and hotel business,*

*Orel State University named after I. S. Turgenev,*

*Russia, Orel*

**RESEARCH OF SATISFACTION OF CONSUMERS OF TOURIST PRODUCTS SOLD BY TOURIST ORGANIZATIONS OF THE CITY OF OREL**

***Abstract:*** *satisfaction of consumers of tourist services reflects the current situation in the market, explaining the existing level of demand and supply. Customer satisfaction is the key objective of every travel company. To achieve the highest customer satisfaction of a tourist product, it is necessary to analyze customer requirements that affect the selection of a tour, as well as the opinions and reviews of tourists about the trip. In addition, various methods should be used to increase customer satisfaction. The relevance of the topic is due to the fact that the satisfaction of consumers of a tourist product depends on many factors, taking into account which it is possible not only to increase the level of satisfaction of tourists, but also to increase the efficiency of tourist organizations. This article examines the satisfaction of consumers of tourist products sold by tourist organizations in the city of Oryol. As part of the research, a survey of consumers of a tourist product for their satisfaction was carried out.*

***Keywords:*** *tourist product, tourist organizations, consumers, customer satisfaction, survey.*

**Введение.** Текст текст тексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттекст**.**

**Обзор литературы.** Текст текст тексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттекст**.**

**Методология исследования.** Текст текст тексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттекст**.**

**Практическая значимость, предложения и результаты внедрений, результаты экспериментальных исследований.**

Текст текст тексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттекстТекст текст тексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттекст [2].

Текст текст тексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттекст.

Результаты опроса представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Название таблицы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название столбца | Название столбца | |
| 1 | 2 | |
|  |  | |
|  |  | |
|  |  | |
|  |  | |
|  |  | |
| Продолжение таблицы 1 | | |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Результаты исследования представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Название рисунка

Текст текст тексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттекст.

**Выводы (заключение).** Текст текст тексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттекстТекст текст тексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттекст**.**

**Обсуждение результатов.** Текст текст тексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттекстТекст текст тексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттексттекст.

**Список литературы:**

* + - 1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 06.02.2020) «Об образовании в Российской Федерации» – Справочная правовая система «Консультант Плюс». // [Электронный ресурс] Режим доступа: [http: // www.consultant.ru](http://http:%20//%20www.consultant.ru) (дата обращения: 11.04.2021).
      2. Блынская, Е. С. Тенденции формирования спроса как ориентир деятельности компаний на рынке туризма / Е. С. Блынская, М. С. Шмарков, Л. И. Шмаркова // Тенденции и проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства: материалы 5-й Межрегиональной научно-практической конференции с международным участием, 15 ноября 2018 г., Рязань / отв. ред. Л. А. Ружинская. – Рязань: Ряз. гос. ун-т им. С. А. Есенина, 2018. – С. 191 – 195.
      3. Орловская область: туризм и отдых. Туристический сайт региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tourism-orel.ru/> (дата обращения: 11.04.2021).
      4. Шмаркова, Л. И. [Социальная ответственность туристского бизнеса](http://elibrary.ru/item.asp?id=27171354) /  
         Л. И. Шмаркова, С. В. Шмарков, М. С. Шмарков, Т. В. Карпова // В сборнике: [Стратегия развития учетно-аналитических и контрольных систем в механизме управления современными бизнес-процессами коммерческих организаций](http://elibrary.ru/item.asp?id=27171279) международный экономический форум «Бакановские чтения». – 2014. – С. 337 – 343.
      5. Шмарков, М. С. Обеспечение и совершенствование норм безопасности при формировании и реализации комплексного туристского продукта / М. С. Шмарков // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2018. –  
         № 7 – С. 255 – 259.
      6. Шмарков, М. С. [Повышение конкурентоспособности туристских организаций и методы адаптации их деятельности к изменяющимся рыночным условиям в регионе](https://elibrary.ru/item.asp?id=22337561): диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / М. С. Шмарков. – Орёл: Государственный университет – учебно-научно-производственный комплекс, 2013.
      7. Шмарков, М. С. Разработка и реализация методики построения потребительской оценки деятельности предприятия туризма на региональном рынке /  
         М. С. Шмарков // Инновационный Вестник Регион. – 2012. – № 3 – С. 64.