

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт физической культуры, спорта и туризма
Кафедра теоретических основ и менеджмента физической культуры и туризма

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ В.М. Гелецкий
«____ » _____ 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
43.03.02 Туризм

43.03.02.01 Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В ТУРИЗМЕ В
Г. КРАСНОЯРСКЕ
(НА ПРИМЕРЕ КОЛЛЕКТИВНЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ И МЕСТ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ)

Научный руководитель _____ доцент А.С. Кочанова

Выпускник _____ Я.А. Рыбушкина

Нормоконтролер _____ К.В. Орёл

Красноярск 2020

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Состояние и перспективы развития сферы услуг в туризме в г. Красноярске (на примере коллективных средств размещения и мест общественного питания)» содержит 57 страниц текстового документа, 50 использованных источников, 9 рисунков.

ТУРИЗМ, СФЕРА УСЛУГ, РЕКОМЕНДАЦИИ, COVID-19, МАРКЕТИНГ, ГОСТЕПРИИМСТВО, ОБЩЕСТВЕННОЕ ПИТАНИЕ.

Объект исследования: сфера услуг в туризме.

Предмет исследования: состояние и перспективы развития сферы услуг в туризме.

Целью ВКР является разработка рекомендаций по выходу из кризисной экономической ситуации сферы услуг в туризме.

Задачи исследования:

1. Раскрыть понятие сферы услуг в туризме и изучить современные перспективы развития.
2. Выявить проблемы развития сферы услуг в туризме на фоне мировой пандемии COVID – 19;
3. Рассмотреть состояние и перспективы развития сферы услуг в туризме в г. Красноярске;
4. Разработать методические рекомендации по выходу из кризисной экономической ситуации сферы услуг в туризме в г. Красноярске.

Актуальность темы - мировая эпидемия вируса COVID – 19, которая буквально парализовала всю сферу услуг туризма, является новой глобальной проблемой в индустрии туризма. Необходимо не только выявить современные проблемы туристского бизнеса на фоне глобальной пандемии, но и обозначить рекомендации по дальнейшим действиям по выходу из кризиса.

Методы исследования:

1. Анализ научной литературы по теме исследования.
2. Систематизация, количественный и качественный анализ данных, их интерпретация.
3. Проведение социологического опроса (анкетирование).

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1. Теоретические основы современных проблем и перспектив в сфере услуг в туризме	5
1.1 Понятие сферы услуг в туризме.....	5
1.2Основные показатели проблем в сфере услуг в туризме.....	8
1.3Современные перспективы развития сферы услуг в туризме.....	13
2. Анализ современного состояния сферы услуг в туризме в г. Красноярске.....	19
2.1Анализ качества услуг размещения в г. Красноярске.....	19
2.2Анализ качества услуг питания в г. Красноярске.....	26
2.3Анализ современных проблем сферы услуг в туризме на фоне мировой пандемии COVID – 19.....	30
3. Перспективы и методические рекомендации по развитию сферы услуг в туризме в г. Красноярске на фоне мировой пандемии COVID – 19.....	36
3.1Меры государственной поддержки для бизнеса сферы услуг в туризме.	36
3.2Антикризисный маркетинг в сфере услуг в туризме.....	39
3.3Разработка рекомендаций по выходу из кризисной экономической ситуации сферы услуг в г. Красноярске.....	44
Заключение	51
Список использованных источников	53

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы заключается в том, что индустрия туризма - одна из ведущих индустрий в мире по вкладу в мировой ВВП, претерпевает большие изменения во всем мире. Появляются новые проблемы, с которыми ранее нам еще не доводилось сталкиваться. Ярким примером служит мировая эпидемия вируса COVID – 19, которая буквально парализовала всю сферу услуг туризма. Необходимо не только выявить современные проблемы туристского бизнеса, но и найти перспективы дальнейшего развития этой отрасли. В работе рассматриваются предприятия коллективных средств размещения и места общественного питания в г. Красноярске.

Объект исследования: сфера услуг в туризме.

Предмет исследования: состояние и перспективы развития сферы услуг в туризме.

Цель исследования: разработка рекомендаций по выходу из кризисной экономической ситуации сферы услуг в туризме.

Для реализации цели были поставлены следующие задачи:

1. Раскрыть понятие сферы услуг в туризме и изучить современные перспективы развития;
2. Выявить проблемы развития сферы услуг в туризме на фоне мировой пандемии COVID – 19;
3. Рассмотреть состояние и перспективы развития сферы услуг в туризме в г. Красноярске;
4. Разработать методические рекомендации по выходу из кризисной экономической ситуации сферы услуг в туризме в г. Красноярске.

Методы исследования:

1. Анализ научной литературы по теме исследования.
2. Систематизация, количественный и качественный анализ данных, их интерпретация.
3. Проведение социологического опроса (анкетирование).

1 Теоретические основы современных проблем и перспектив в сфере услуг в туризме

1.1 Понятие сферы услуг в туризме

Туристский рынок - это рынок услуг, так как услуги выступают основным предметом обмена и составляют 80% всего объема продаж на развитых туристских рынках. Туризм - это область или даже совокупность отраслей сферы услуг, где производятся, реализуются и потребляются услуги, связанные с организацией туристических поездок.

Если определять туризм как сферу услуг, то понятие будет звучать так: туризм - это сфера человеческой деятельности, связанная с путешествиями людей, выполняет ряд функций политического, экономического, культурного характера, которые проявляются как на уровне отдельной личности, так и на уровне общества в целом. Как сфера применения труда туризм сегодня выделился в отдельную отрасль хозяйства, которую относят к нематериальной сфере, преимущественно - в сферу услуг [1].

Услуга - результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя услуг по удовлетворению потребности потребителя услуг [2].

Согласно ГОСТ Р 50646 – 2012 совокупность предприятий, организаций и индивидуальных предпринимателей, оказывающих услуги населению, есть ничто иное как сфера обслуживания населения.

ГОСТ Р 50690 – 2017 «Туристские услуги. Общие требования» даёт следующее определение понятия туристские услуги – это услуги по удовлетворению потребностей туристов в организации и осуществлении путешествий, отдыха и рекреации, в том числе в услугах перевозки, размещения, питания, экскурсий [3].

Также возможно следующее определение туристской услуги - это совокупность целенаправленных действий в сфере обслуживания, которые

ориентированы на обеспечение и удовлетворение потребностей туриста или экскурсанта, отвечающие целям туризма, характеру и направленности туристской услуги, тура, туристского продукта, не противоречащие общечеловеческим принципам морали и доброго порядка [4].

Туристская деятельность включает в себя оказание основных и дополнительных (сопутствующих) туристских услуг.

К основным туристским услугам относят:

- услуги по размещению (проживанию) туристов;
- услуги по организации перевозки туристов (трансфер);
- экскурсионные услуги.

Дополнительные (сопутствующие) туристские услуги включают в себя:

- информационно-рекламные услуги;
- услуги по организации питания туристов;
- услуги по организации досуга туристов;
- консалтинговые (консультативные) услуги;
- услуги инструкторов-проводников;
- прочие виды услуг [5].

В соответствии с Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей» обязательными для всех видов туристских услуг являются следующие требования:

- безопасность жизни и здоровья;
- сохранность имущества туристов и экскурсантов;
- охрана окружающей среды [6].

Туристским услугам присущи четыре характеристики, которые отличают услугу от товара:

1. Неосызаемость - туристскую услугу нельзя попробовать на вкус, на ощупь, ее нельзя увидеть и услышать до момента ее непосредственного оказания.

2. Неотделимость от источника и объекта услуги. Оказание туристической услуги требует, как правило, присутствия того, кто ее оказывает, или того, кому

она оказывается. Также оказание туристской услуги всегда привязано к месту туристического путешествия, т. е. к конкретной географической зоне, территории.

3. Изменчивость. Туристские услуги отличаются изменчивостью, т. е. их качество зависит от того, кто их оказывает и при каких условиях. Изменчивость и колебания в качестве услуги – главные причины недовольства, высказываемого клиентами в адрес индустрии туризма.

4. Несспособность к хранению - туристские услуги нельзя складировать. Отдых на одном из курортов Черноморского побережья осуществляется в течение того периода, который оплачен. Поэтому и воспользоваться этой услугой можно только в этот промежуток времени. Кроме того, в зависимости от объекта, к которому привязана туристическая услуга, стоимость ее и комплектация в зависимости от периода времени могут значительно отличаться [7].

Однако, как отмечает А.Д. Чудновский, туристским услугам наряду со специфическими характеристиками услуг присущи также и отличительные особенности:

1) покупатель преодолевает расстояние, отделяющее его от туристской услуги и места её потребления;

2) туристская услуга зависит от таких переменных, как время и пространство. Большое значение имеет фактор сезонности (маркетинговые мероприятия туристской организации будут разными в пик сезона и межсезонье). В межсезонье необходимы дополнительные меры стимулирования спроса: низкие цены, различные дополнительные услуги и т.д.;

3) при реализации туристских услуг весьма конструктивным является системный подход к стратегическому развитию регионов дестинаций, учитывающий тенденции в туристском спросе и уровень конкуренции. Очень важным для развития дестинации является создание, поддержание и дальнейшее формирование положительного образа, помогающего воздействовать на ожидания потребителей и мотивировать их к путешествию;

4) значительное влияние на качество туристской услуги оказывают внешние факторы, имеющие форс-мажорный характер, то есть не зависящие от воли и действий продавца и покупателя: погода, природные условия, политика, международные события и т.д. [8]

Таким образом, руководствуясь понятием «туристские услуги», данным в ГОСТ Р 50690 – 2017 и понятием «сфера обслуживания населения», данным в ГОСТ Р 50646 – 2012 вы дали следующее определение понятию «сфера услуг в туризме» - крупный сегмент сферы услуг, обеспечивающих удовлетворение потребностей людей и реализацию их деятельности в свободное время: отдых, развлечения, путешествия, сочетает как деятельность отдельных производителей услуг (гостиничных предприятий, предприятий питания, транспорта досуга и проч.), так и непосредственно туристских фирм. Сама по себе каждая отдельная туристская услуга (размещение, питание, транспортировка, бытовые услуги, экскурсии, культурно-массовые мероприятия, спорт, оздоровительные услуги и т. п.) не может удовлетворить все потребности туриста. На данный момент, туризм выделился в отдельную отрасль хозяйства, которую относят к нематериальной сфере, преимущественно - в сферу туристских услуг.

1.2 Основные показатели проблем в сфере услуг в туризме

Развитие туризма существенно влияет на развитие экономики и благополучие как территории Красноярского края, так и страны в целом. Благодаря туризму появляются новые рабочие и наращивается налогооблагаемая база, помогает развитию смежных и других секторов экономики, создаются новые источники инвестирования для западных инвесторов, создаются условия для межнационального и межкультурного диалога, помогает защищать памятники истории и культуры. Именно поэтому очень важно развивать эту отрасль хозяйства и всячески пытаться улучшать качество предоставляемых услуг, чтобы наращивать обороты этих услуг и тем самым привлекать больше туристов ежегодно.

По данным Всемирной туристической организации (UWNTO), в 2018 году по миру путешествовало 1,4 млрд человек, а в 2019 году в мире было совершено 1,5 млрд международных туристических поездок. Это на 4% больше, чем в 2018 году. Наша страна заняла 16 место в ТОП-20 самых посещаемых стран мира по итогам 2018 года с показателем 24,6 млн. Соседями России по «турнирной таблице» являются Малайзия (15 место, 25,8 млн человек) и Канада (17 место, 21,2 млн человек) [9].

С января по декабрь 2019 года иностранцы совершили 32,9 млн визитов в Россию. Это примерно столько же, сколько в 2018 году – прирост составил 0,98%. Однако при этом количество иностранцев, посещавших Россию с туристическими целями, увеличилось за год на 20,5% и составило 5,1 млн человек. Наибольшее количество туристов, по данным ФСБ, приехало из Китая – 1,5 млн. Турпоток из Китая вырос почти на 19% [10].

По версии Всемирной туристической организации и Всемирного совета по туризму и путешествиям одними из самых удобных для туризма странами являются: Испания, Франция, Германия, США, Великобритания, Швейцария, Австралия, Италия, Япония и Канада. Россия в этом списке находится лишь на 45 месте [11].

Тем не менее, со всей нашей богатой туристской аттрактивностью и потенциалом наша страна находится лишь во второй десятке и уступает таким странам, как Франция (93,2 миллиона), Испания (82,8 миллиона), Япония (31,2 миллиона) и т.д. (рисунок 1). На наш взгляд, это является одним из показателей проблем в сфере услуг в туризме. Что отталкивает иностранного туриста?

Во-первых, острой проблемой является неблагоприятный для туристских посещений страны визовый режим. Одна из главных причин, почему нашу страну посещают преимущественно туристы из Китая – это упрощённый визовый режим между этими государствами. Во-вторых, это языковой барьер. В нашей стране не хватает качественных специалистов, которые знают иностранные языки. К тому же относительно небольшой процент жителей нашей страны может свободно говорить на английском языке. По данным мировой

образовательной организации EF Education Россия занимает 48 место из 100 по уровню владения английским языком [12].

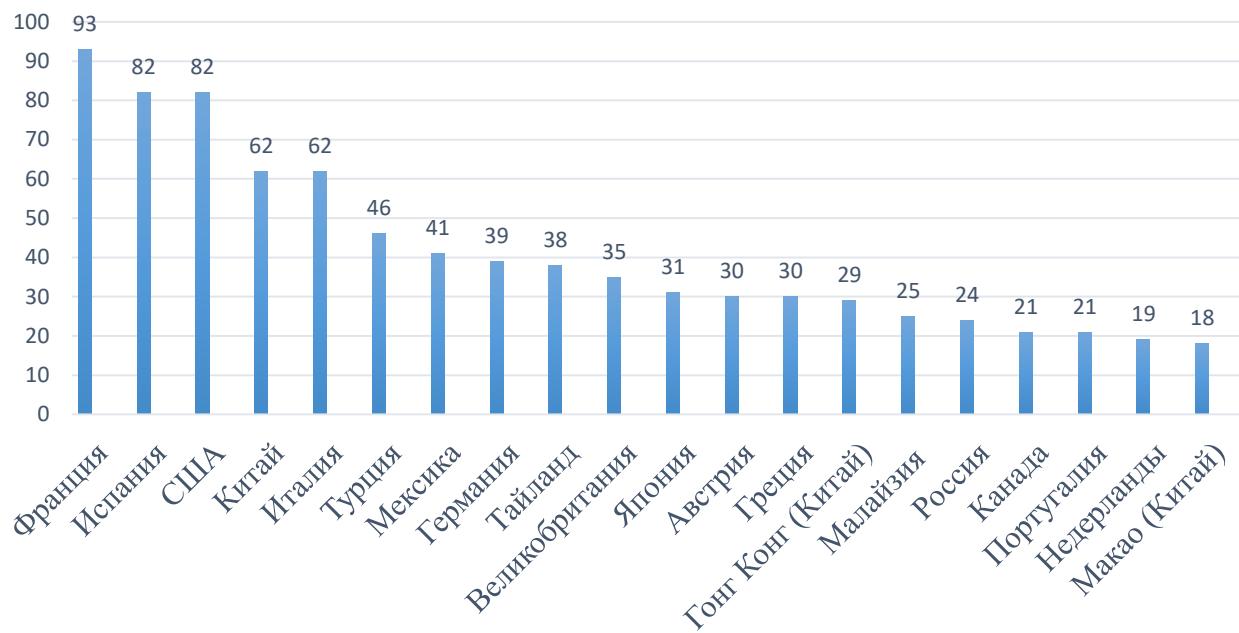


Рисунок 1 - Двадцать наиболее посещаемых стран в 2018 году

Важной проблемой в туристской сфере в нашей стране является политическая и экономическая обстановка в стране. Негативная информация об общественно-политическом и экономическом положении страны представлена различными видами СМИ за рубежом формирует образ нашей страны как зоны повышенного риска, что отталкивает потенциальных туристов для посещения нашей страны и способствует снижению въездного туризма. Также вследствие нехватки знаний у иностранных граждан о нашей стране в таких сферах как география, история, культура и т.п. появляются новые и укореняются старые стереотипы. Все это говорит об отсутствии достойной рекламы России за рубежом [13].

Внутри России совершается за год по данным Ростуризма более 50 млн. туристских поездок, а выездных путешествий было совершено около 48 млн. Практически половина всех русских туристов выезжает отдыхать за рубеж. На

наш взгляд, это также является одним из показателей проблем сферы услуг в туризме.

Во внутреннем туризме ярко выражена специфическая проблема — неравномерность туристских потоков, которая напрямую связана с сезонностью и уровнем притягательности и потенциала регионов страны как для рекреационного туризма, так и в отношении событий. Признанными лидерами внутреннего туризма являются: Москва, Санкт-Петербург, Краснодарский край и Казань, небольшая прослойка «середняков» — прежде всего города «Золотого кольца», но большинство регионов пока явно слабо реализуют свои возможности. Из наиболее известных и развитых в туристском плане являются Алтайский край и Республика Алтай, Иркутская область и Приморский край. Многое здесь зависит от уровня системности государственного внимания к развитию туризма в регионах; мешает разобщенность туристского сообщества, неразвитость межрегиональных видов туризма, включая круизный [14].

Также одной из главных причин является неразвитость и дороговизна услуг (транспортных, туристических и т.д.), низкий уровень сервиса и высокие цены на авиаперелёты внутри страны. В данном сегменте рынка отсутствуют предложения чarterных рейсов. Российский рынок практически закрыт для иностранных перевозчиков, что мешает развитию конкуренции и, следовательно, не дает возможности естественному регулированию цен. По этой причине многие российские туристы предпочитают путешествиям в другой уголок России европейское направление или приобретение полного турпакета, включающего перелет на чартере, в такие страны как Египет или Тунис [15].

Альтернативный авиационному железнодорожный транспорт не всегда удобен, учитывая значительную протяженность нашей страны. Например, проезд из Москвы до Иркутска на поезде займет более 3-х дней. Так как значительная часть населения страны проживает в Центральной части России, то высокие цены на авиабилеты являются одним из основных препятствий развития внутреннего турпотока из Центральной России в другие регионы страны, в том числе Уральский, Сибирский и Дальневосточный

федеральные округа. Высокая стоимость транспортных услуг (авиа и железнодорожного транспорта), а также отсутствие инфраструктуры для путешествий автотранспортом, в том числе, низкое качество дорог, недостаточное количество придорожных кафе, гостиниц, стоянок, информационных указателей, низкий уровень сервиса и высокие цены за услуги, предоставляемые автотуристам — данные факторы существенно препятствуют развитию внутреннего туризма и, соответственно, развитию и улучшению качества и сервиса в сфере услуг туризма [16].

Ситуация с качеством сервиса связана с историей развития гостиничного и туристического дела в советское время. Командный строй экономики не предусматривал заинтересованность в доходности экономических отраслей, необходимым условием было выполнение плана и обеспечение нужд государства в той или иной сфере. Так, в сфере туристского дела управляющие гостиниц не были заинтересованы в заполняемости гостиницы и привлечении клиентов, повышении их лояльности. По этой причине должное внимание уровню обслуживания не уделялось, не осуществлялся и контроль за качеством обслуживания. В настоящее время уровень сервиса совершил большой скачек. Владельцы гостиниц и других коллективных средств размещения, а также иные участники туристской сферы борются за доходность своего бизнеса и проявляют крайнюю заинтересованность в привлечении клиентов, путем повышения уровня обслуживания и сервиса, внимательности потребностям и желаниям клиентов [17].

Туристский бизнес является самой динамично развивающейся отраслью мировой экономики. Современные тенденции в развитии туризма свидетельствуют о возрастании его влияния как на мировую экономику в целом, так и на экономику отдельных стран. Существует множество проблем, которые препятствуют нормальному развитию туризма. Основными показателями проблем сферы услуг в туризме мы выделили: слабая заинтересованность иностранных туристов в Российском рынке и большой отток русских туристов заграницу [18].

Одними из главных проблем в сфере услуг туризма мы выделили: сложности в получении российской визы, негативный образ и стереотипы о России за рубежом, нестабильная политическая и экономическая ситуация в стране, языковой барьер, неравномерность притягательности и потенциала регионов страны, низкий уровень сервиса и предоставляемых услуг, а также дороговизна транспортных услуг. Конечно, это не все проблемы, которые присутствуют сейчас в сфере услуг в туризме. Для России развитие сферы услуг в туризме особенно важно, т.к. данная отрасль является благоприятной средой для функционирования предприятий малого и среднего бизнеса, способных развиваться без значительных бюджетных ассигнований, а также эта отрасль перспективна для привлечения иностранных инвестиций в широких масштабах и в короткие сроки.

1.3 Современные перспективы развития сферы услуг в туризме

Современная сфера услуг — это динамичный многофункциональный комплекс отраслей, видов деятельности, входящий в состав национальной экономики и взаимосвязанный с мировым экономическим пространством. За последние два десятилетия туризм стал одним из основных видов международной экономической деятельности, сложной и комплексной сферой, оказывающей существенное влияние как на структуру и общую ситуацию в мировой экономике, так и на хозяйства многих стран и регионов мира. Повышение качества туристских услуг сегодня является основной задачей всех участников отрасли. Российские и иностранные туристы, активно путешествующие по миру, накопили значительный туристский опыт, привыкли к мировым стандартам обслуживания. Отечественным туристским организациям приходится иметь дело с искушенным и требовательным потребителем [19].

Уровень развития сферы услуг во многом предопределяет уровень и качество жизни населения. Как видно из рисунка 2, с 2010 года структура расходов населения на платные услуги относительно стабильна. Это значит, что

сфера туристских услуг имеет перспективы для развития, так как население готово платить за оказание этих услуг. Для большинства категорий услуг, как и в целом для сектора, в 2018 году был характерен умеренный рост и выход из стагнации, пишут эксперты. Быстрее всего в 2013–2018 годы рос объем услуг гостиниц и аналогичных средств размещения — прирост составил почти 50%, что свидетельствует о развитии внутреннего туризма и обусловлено появлением крымских курортов в составе России, а также строительством инфраструктуры для Зимних Олимпийских игр 2014 года в Сочи и финальной части Чемпионата мира по футболу 2018 года в ряде городов России [20]. 20

Время трактует новые виды и перспективы развития сферы услуг туризма, соответственно, появляются новые формы обслуживания в туризме. Одной из современных перспектив развития сферы гостеприимства является каучсерфинг.

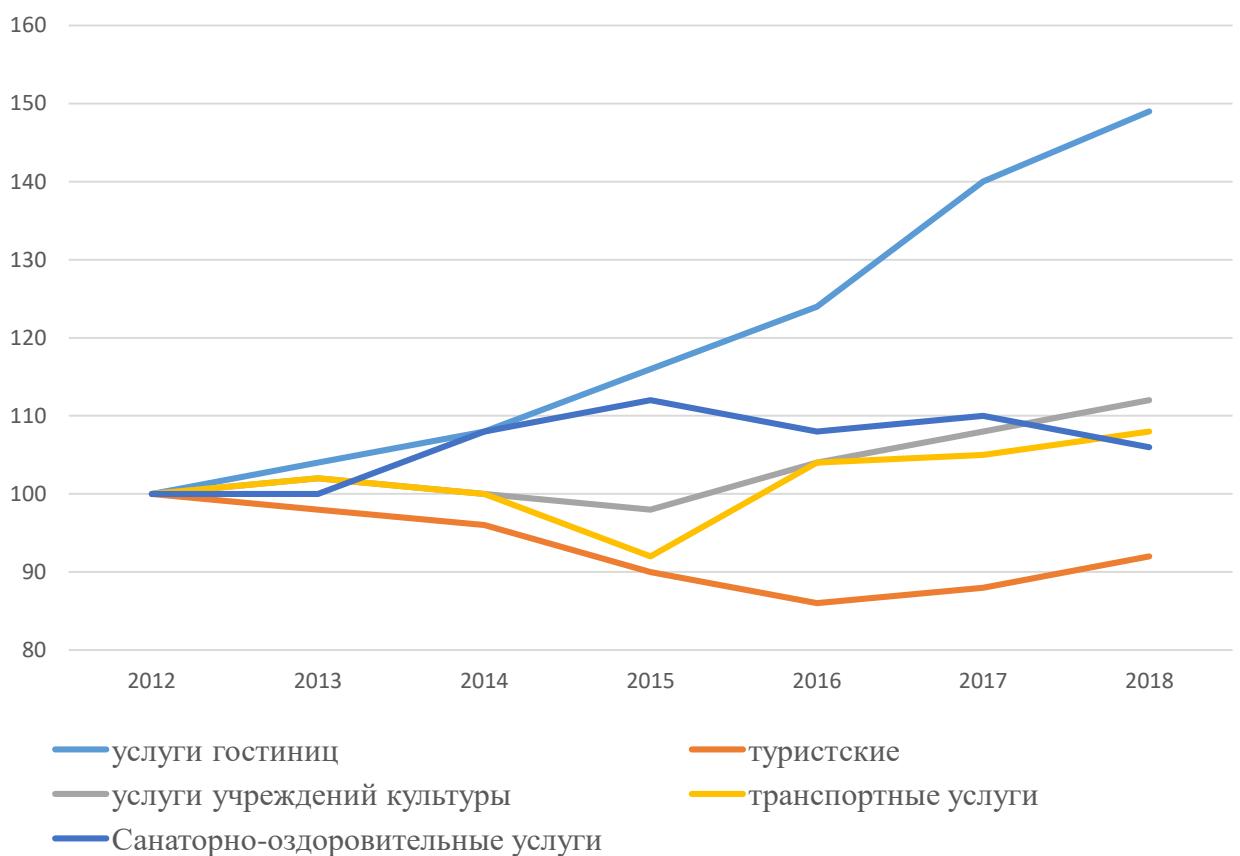


Рисунок 2 - Динамика потребления различных видов услуг в постоянных ценах, 2012-1018 годы, 2012 год = 100

Каучсерфинг — один из современных туристских сайтов, который помогает туристам со всего мира найти ночлег на недолгое время у местных жителей или просто обзавестись знакомствами. Дословно «каучсерфинг» переводится как «поиск кушетки» (couch — кушетка, surfing — поиски).

На данный момент зарегистрировавшихся участников около 10 млн. Всего охвачено около 200 тыс. разных городов по всему миру. Каждый год появляется около 4 млн новых пользователей, среди которых примерно 500 тыс. готовы предоставить туристам жилье. Главной особенностью каучсерфинга является то, что турист получает не только услугу размещения, но и ближе знакомиться с обычаями и особенностями той страны или города, в которую от пребывает.

Каучсерфинг как форма обслуживания, в определенной мере заменяющая традиционные услуги размещения, может получить широкое распространение как во внутреннем, так и во въездном туризме, способствуя активизации туристских обменов [21].

Стоит отметить, что онлайн бронирование туристских продуктов является повсеместной тенденцией и обретает всё большую популярность среди населения. Бронирование туристских продуктов в Интернете является одним из наиболее динамично развивающихся видов онлайнового бизнеса. Доля Интернет - заказов в общем объеме продаж многих западных турфирм нередко приближается к 100%-й отметке [22].

Перспективы для развития туристской отрасли во многом создаются благодаря реализации федеральных и территориальных целевых программ, федеральных и региональных законов и иных правовых и нормативных актов, направленных на создание социально-экономических условий развития сферы услуг в туризме.

Российским законодательством предусмотрен широкий комплекс мер государственной и муниципальной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере услуг туризма, включающий меры по обеспечению финансовой поддержки; меры по развитию инфраструктуры государственной поддержки, меры по созданию специальных «режимов».

Наглядным примером является постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 316 "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Экономическое развитие и инновационная экономика". Программа была принята в 2014 году и продлиться до 2024. Она включает повышение предпринимательской активности и развитие малого и среднего предпринимательства, а также создание условий для развития конкуренции и привлечения инвестиций в экономику Российской Федерации [23].

В соответствии с Федеральным законом от 2 декабря 2019 г. № 380-ФЗ «О федеральном бюджете на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов» Ростуризму предусмотрены бюджетные ассигнования федерального бюджета на реализацию мер государственной поддержки развития туристской отрасли Российской Федерации [24].

Еще одна современная перспектива в сфере услуг в туризме обусловлена созданием государственно-общественной системы подготовки кадров для сферы туризма. Для сферы туризма и гостеприимства осуществляется подготовка кадров разного уровня – от портье и официантов до руководителя и управляющего отелем. Поскольку она связана с обслуживанием клиентов, необходимо, чтобы весь персонал составлял единое целое и подчинялся единым стандартам сервиса [25].

В связи с этим создаются все больше учебных заведений и программ подготовки кадров для работы в данной сфере услуг. В г. Красноярске ведется набор на обучение специалистов разных сфер туристской отрасли, в том числе сферы услуг. Существуют различные курсы по повышению квалификации, подготовке официантов, барменов, менеджеров гостинец и т.д. Также возможно получить высшее и средне-специальное профессиональное образование.

Одним из наиболее активно используемых инструментов по оценке качества туристских услуг сегодня является классификация объектов туристской инфраструктуры. С 1 января 2019 года вступил в силу Федеральный закон от 5 февраля 2018 г. № 16-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" и Кодекс

Российской Федерации об административных правонарушениях в целях совершенствования правового регулирования предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристской индустрии". В нем говорится о том, что порядок классификации гостиниц, а также форма свидетельства о присвоении гостинице определенной категории будут устанавливаться Положением о классификации гостиниц, которое будет утверждено Правительством РФ. Данный закон предоставляет перспективу развития качества оказываемых гостиничных услуг, помогает потребителю определиться с выбором на рынке услуг и является защитным механизмом от чрезмерных требований клиентов, а также создаёт условия для улучшения качества предоставляемых услуг на мировом уровне [26].

Перспективы развития сферы услуг в г.Красноярск можно также обусловить строительством новых объектов туристской аттрактивности. К проведению Универсиады 2019 в Красноярске было построено и отремонтировано множество как спортивных, так и культурно-исторических объектов. Это увеличивает приток туристов и тем самым развивает сферу услуг в Красноярске.

Еще одним объектом привлечения большого потока туристов из соседних регионов может стать новый аквапарк на территории города Красноярск. Строительство аквапарка уже началось. Открытие должно состояться во втором квартале 2022 года. Аквапарк Красноярска станет крупнейшим за Уралом. К 2024 году достроят полностью весь комплекс. Общая площадь здания аквапарка составит 77 тыс. кв. метров. Всего в аквапарке будет 15 горок, их протяженность составит более 1,1 км. Их высота - от 16 до 19 метров [27].

В современной экономике как развитых, так и развивающихся стран сфера услуг занимает одно из ведущих мест. Это обусловлено тем, что сфера услуг объединяет совокупность видов деятельности и отраслей, ориентированных на удовлетворение многообразных потребностей населения, общества и в определенной степени хозяйствующих субъектов. В качестве основных перспектив развития в сфере услуг в туризме были названы: появление новых

форм обслуживания в туризме, реализация федеральных и территориальных целевых программ, создание государственно-общественной системы подготовки кадров для сферы туризма, классификация объектов туристской индустрии и строительство новых объектов туристской привлекательности.

Выводы.

Таким образом, подводя итог, мы делаем следующий вывод о проделанной работе. При написании первой главы нашей работы было дано понятие сферы услуг в туризме – это отрасль народного хозяйства, предоставляющая услуги по удовлетворению потребностей туристов в организации и осуществлении путешествий, отдыха и рекреации, в том числе в услугах перевозки, размещения, питания, экскурсий.

Далее мы выделили следующие показатели проблем в сфере услуг в туризме: слабая заинтересованность иностранных туристов в Российском рынке и большой отток русских туристов заграницу. На их фоне были выделены следующие проблемы: сложности в получении российской визы, негативный образ и стереотипы о России за рубежом, нестабильная политическая и экономическая ситуация в стране, языковой барьер, неравномерность притягательности и потенциала регионов страны, низкий уровень сервиса и предоставляемых услуг, а также дороговизна транспортных услуг.

Изучив рынок туристских услуг в Красноярске мы выделили следующие перспективы развития: появление новых форм обслуживания в туризме, реализация федеральных и территориальных целевых программ, создание государственно-общественной системы подготовки кадров для сферы туризма, классификация объектов туристской индустрии и строительство новых объектов туристской привлекательности.

2 Анализ современного состояния сферы услуг в туризме в г. Красноярск

2.1 Анализ качества услуг размещения в г. Красноярске

Услуга размещения в индустрии туризма – одна из основополагающих в создании туристских пакетов. Качество размещения является одним из главных критериев при выборе тура. В ситуации с пакетными турами средства размещения создают основу цены тура. Чем выше уровень качества оказываемых услуг, их разнообразие, соответственно тем выше цена размещения в данном отеле. Многие туристы весь период своего отдыха не покидают границ гостиничного комплекса. Для таких гостей создаются все условия для их комфортного проживания – бассейны с морской водой, фитнес центры, СПА и т.д. [28]

С 1 января 2020 года вступает в силу ФЗ от 5 февраля 2018 №16-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» и Кодекс РФ об административных правонарушениях в целях совершенствования правового регулирования предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристской индустрии». Это значит, что качество туристских услуг будет регулироваться на федеральном уровне и нарушение данной процедуры будет наказываться путем наложения административного наказания (штрафа). До этого сертификация гостиничных услуг носила исключительно добровольный характер [29].

Для проведения анализа качества предоставляемых услуг мы будем пользоваться такими сайтами, как booking.com и «Фламп» -это одни из крупнейших сервисов с отзывами в нашей стране. Они являются открытыми площадками для общения между клиентом и предприятием, предоставляющим услугу. Клиент может оставить отзыв (негативный или положительный), высказав свою точку зрения или претензию, а предприятие, предоставившую эту услугу, может напрямую ответить клиенту. Зачастую, эти сервисы помогают

людям при выборе услуги, путем обмена отзывами между людьми, уже получившими её. Высокие баллы и рейтинг на этих сайтах являются поводом для гордости этих компаний.

На данный момент на территории города Красноярска отсутствуют отели категории пять звезд. Сайт booking.com предлагает следующие варианты размещения: 2 гостиницы категории 2 звезды, 18 отелей с оценкой качества 3 звезды, 14 гостиниц уровня 4 звезды. Также на сайте представлено порядка 220 вариантов размещения, которые не прошли процесс сертификации и не имеют звездности. Среди них хостелы, апарт-отели, мини гостиницы, и гостиницы в квартирах.

Чтобы выяснить уровень качества предоставляемых гостиничных услуг мы будем пользоваться следующими критериями: соотношение цена-качество (на основании оценок постояльцев на сайте booking.com), наличие дополнительных услуг (бизнес и конференц залы, бассейны, СПА и т.д.) и наличие специальных удобств для людей с ограниченными физическими возможностями.

Одним из лучших вариантов размещения по мнению пользователей справочника «Фламп» является Hilton Garden Inn Красноярск (4 звезды). На сайте существует порядка 113 отзывов, 79 из которых получили высшую оценку, 11 отзывов с оценкой 4 звезды, 5 отзывов с оценкой 3 звезды и 11 с оценкой 1 звезда. Средний показатель отеля на «Фламп» - 4.2, на booking – 8,6. На сайте booking посетители остались порядка 1 504 отзывов. Соотношение цена/качество – 8,7.

Большое количество положительных отзывов гости остались благодаря отличному сервису персонала, его вежливости, приветливости и профессионализму. Среди дополнительных услуг предоставляются фитнес-центр, доставка еды и напитков в номера, бизнес-центр, конференц-зал, банкетный зал, боулинг, караоке и бильярд. К сожалению, в отеле не предусмотрены удобства для гостей с ограниченными возможностями.

Из минусов, подмеченных постояльцами гостиницы были: расположение (слишком далеко от центра города), вид из окна, не редки были ошибки в расчете гостей и выставлению счета в банк, отсутствие халатов в номерах, а также некоторые гости пишут о несоответствии цены и качества услуги (трансфер, завтрак).

Еще одним вариантом размещения для гостя города является отель Novotel Красноярск Центр (4 звезды). На «Фламп» он имеет весьма невысокий рейтинг – 3,7 балла, на booking – 8,9. Количество отзывов – 46, из которых 20 отзывов с оценкой 5, по 8 отзывов с оценкой 4 и 3 звезды, с оценкой 2 звезды 2 отзыва и 8 отзывов с оценкой 1 звезда. На сайте booking посетители оставили порядка 513 отзывов. Соотношение цена/качество – 8,3.

Больше всего в этом отеле, гостям нравиться его расположение – в самом центре города. Также большой конференц-зал позволяет проводить различного рода мероприятия, отсутствие нареканий к персоналу гостиницы, чистота гостиницы, летняя терраса и круглосуточно работающий ресторан. Из минусов, отмеченных постояльцами гостиницы, можно отметить наличие платной парковки. Многие гости были недовольны тем, что в стоимость номера уже не включена стоимость парковки. Также много отрицательных отзывов гости оставили об ресторане, на территории отеля. Претензии касались качества обслуживания персоналом и предоставляемых блюд.

Из дополнительных услуг в отеле есть турецкая баня, СПА и оздоровительный центр, фитнес-центр, услуги конференц-зала, трансфер, игровая зона для детей, временные художественные экспозиции, возможность размещения с животными. В отеле предусмотрены номера, для гостей с ограниченными возможностями.

Еще один сетевой отель, находящийся в самом центре города – Ибис Красноярск Центр (3 звезды). Средний рейтинг на «Фламп» - 3,5, а на booking 8,8. Количество отзывов – 47, из них 17 с высшей оценкой, 8 отзывов с оценкой 4 балла, 7 с оценкой в 3 балла, 9 и 6 отзывов с оценкой 2 и 1 балл соответственно.

На booking посетители оставили более тысячи отзывов. Соотношение цена/качество – 8,4.

В отеле присутствуют следующие дополнительные услуги: трансфер, бизнес-центр, конференц-зал, возможно размещение с домашними животными. В отеле предусмотрены номера для людей с ограничениями в состоянии здоровья. Одним из главных плюсов этого отеля, по мнению гостей, является удобное расположение и вежливый персонал на ресепшин.

Из минусов: в отеле отсутствуют холодильники в номерах, что не соответствует уровню отеля 3 звезды, также случались ситуации, когда человек, забронировав номер через сайт по одной цене, по приезду оказывалось, что стоимость номера совсем другая, чаще всего выше обещанной.

Одной из самых известных и легендарных гостиниц в Красноярске является гостиница Октябрьская (4 звезды). На «Фламп» она имеет довольно высокий рейтинг -4,4, на booking – 8,7. Из 35 отзывов на «Фламп» 28 – с оценкой отлично. По одному отзыву с оценками 4 и 2 балла, 2 отзыва с оценкой 3 балла и 3 отзыва с оценкой в 1 балл. На сайте booking оставили свои отзывы более 550 человек. Соотношение цена/качество – 8,4

Гостиница предоставляет множество дополнительных услуг для постояльцев: организация пешеходных и велосипедных экскурсий, посещение выставочных галерей, пабов и катание на лыжах, конференц-залы и бизнес-центры, трансфер и др. Также гостиница предоставляет огромный выбор оздоровительных услуг, среди них бассейн, парная, солярий, СПА, массаж, турецкая баня, услуги парикмахера, маникюр, косметические услуги и многое другое. К сожалению, в гостинице отсутствуют удобства для гостей с ограниченными возможностями передвижения.

Постояльцы гостиницы отмечают следующие плюсы: наличие бесплатной парковки, удобное расположение, бесплатные завтраки, вежливость персонала, чистота комнат. Из минусов: по мнению многих гостей интерьер гостиницы уже порядком устарел и требует обновления, плохая шумоизоляция. Изношенность номерного фонда является причиной большинства отрицательных отзывов.

Например, в некоторых номерах не работал сейф, был неисправен душ, джакузи, телевизоры.

Дом Отель Neo (3 звезды) имеет небольшое количество отзывов (23) на «Фламп» и почти тысячу на booking. На «Фламп» рейтинг этой компании составляет 4,5 – очень хороший показатель. Из 23 отзывов 19 имеют высшую оценку, по 1 отзыву на оценки 4 и 1 балл, 2 отзыва на оценку 2 балла. Соотношение цена/качество – 9,4.

Из дополнительных услуг присутствует трансфер и доставка еды в номер. Посетители этой гостиницы отметили её свежий и уютный интерьер, бесплатную парковку и расположение в центре города. Им минусов, подмеченных постояльцами на «Фламп», был шум, исходящий из заведений на нижних этажах, и мешающий отдыхать постояльцам. Также это слабый напор воды и холод ванных комнатах, запрет на проживание в отеле с питомцами. В отеле не представлены номера для людей с ограничением здоровья.

Отель АМАКС Сити (3 звезды) обладает рейтингом 3,7 на «Фламп» и 44 отзывами. Отзывов с максимальной оценкой – 18, с оценкой 4 балла – 10, 7 отзывов с оценкой 3 балла, 3 отзыва с оценкой 2 балла и 6 с оценкой в 1 балл. На сайте booking было оставлено больше 1050 отзывов. Соотношение цена/качество – 8,7.

В отеле присутствуют следующие дополнительные услуги: трансфер, бизнес-центр, конференц-зал, банкетный зал, прокат велосипедов и экскурсионное бюро. Номеров для людей с ограничениями в состоянии здоровья не предусмотрено.

Из недостатков, отмеченных постояльцами, гостиницы можно выделить плохую шумоизоляцию, кулер с питьевой находится на этаже и рассчитаны на всех гостей, неисправность системы кондиционирования в номерах. Также много отрицательных отзывов касаемо ресторана на первом этаже гостиницы, многие были не довольны качеством предоставляемых услуг и качеством обслуживания. Из плюсов: гости подметили готовность персонала помочь в

любой ситуации, соотношение цена-качество, бесплатную парковку и удобное расположение гостиницы.

Отель «Огни Енисея» (3 звезды) с видом на реку Енисей и главный мост расположен в центре Красноярска. Рейтинг на «Фламп» довольно низкий -3,5 звезды. Из 28 отзывов, 11- отмечены на высший балл, 6 отзывов с оценкой 4 балла, 4 отзыва на 3 балла, 2 и 5 отзывов с оценкой 2 и 1 балл. На booking средняя оценка – 8,1 балл и более 800 отзывов. Соотношение цена/качество - 7,4.

На территории отеля существуют следующие дополнительные услуги: предоставление пешеходных экскурсий и маршрутов для пеших прогулок, экскурсионное бюро, бизнес-центр, конференц-зал, банкетный зал, салон красоты, трансфер. Отель подходит для гостей в инвалидных креслах.

Гости по достоинству отметили прекрасный вид из окна, хорошие завтраки, хорошее месторасположение, хорошее обслуживание, круглосуточную стойку регистрации и уютные номера. Из минусов: неисправность сети интернет и кондиционирования, многие гости подмечали, что в номерах было достаточно прохладно, качество напольного покрытия (ковролин достаточно изношен).

Гостиница Метелица имеет очень высокий рейтинг на «Фламп» - 4,7 балла и на booking – 9,3; количество отзывов на «Фламп» - 35, а на booking – порядка 450. Из 35 отзывов 29 оценены на высший балл, 3 отзыва на 4 балла, 2 на 3 балла и всего 1 – на один балл. Соотношение цена/качества – 8,9.

В качестве дополнительных услуг гостиница может предоставить экскурсионное бюро, обмен валют, бизнес-центр, конференц-зал, банкетный зал, трансфер. В гостинице, к сожалению, отсутствуют номера для людей с ограниченными возможностями.

К достоинствам отеля постояльцы отнесли удобное расположение гостиницы, отличные завтраки, отзывчивый персонал, бесплатную парковку на территории отеля. Также нашлись и некоторые недостатки: слабая шумоизоляция, отсутствие кондиционеров и окон в номерах.

Апарт-отель «Дом» (3 звезды) с видом на город расположен в Красноярске, в нескольких минутах ходьбы от Красноярского драматического театра имени

Пушкина, Красноярского государственного театра оперы и балета и Свято-Покровского собора. На сайте booking отель имеет среднюю оценку 9,5 и около трехсот отзывов. На «Фламп» оценка 4,7 и 18 отзывов, из которых 16 оценили на 5 звезд и по одному отзыву на 3 и 2 звезды. Соотношение цена/качество – 9,5.

Отель предоставляет трансфер. Постояльцы отмечают отличное расположение отеля, большие номера, доброжелательность персонала, чистоту и домашний уют номеров. Из минусов: отсутствие лифта, отсутствие одноразовых принадлежностей и кондиционеров. Отель не оборудован для принятия у себя гостей с ограниченными возможностями.

Отель «Снежная Сова» (3 звезды) расположен на правом берегу реки Енисей. Имеет на booking среднюю оценку 8,7 и около 230 комментариев. На «Фламп» оценку 4,1 и 41 комментарий из которых 24 и 10 на оценку 5 и 4 балла, 3 отзыва на 3 балла, 1 отзыв на 2 балла и 5 отзывов на 1 балл. Соотношение цена/качество – 8,6.

В отеле представлен широкий спектр дополнительных услуг: временные художественные экспозиции, маршруты для пеших прогулок, катание на лыжах, игровые комнаты, фитнес-центр, услуги массажиста, СПА, сауна, трансфер, салон красоты, конференц-зал и др. Предоставляют номера для гостей в инвалидных креслах.

Из плюсов, отмеченных постояльцами: хороший ремонт, прекрасное отношение сотрудников к постояльцам, уютные номера, красивый мини-сад перед зданием. Из минусов: маленькие комнаты отеля, перебои в работе wi-fi, слабый напор воды в душе, маленькая парковка, плохая звукоизоляция.

Из всего вышесказанного по критерию соответствие цена/качество можно сделать вывод о том, что средний показатель составляет 8,6. На мой взгляд, это хороший показатель уровня качества по городу Красноярск. Но из десяти рассмотренных нами отелей лишь в 4 предусмотрены номера для людей с ограниченными возможностями, что может говорить о недостаточной клиентоориентированности на гостей с трудностями передвижения, гостей с детьми, больных ДЦП и т.д.

Количество дополнительных услуг в гостиницах весьма разнообразно: от трансфера до салона красоты. Больше всего разнообразных дополнительных услуг предлагают гостиницы Октябрьская и Снежная Сова. Наиболее часто встречающиеся услуги: конференц-залы, бизнес-центры, СПА, трансфер, фитнес-центры.

Исходя из всего вышесказанного, мы можем сделать вывод о том, что качество гостиничных услуг в г. Красноярске находится на достаточно высоком уровне. Все спорные или конфликтные ситуации пытались решаться максимально быстро, что говорит о высокой клиентоориентированности гостиничных комплексов.

2.2 Анализ качества услуг питания в г. Красноярске

Наряду с размещением, системообразующими в туризме выступают услуги питания, с помощью которых удовлетворяется физиологическая потребность туристов в пище. Поэтому качество оказываемых услуг в сфере общественного питания играет важную роль в индустрии туризма.

Услуги питания также регулируются законодательно, например, ГОСТ 30389-2013 «Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования».

Согласно ГОСТ 30389-2013 существует следующая классификация типов предприятий общественного питания: ресторан, кафе, бар, столовая, предприятие быстрого обслуживания, буфет, кафетерий, магазин (отдел) кулинарии [30].

Также существует ГОСТ 30389 – 95 «Общественное питание. Классификация предприятий», который устанавливает классификацию предприятий общественного питания, общие требования к предприятиям общественного питания различных типов и классов [31].

В нем дается классификация предприятий общественного питания, общие требования противопожарной безопасности, электробезопасности,

экологической безопасности, санитарно-гигиенические и технологические требования, требования к безопасности продовольственного сырья и продуктов.

Питание является одной из основных услуг в технологии туристского обслуживания. Туристская индустрия питания включает в себя рестораны, кафе, бары, столовые, фабрики-кухни, фабрики заготовочные, буфеты и удовлетворяет физиологическую потребность туриста в пище. Данные предприятия могут находиться как в собственности туристских фирм, так и на правах аренды. Большинство из них встроено в туристско-гостиничный блок, и является их частью, реже данные предприятия работают в автономном (самобытном) режиме и являются компонентами огромного комплекса под названием общественное питание.

По данным сайта Tripadvisor.ru в г. Красноярск насчитывается чуть более 1250 предприятий общественного питания, из которых около 244 ресторана, 190 баров, 263 кофейни и т.д. Доставкой еды занимаются чуть более 800 мест общественного питания.

Основными показателями качества услуг общественного питания можно считать:

1. Безопасность (способность выполнить обещанную услугу точно и основательно, соблюдение санитарно-гигиенических норм и правил).
2. Ассортимент блюд и напитков (качество и полезность блюд, широта и разнообразие предлагаемых услуг, ценовая доступность).
3. Условия и время обслуживания потребителей (ответственность, уверенность и вежливость обслуживающего персонала и руководства предприятия, быстрое обслуживание и желание помочь потребителю).
4. Эстетичность (внешний вид обслуживающего персонала, привлекательные информационные материалы, достойное оформление фасадов и внутреннее убранство помещений, возможность увидеть на предприятии питания современное оборудование сервировка стола, оформление и подача кулинарной продукции).

Потребитель, выбирая предприятие общественного питания, комплексно оценивает все показатели качества услуг.

При анализе отзывов услуг размещения в г. Красноярске мы заметили, что большое количество постояльцев имели претензии к предприятиям питания, входящих в гостиничный комплекс. Большинство из них относились к уровню профессионализма обслуживающего персонала, качества изготавляемой продукции, соответствия цена/качество продукции и к решению каких-либо спорных ситуаций и конфликтов.

Чтобы выяснить уровень предоставляемых услуг питания мы взяли следующие показатели: средний чек заведения, средняя оценка на «Фламп», дополнительные услуги, предоставляемые предприятием и взаимодействие с гостями (отвечают ли они гостям на «Фламп», информируют ли посетителей на своих страничках в соц. сетях об акциях, новинках в меню и т.д.).

Таблица 1 - Сравнение предприятий питания по показателям

Название	Средний чек, руб.	Средняя оценка	Доп.услуги (кейтеринги, банкетные залы)	Взаимодействие с гостями
Хозяин тайги	1800	4,3	да	да
Булгаков	1500	4,5	да	нет
Franky Woo	1200	4,2	да	нет
0,75 Please	900	4,6	да	да
Mama Roma	1000	4,2	нет	нет
Свинья и бисер	750	4,5	да	да
Пробка	600	4,4	да	да
Залечь на дно в Брюгге	1500	4,3	да	нет
New York	700	3,6	да	да
Теленок табака	550	4,3	да	да

Для сравнения мы выбрали заведения с разной ценовой политикой и позиционированием себя на рынке предприятий общественного питания города Красноярска. Такие предприятия, как «Хозяин тайги», «Булгаков», «Franky Woo» позиционируют себя как заведения с высоким уровнем качества оказываемых услуг, начиная от встречи гостя и заканчивая интерьером заведения. Чаще всего, в подобных местах питания предусмотрены залы на небольшое количество посадочных мест, чтобы уделять больше внимания каждому гостю. Существуют особые меню для постоянных гостей, различные скидки и особые предложения.

Более доступные предприятия для большинства групп населения рассчитаны на большую одномоментную посадку гостей и нацелены на быстрое обслуживание гостей, например, во время бизнес-ланча. В таблице мы привели как пример такие заведения, как: «Теленок табака», «New York», «Пробка», «Свинья и бисер».

При сравнении этих заведений мы сделали вывод о том, что многие предприятия с низким средним чеком намного более клиентоориентированы, чем заведения с высоким средним чеком. Они всегда отвечают на отзывы на «Фламп» от гостей, более активны на своих страницах в социальных сетях.

Большинство из рассмотренных предприятий предоставляют дополнительные услуги. Чаще всего это организация банкетов, но также в последнее время стало очень популярно выездное ресторанное обслуживание-кейтеринг. Это не только приготовление пищи и её доставка, но и обслуживание, сервировка, оформление стола, обслуживание гостей официантами и тому подобные услуги. Все отрицательные отзывы, оставленные гостями на «Фламп» можно разделить на следующие группы: недовольство гостей в обслуживании (грубый официант, долгая подача блюд и т.д.), плохое качество блюд и напитков, различные форс мажорные ситуации (например, когда гостя неправильно рассчитали или поблизости сидела громкая компания), недовольство оформлением зала.

Из наиболее частых негативных отзывов можно выделить следующие: слишком долгое обслуживание (долго приносят заказанные блюдо); случаи, когда какого-то блюда нет в наличии, хотя оно указано в меню; конфликты между официантом и гостем; различные ситуации, связанные с качеством блюд, например, блюдо не додготовлено, остыло. Были отзывы о том, что гости отравились после посещения данного заведения.

Подводя итоги всему вышесказанному можно сказать о том, что даже самые лучшие предприятия общественного питания не застрахованы от неудач в предоставлении услуг. Большинство клиентов это простят, если менеджеры кафе быстро решат проблему. Высокое качество обслуживания гостей обеспечивается коллективными усилиями работников всех служб кафе, постоянным и эффективным контролем со стороны администрации, проведением работы по совершенствованию форм и методов обслуживания.

2.3 Анализ современных проблем сферы услуг в туризме на фоне мировой пандемии COVID – 19

В 2020 году туризм – это одна из ведущих и наиболее динамичных отраслей мирового хозяйства. За высокие темпы роста он признан экономическим феноменом столетия. Туризм является фундаментальной основой экономики многих развитых и развивающихся стран мира. Кризис туризма, связанный с коронавирусом - одно из самых тяжелых испытаний для мировой туристской отрасли за последние десятилетия. По мнению Всемирной туристской организации, кризис, связанный со вспышкой COVID-19, является худшим для сферы туризма с 1959 года [10].

В новейшей истории человечество впервые столкнулось с коронавирусной инфекцией такого масштаба. 11 марта 2020 года Всемирная Организация Здравоохранения объявила пандемию коронавируса COVID-19, который к этому моменту поразил 118 тысяч человек в 114 странах. По состоянию на 22 апреля

2020 года пандемия охватила более 200 стран мира, а число заболевших превысило 2,5 млн человек.

В 2019 году ЮНВТО зарегистрировала наивысший результат за всю историю отрасли – 1,5 млрд международных туристических поездок по всему миру. Отрасль туризма и путешествий составляет 10,4% от мирового ВВП, создает в мире одно из десяти рабочих мест и в течение восьми последних лет опережает по темпам роста мировую экономику.

Эпидемия COVID-19 серьезно повлияла на показатели мировой туристской индустрии и стала крупнейшим препятствием для глобального экономического роста. Основываясь на последних событиях (карантинные меры, запреты на поездки и закрытие границ в большинстве стран Европы (на которые приходится 50% международного туризма), США и во многих странах Африки и Ближнего Востока), а также на закономерностях предыдущих кризисов (атипичная пневмония 2003 года и глобальный экономический кризис 2009 года), ЮНВТО прогнозирует, что в 2020 году числом международных туристских поездок может сократиться на 20% – 30% (рисунок 3)

Учитывая беспрецедентный и быстро развивающийся кризис, в данный момент крайне сложно оценить влияние COVID-19 на международный туризм, а приведенные оценки следует трактовать с осторожностью, т.к. нынешний кризис нельзя сравнивать ни с эпидемией атипичной пневмонии (2003), ни с экономическим кризисом 2009 года [32].

С 18 марта в России ввели ограничения на передвижение, перевозчики сократили железнодорожное и авиасообщение, а зарубежные полеты и поезда отменили. На данный момент, многие пассажиры опасаются ездить и летать из-за риска заразиться и предпочитают оставаться дома.

Перечень отраслей российской экономики, в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции:

1. Авиаперевозки, аэропортовая деятельность, автоперевозки
2. Культура, организация досуга и развлечений

3. Физкультурно – оздоровительная деятельность и спорт
 4. Деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма
 5. Гостиничный бизнес
 6. Общественное питание
 7. Деятельность организаций дополнительного образования, негосударственных образовательных учреждений
 8. Деятельность по организации конференций и выставок
 9. Деятельность по предоставлению бытовых услуг населению (ремонт, парикмахерские, салоны красоты и т.д.)
 10. Деятельность в области здравоохранения (стоматологическая практика)
 11. Розничная торговля непродовольственными товарами
- Сфера массовой информации и производство печатной продукции [33].

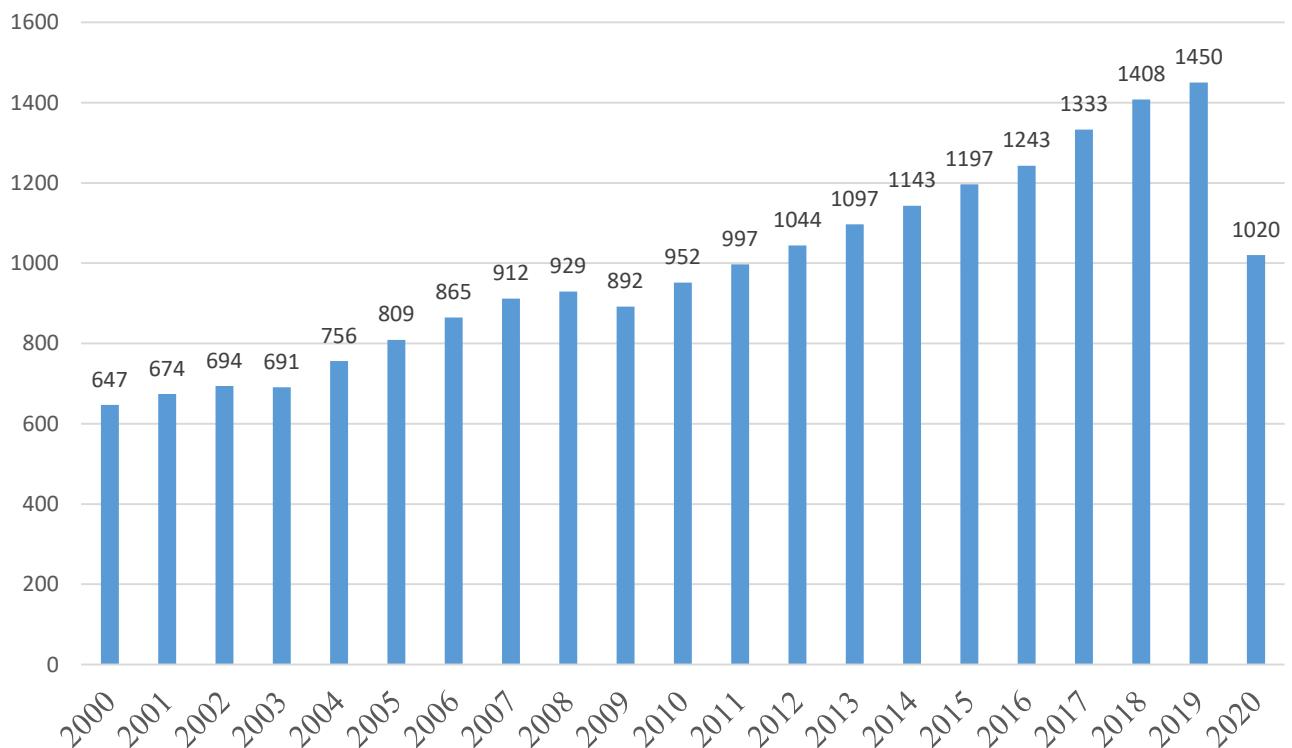


Рисунок 3 - Прогноз международных туристских прибытий в мире в 2020 году (млн. чел.)

Как видно из перечня, в наибольшей степени пострадали все составляющие туристской деятельности. Правительство РФ оказывает поддержку отраслей, попавших в этот список. По оценке Ассоциации туроператоров, из-за экстренного вывоза туристов и досрочного прекращения программ в Китае туроператоры, работающие в сфере выездного туризма, потеряли до 450 млн руб., а их коллеги в сфере въездного туризма понесли прямые убытки в 140 млн руб.

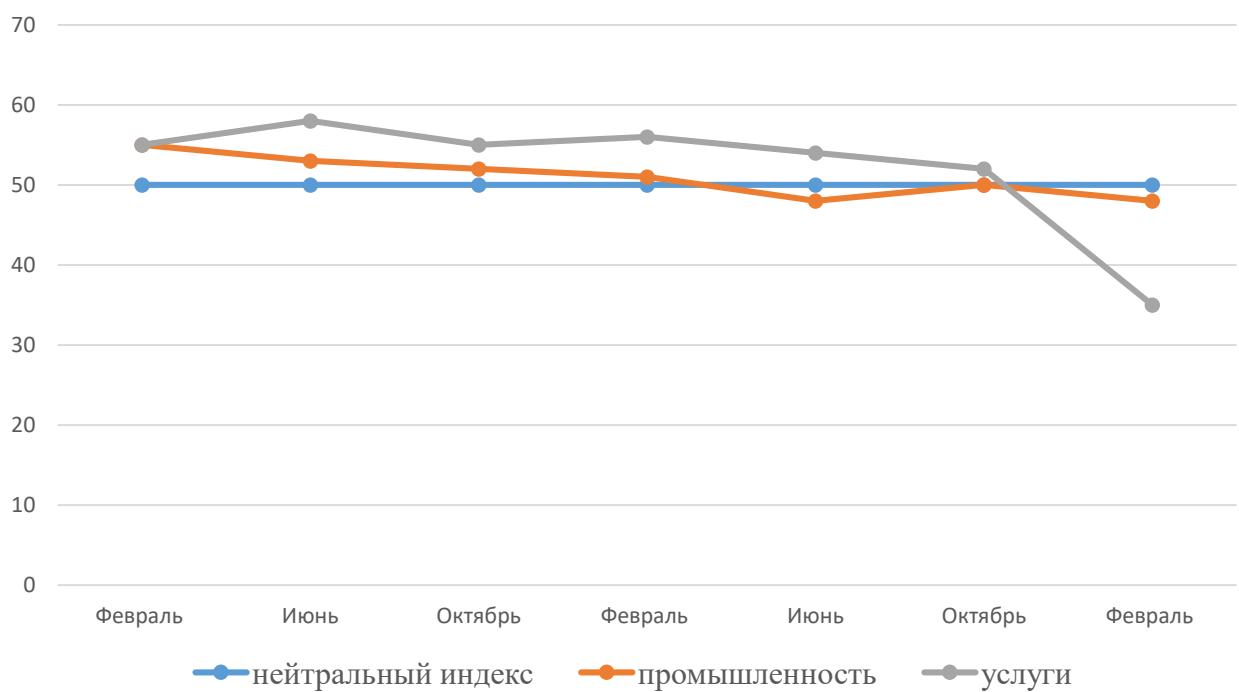


Рисунок 4 - Глобальный индекс деловой активности (PMI)

Эксперты Standard & Poor's Global считают, что снижение индекса деловой активности в сфере услуг стало самым большим из когда-либо зарегистрированных. Опросы, проводимые в отдельных странах и регионах, показывают схожие результаты. Прогнозные индикаторы PMI предназначены для обозначения направления экономической деятельности и основаны на таких подиндексах, как выпуск продукции, новые заказы, занятость, цены, системы снабжения и др. Значение выше 50 указывает на рост активности; чем выше число, тем быстрее рост, и наоборот. (рисунок 4). Индексы PMI для сферы услуг

отражают закрытие в этих регионах предприятий, ориентированных на потребителей, включая рестораны, отели, магазины розничной торговли и развлекательные центры [34].

Анализируя всё вышесказанное можно сделать выводы о существовании следующих проблем в сфере услуг туризма на фоне пандемии COVID-19:

1. Незащищенность туристов и потребителей услуг сферы туризма (например, многие не могут вернуть деньги за авиа/жд билеты, за брони в отелях, которые были приобретены до пандемии, но были отменены). Многие туристы остались за границей и не могут вернуться на родину.

2. Неспособность предприятий на переориентацию направлений деятельности (нет доставки, нет кейтерингов и т.д.)

3. Экономическая незащищённость предприятий сферы услуг.

4. Недостаточная дезинфекция номеров отелей и мест общественного питания. Необходимо проводить дезинфекцию поверхностей не только в местах общего пользования, но и в номерах после каждого гостя.

5. Необходимость в изменении требований к условиям труда работников, содействие дистанционированию сотрудников, т.е. переоборудование рабочих мест для обеспечения между ними безопасного расстояния и перевод на дистанционные формы работы некоторых сотрудников.

6. Необходимость во внедрении новых технологий и развитие использования Интернета.

Туристская отрасль – одна из тех отраслей российской экономики, которая в числе первых попала под удар новой коронавирусной инфекции. Анализ текущего состояния сферы туристских услуг на фоне мировой пандемии позволил выделить нам ряд проблем этой сферы, многие из которых требуют финансовых вложений. Негативные последствия от вынужденного простоя из-за пандемии ощутили на себе все представители турииндустрии, но тенденция к постепенному снижению в России уровня заболеваемости новой коронавирусной инфекцией дает надежду на то, что уже скоро ограничительные

меры будут сняты, и туристская отрасль сможет приступить к активному восстановлению своей деятельности.

Выводы.

Таким образом, во второй главе, мы провели анализ состояния сферы услуг туризма в г.Красноярске. Изучив информацию с сайтов «Flamp» и «booking.com», мы выяснили, что уровень предоставляемых гостиничных услуг в нашем городе является довольно высоким и составляет в среднем 8,6 баллов из 10. Уровень услуг предприятий общественного также достаточно высок – 4,3 балла из 5. Для определения уровня предоставляемых услуг были использованы следующие критерии: для предприятий коллективного размещения – наличие оборудованных номеров для лиц с ограниченными физическими возможностями, средний балл от пользователей сайта «booking.com» и наличие и разнообразность дополнительных услуг. Для предприятий общественного питания: средний чек заведения, средняя оценка пользователей сайта «Flamp», наличие дополнительных услуг и уровень взаимодействия с клиентами.

Проанализировав современное состояние сферы услуг в туризме на фоне мировой пандемии COVID -19 мы выделили ряд проблем, которые особенно сильно выделились на фоне режима самоизоляции и глобального экономического кризиса: незащищённость потребителей и самих предприятий сферы услуг, необходимость расширения мер по сан. Обработке помещений, переориентации работы персонала и перевод некоторых сотрудников на дистанционный режим работы и развитие интернет технологий, а именно: создание сайтов, мобильных приложений, налаживание работы с агрегаторами по доставки еды и т.д.

3 Перспективы и методические рекомендации по развитию сферы услуг в туризме в г.Красноярске на фоне мировой пандемии COVID-19

3.1 Меры государственной поддержки для бизнеса сферы услуг в туризме

Во всём мире сложилась тяжелая экономическая ситуация в связи с короновирусной пандемией. Большинство предприятий сферы услуг в туризме были полностью или частично парализованы, что привело к кризисной ситуации во всей стране и, конечно же, в городе Красноярске. Для решения этой ситуации требуются слаженные и скоординированные действия не только предприятий, но и государства.

Два главных блока действий в борьбе со сложившимся кризисом - это антикризисное государственное регулирование и антикризисное управление предприятием. Основной задачей государственного антикризисного регулирования является создание условий для преодоления кризисных явлений в деятельности предприятий, ликвидации сбоев в функционировании рыночного механизма. Речь идет о разработке на макроэкономическом уровне мер, нацеленных на обеспечение защиты предприятий от кризисных ситуаций, предотвращение банкротства. Для этого правительство утвердило перечень особых мер поддержки организаций и индивидуальных предпринимателей, занятых в сферах, наиболее пострадавших от распространения COVID-19. В список этих организаций попали в том числе услуги общественного питания, гостиничный бизнес, авиаперевозки и т.д.

Одним из таких документов, нацеленных на поддержку малого и среднего бизнеса, стало Постановление Правительства РФ от 2 апреля 2020 года №409 «О мерах по обеспечению устойчивого развития экономики». Суть этого документа для владельцев предприятий заключается в том, что государство предоставило отсрочку по уплате налогов, авансовых платежей по налогам и страховых взносов на срок от 3х месяцев до года. Более конкретный список

предоставляемых отсрочек на налоги каждое предприятие может узнать на сайте федеральной налоговой службы. Организациям и ИП, получающим доход преимущественно от деятельности в сфере туризма и гостеприимства предусмотрены отсрочки в выплате налогов (авансовые платежи). За исключением акцизов, НДПИ, НДС, налога на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья. При этом должны соблюдаться следующие условия:

- сведения о налогоплательщике включены в единый перечень классифицированных гостиниц, горнолыжных трасс, пляжей;
- основной ОКВЭД на 01.03.2020 включен в перечень, указанный в приложение № 2 к Постановлению 409;
- доход за 2019 год не превысил определенный уровень дохода в зависимости от номерного фонда [35].

Чтобы предприятие могло рассчитывать на данную помощь оно должно быть занесено в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. Ознакомиться с ним можно на официальном сайте федеральной налоговой службы. По состоянию на 10.05.2020 в реестре зарегистрировано более 6 млн. субъектов микро, малого и среднего бизнеса. Для того, чтобы освободиться от уплаты налогоплательщику делать ничего не нужно. Налоговый орган самостоятельно обнулит все исчисленные в представленных декларациях суммы, и они не будут отражаться в состоянии расчетов с бюджетом [36].

Еще одним важным документом в борьбе с кризисной ситуацией и поддержке предприятий сферы услуг туризма является Постановление Правительства РФ от 24 апреля 2020 года. Этот документ постановляет правила предоставления субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства из средств федерального бюджета. Субсидия предоставляется в целях частичной компенсации затрат получателей субсидии, связанных с осуществлением ими деятельности в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции, в том числе на сохранение занятости и оплаты труда своих работников в апреле и мае 2020 г. Также предприятие имеет право

взять беспроцентный кредит по ставке 0% годовых на срок до 6 месяцев для выплаты заработной платы сотрудникам и подать заявку на реструктурирование лизинговых договоров [37].

Также необходимо назвать следующие меры государственный поддержки для бизнеса сферы услуг во время кризиса, связанного с короновирусной инфекцией COVID-19:

1. Были приостановлены уже имеющиеся и не открываются новые выездные налоговые проверки.

2. Приостановлены меры взыскания. До 1 июля 2020 года для бизнеса не будут применяться меры взыскания задолженности. Это значит, что ИП или организациям не пришлют требование с начисленными пенями и штрафами, не спишут задолженность и не заблокируют расходные операции по расчетному счету.

3. С 16 марта ФНС России не принимает решения о банкротстве во исполнение решений оперативного совещания Председателя Правительства Российской Федерации М.В. Мишустина. С 6 апреля на шесть месяцев введен мораторий на возбуждение дел о банкротстве с возможностью продления по отдельному решению Правительства. Это даст возможность сохранить рабочие места и сами предприятия с учетом того, что пандемия может влиять на их финансовое состояние.

4. Применение мер взыскания приостанавливается до 1 июля 2020 года в отношении плательщиков, осуществляющих деятельность в отраслях, наиболее пострадавших в условиях ухудшения ситуации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции. Это значит, что ИП или организациям не пришлют требование с начисленными пенями и штрафами, не спишут задолженность и не заблокируют расходные операции по расчетному счету.

5. Сроки уплаты страховых взносов (страхование от несчастных случаев на производстве) продлены на четыре-шесть месяцев.

Для того, чтобы рассчитывать на предоставляемые государством меры поддержки должно выполняться хотя бы одно из следующих условий: снижение

доходов от реализации или доходов от операций по нулевой ставке НДС более чем на 10% и если предприятие несет убытки за отчетные периоды 2020 года, хотя за 2019 год убытка не было.

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что государство предприняло перечень конкретных мер для поддержки бизнеса в сфере услуг в туризме. Данные меры помогут предприятиям в выходе из экономического кризиса, связанного с COVID-19. Основными правовыми документами правительства для поддержки бизнеса сферы услуг являются: Постановление Правительства РФ от 03.04.2020 № 409 (отсрочка по налогам и кредитам, уменьшение надзорной нагрузки, мораторий на банкротство, изменения в лицензировании и иных разрешительных процедурах, право на уменьшение арендных платежей из-за невозможности пользоваться арендаемым имуществом), Постановление Правительства РФ от 24 апреля 2020 г. N 576 (предоставление субсидий из федерального бюджета), Федеральный закон от 01.04.2020 № 102-ФЗ (Уменьшение размера страховых взносов и предоставление отсрочки по их уплате, арендные каникулы).

3.2 Антикризисный маркетинг в сфере услуг туризма

Особое место в туристской отрасли занимают предприятия размещения и питания. От уровня гостиничного и ресторанных сервиса во многом зависит привлекательность региона для туристов. Именно поэтому очень важно разработать правильную маркетинговую концепцию, которая в совокупности с мерами государственной поддержки поможет бизнесу сферы услуг преодолеть кризис и удержать рабочие места.

По данным сайта Booking.com в Красноярске насчитывается порядка 540 гостиниц и аналогичных средств размещения (отели, гостевые дома, апартаменты). Согласно государственной статистике, индустрия гостеприимства в Красноярске и Красноярском крае показывает устойчивый рост последние 10 лет (рисунок 5). Кризис 2020 года особенно сильно ударил по предприятиям

питания и размещения. К настоящему времени вследствие реализации карантинных мероприятий и ограничении деятельности предприятий гостинично-туристской отрасли, падение объемов продаж в сфере туризма Российской Федерации достигло уровня 90-100% [38].

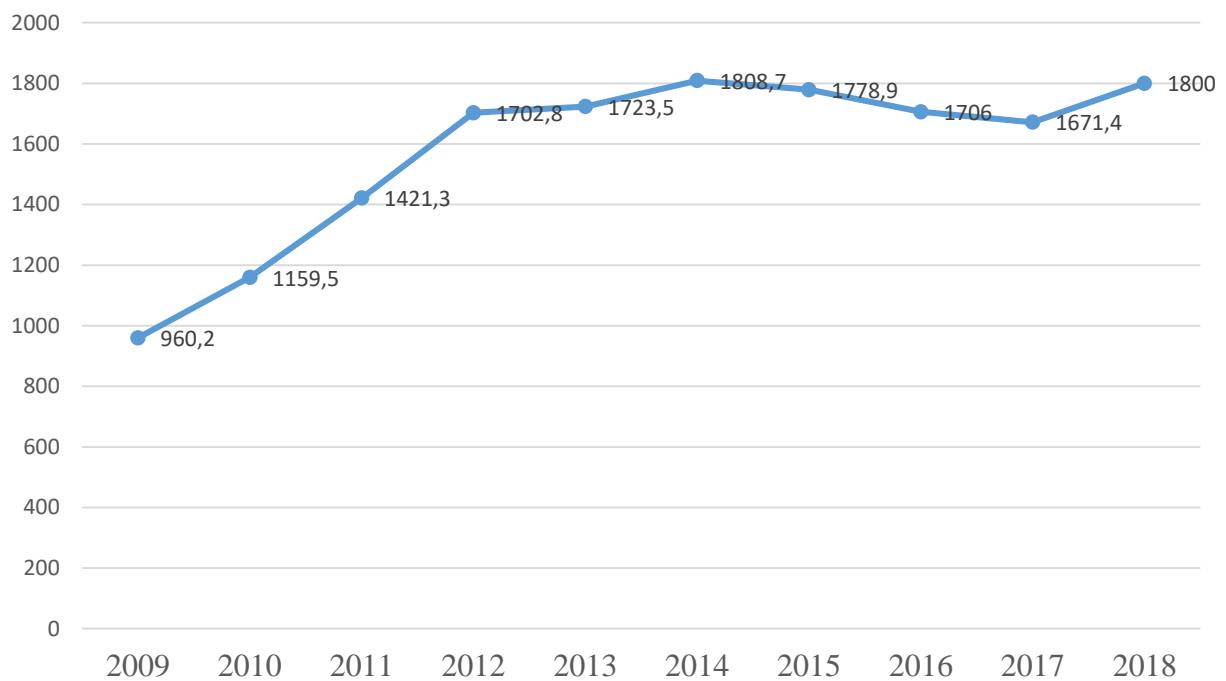


Рисунок 5 - Объем услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, оказанных населению в Красноярском крае (млн.руб) [39]

Оборот общественного питания (оборот ресторанов, кафе, баров, столовых при предприятиях и учреждениях, а также организаций, осуществляющих поставку продукции общественного питания) в январе 2020 г. составил 2446,4 млн рублей, или 103,6% (в сопоставимых ценах) к январю 2019 г [40].

Для того, чтобы пережить этот кризис недостаточно только поддержки государства, также важна и правильная стратегия развития со стороны предприятия. В условиях самоизоляции хотельеры и рестораторы начали поиски новых путей реализации своих услуг.

Активно начали развиваться службы доставки. Многие заведения общественного питания, которые ранее не имели своих сайтов и не пользовались

услугами агрегаторов доставки, срочно переходят на новый формат работы и каналы сбыта. В связи с таким ажиотажем «Яндекс.Еда» сократила время подключения ресторанов к своей системе: если раньше это занимало семь рабочих дней, теперь – сутки после получения всей информации от заведения общепита. Доставка и работа в режиме take away теперь является основным средством заработка для сферы общественного питания. Доставку освоили даже небольшие кафе и кофейни. Появились такие позиции как полуфабрикаты, свежеиспечённый хлеб, торты. Многие предприниматели добавили товары средств защиты на сайты доставки, такие как маски, санитайзеры и т.д. Сотрудники общепита соблюдают все меры безопасности. С клиентами общаются в масках, перчатках и на расстоянии. Конкуренция в этой сфере выросла в разы. Каждое заведение старается придумать свои «бонусы». Крупные рестораны сделали упор на бесплатную доставку и максимальные скидки.

Некоторые рестораторы не побоялись трудностей, связанных с всеобщей изоляцией и карантинными мерами и открыли новые заведения в нашем городе. Например, создатель таких заведений, как Mike&Molly и 0.75please Александр Митраков, открыл новое заведение — Sushi, please. Оно предусматривает новую концепцию, особенно актуальную в условиях карантина – онлайн ресторан. Это значит, что человек может позвонить по телефону и проконсультироваться со своим виртуальным «официантом» и сделать заказ. Но это будет не просто очередная доставка с оператором, это будет доставка с сервисом, приближенном к ресторанному, где будут рассказывать концепцию блюд, советовать, как правильно есть то или иное блюдо. Также в конце марта уже в условиях ограничительных мер открылась новая кондитерская от холдинга Bellini Group «Ромбаба» в центре города, на улице Ленина 118а. Кондитерская работает в формате «to go», торты, сладости и напитки можно взять на вынос, оформить заказ на встрече с кондитером или сделать заказ на сайте.

Чтобы минимизировать затраты, хотельеры стали заселять всех гостей на один этаж или в одно крыло, при этом отключая электричество и воду в остальных номерах. Таким способом они экономят не только на оплате счетов,

но и оплате заработной плате горничным. Также они перешли на работу с заказом штучных завтраков для проживающих гостей, приостановив расход на заработную плату сотрудников кафе и продукты. Многие хотельеры создают обсерваторы на базе своих номерных фондов. В обсерваторе могут находиться только люди без подтвержденного диагноза COVID-19 на срок от 2х недель. Отели соблюдают все меры безопасности, приносят еду в одноразовых контейнерах, проводят дезинфекцию и т.д. В Красноярске обсерваторы были открыты в таких отелях, как Снежная Сова, Огни Енисея, Такмак, а также в ЭКО парке Адмирал, Гренада, Красэйр и д.р.

К сожалению, не все предприятия могут сохранить персонал в полном составе. В связи с самоизоляцией и прочих антикороновирусных мер доходы предприятий резко стали нулевыми, это вынудило многих работодателей отпустить сотрудников в отпуск за свой счет до окончания карантина. Также многие мыли вынуждены уводить часть персонала. В сложившейся ситуации крайне важно сохранить рабочие места и персонал, который туристская отрасль развивала последние 10 лет, так как, с учетом инертности бизнеса, возвращение к докризисному уровню развития сферы услуг туризма может занять более трех лет.

По мнению многих рестораторов нашего города кризис, связанный с ограничительными мерами из-за короновируса, станет причиной закрытия огромного количества заведений. Дмитрий Журкин, ресторатор и основатель Berrywood Family, в своём Instagram пишет о том, что продление режима самоизоляции до 12 июля 2020 может стать причиной для банкротства многих заведений, в том числе и его сети, а также повышения безработицы. Он предлагает разрешить заведениям нашего города работать, но соблюдая все меры предосторожности, так как это делается в других городах, где уже был снят режим самоизоляции. Под своими постами он находит большой отклик среди жителей нашего города, что говорит о том, что люди нуждаются в предоставлении этих услуг и готовы поддержать малый и средний бизнес в нашем городе. Такой же точки зрения придерживается и его коллега Евгений

Пономарев. Незадолго до режима самоизоляции он открыл свою лапшичную «Панда и Гусь». В своих страничках в соцсетях он публикует ежедневные отчеты о работе своего предприятия, о том, как он налаживает доставку заведения и о количестве заказов. В среднем, в день он получает порядка 60 заказов на доставку. Также он отмечает, что за последний месяц себестоимость товаров выросла на 7%, но они не могут позволить себе увеличить стоимость услуг, так как сейчас действуют условия жесточайшей конкуренции.

17 июня 2020 года Сибирская Ассоциация Гостеприимства опубликовала открытое письмо от владельцев ресторанных бизнеса и управляющих предприятиями общественного питания, обращенное к губернатору Красноярского края А.В. Уссу. В письме владельцы бизнеса негодуют по поводу продления карантинных мер и просят губернатора снять ограничительные меры. Они пишут о том, что за неимением точной информации по перспективам и срокам начала работы предприятий общественного питания, они не могут обезопасить персонал, задействованный в работе предприятия и, тем самым, каждый день теряют порядка 1000 работников. Данное обращение поддержало более 100 предприятий города, ресторанных групп, сетей столовых и кафе, владельцев ресторанов и ресторанно-гостиничных комплексов.

Кризис рано или поздно закончится. И к этому тоже нужно подготовиться. Грамотная работа с ценами, антикризисным маркетингом и маркетинговыми предложениями — вот что нужно для быстрого и эффективного восстановления после кризиса. Каждый предприниматель сферы услуг в туризме принимает свои собственные решения по спасению бизнеса, однако в большинстве своем это меры, направленные на экстренное сокращение расходов. Участники рынка прекращают привлечение сторонней рабочей силы, выводят из эксплуатации этажи и переходят на неполную рабочую неделю и планируют «переждать».

3.3. Разработка рекомендаций по выходу из кризисной экономической ситуации сферы услуг в г. Красноярске

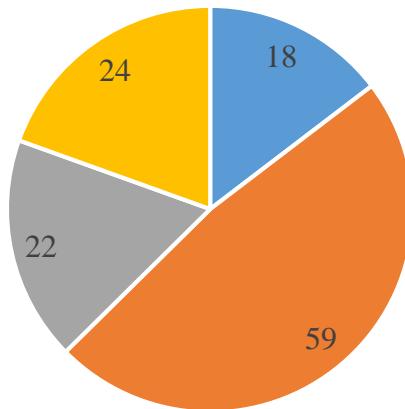
Кризисная ситуация, сложившаяся в нашем регионе, требует особых мер для преодоления негативных последствий режима самоизоляции для предприятий сферы услуг туризма. С целью выявить лояльность и мнение потребителей услуг с целью дальнейшей разработки и формированию рекомендаций по выходы из кризисной экономической ситуации сферы услуг был произведено анкетирование.

Задачи анкетирования:

1. Выявить целесообразность и заинтересованность жителей города в доставке различных услуг на дом.
2. Узнать мнение жителей города о качестве предоставляемых услуг сферы туризма в г. Красноярске.
3. Определить уровень участия потребителей в поддержки бизнеса сферы услуг во время антикороновирусных мер.

В анкетировании приняли участие 126 человек разного возраста и социального статуса. Из них 56% женщины и 44% мужчин возрастом от 16 до 49 лет. Самая большая возрастная группа, принявшая участие в анкетировании, это молодые люди от 20 до 29 лет (65%), на втором месте молодые люди от 30-39 лет (27%). Третье место разделяют группы 16-19 лет и 40-49 лет, в общей сложности порядка 8 %. Род деятельности также значительно различается, около 17% - студенты, 12% - работники общественного питания, в сфере туризма задействованы около 6%.

90,5 % опрошенных ответили, что они регулярно пользуются услугами доставки. Это означает, что жители города заинтересованы в этой услуге и, соответственно, предприятия сферы услуг в туризме могут развиваться на подобной платформе.



■ 2-3 раза в неделю ■ 1 раз в неделю ■ 1 раз в две недели ■ 1 раз в месяц

Рисунок 6 - Частота использования услуги доставки

На вопрос «Как часто вы пользуетесь услугами доставки?» мнения также разделились. Большинство респондентов пользуются доставкой 1 раз в неделю, что говорит о спросе и потребности населения в этой услуге и, соответственно, целесообразности развития услуг доставки (рисунок 6).

На вопрос «Как часто вы пользуетесь услугами ресторанов/гостиниц/кафе?» 38% опрошенных ответили 2-3 раза в неделю, 32% - 1 раз в неделю, 8% - один раз в две недели и 22% - 1 раз в месяц. При этом опрошенный ответили, что в 68% их чаще всего устраивает качество предоставляемых там услуг, 18% ответили, что их всё полностью устраивает и только 14% ответили, что их не устраивает качество предоставляемых услуг. Опрошенные также остались довольны уровнем предоставляемого сервиса: 64% ответили, что их чаще всего устраивает уровень сервиса, 18% опрошенных ответили, что их полностью устраивает сервис и еще 18% остались им не довольны. Высокий спрос и положительная оценка потребителя даёт нам повод считать, что уровень участия потребителей в поддержки бизнеса сферы услуг во время антикороновирусных мер достаточно значителен.

Также мы просили оценить уровень сервиса сферы услуг туризма по 10 бальной шкале (рисунок 7). В ответах превалирует оценка 7 баллов, что может

также сказать о высоком уровне сервиса и предоставляемых услуг в туризме в Красноярске, но при этом это также показатель того, что бизнесу в нашем городе есть куда расти и развиваться.

На вопрос «Пользуетесь ли вы системами скидок, либо бонусными программами различных предприятий сферы услуг (общественное питание/рестораны)?» 33% опрошенных ответили, что используют их регулярно и еще 43% ответили, что используют не часто и порядка четверти респондентов совсем не используют программ лояльности. Это также говорит о том, что использование новых технологий как никогда актуальна и пользуется большим спросом у горожан. В том числе можно считать, что маркетинг посредством социальных сетей также имеет большой отклик среди потребителей, так как порядка 62% на вопрос «Подписаны ли вы на странички предприятий сферы услуг (кафе/бары/рестораны/гостиницы) в социальных сетях?» опрошенных ответили положительно. Также опрос выявил и то, что жители нашего города активно пользуются услугами сайтов «Фламп» и «Booking.com» - всего 25% на вопрос «Пользуетесь ли вы такими системами как: Flamp, booking и т.д.?» ответили отрицательно.

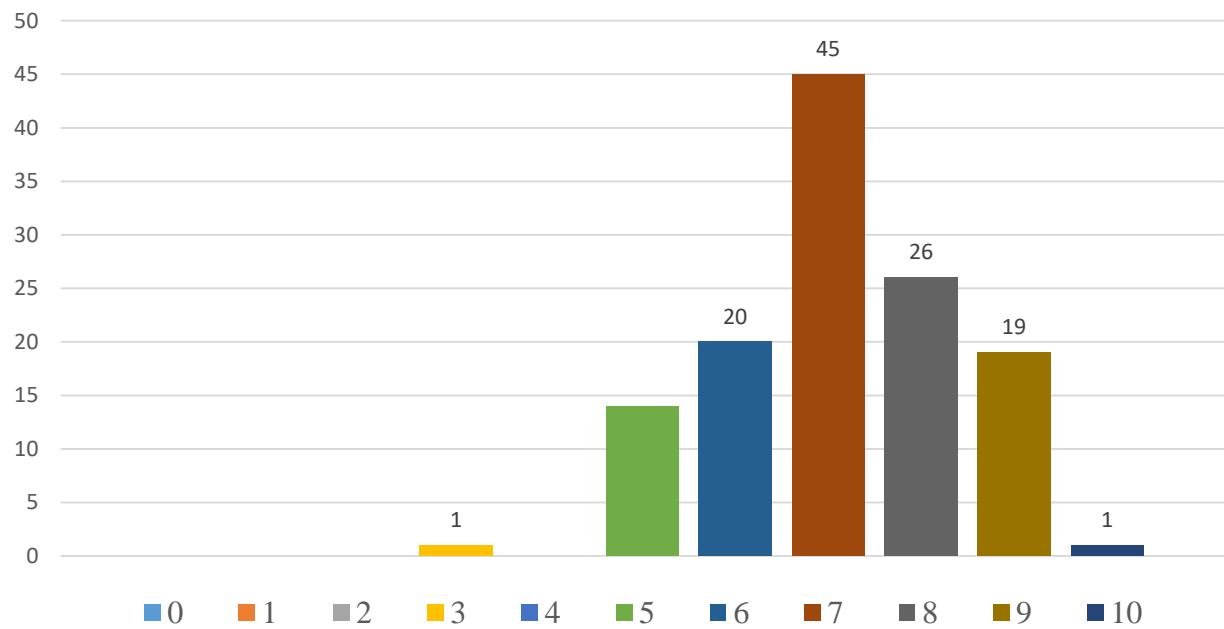


Рисунок 7 - Уровень сервиса сферы услуг по мнению опрошенных респондентов

Вопрос «Какой из вариантов вы предпочтёте при выборе предприятия общественного питания или гостиницы, предоставляющую услугу?» позволил сделать вывод о том, что предприятиям сферы услуг следует сделать упор на формирование постоянной клиентской базы, так как 60% опрошенных заявили, что предпочут проверенное предприятие, где они уже получали нужную им услугу. Тем не менее, 40% респондентов выберут ту компанию, которая предложит им наиболее выгодное предложение, что говорит о том, что скидки и акции необходимы на рынке услуг для создания здоровой конкуренции между предприятиями.

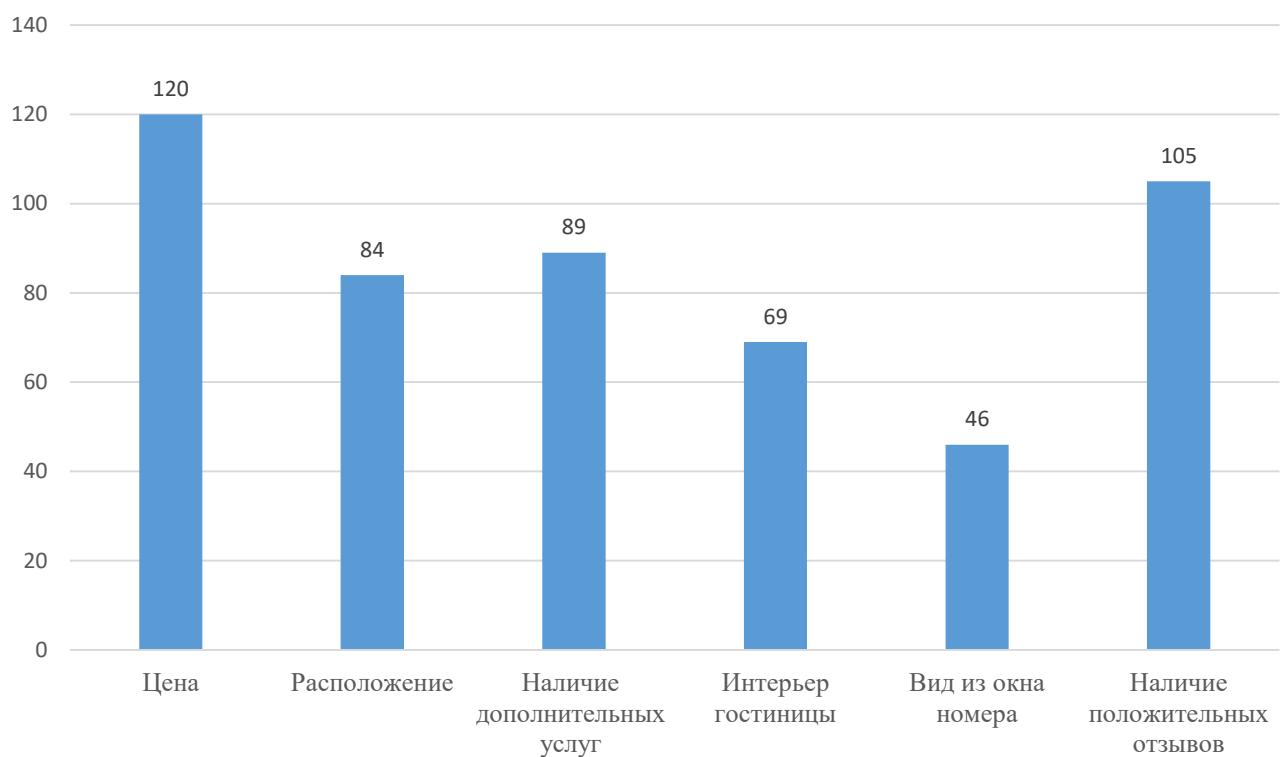


Рисунок 8 - Решающие критерии при выборе гостиницы для респондентов

На рисунке 8 отображены ответы респондентов на вопрос «Что является для вас решающим при выборе гостиницы?». Как видно из графика, наиболее важным при выборе гостиницы для респондентов являются цена и наличие положительных отзывов, что также подтверждает приведенные выше данные о необходимости правильного менеджмента для предприятий сферы услуг туризма, в том числе во время карантинных и после карантинных мер. Правильная ценовая политика, общение с потребителем в соц. сетях и

специализированных сайтах, а также развитие дополнительных услуг – все это даёт предприятию фору и выделяет его на фоне остальных.

Аналогичный вопрос мы задали и о предприятиях сферы питания. На вопрос «Что является решающим фактором для вас при выборе кафе/ ресторана?» респонденты были во многом солидарны друг с другом.

Из рисунка 9 можно сделать вывод о том, что соотношение сервиса и качества предоставляемых услуг является наиболее важной для потребителя. Соотношение цена – качество должно быть адекватно по отношению к потребителю.



Рисунок 9 - Решающие критерии при выборе предприятия питания среди респондентов

Из всего вышесказанного можно выделить следующие рекомендации по выходу из кризиса для сферы услуг в туризме г. Красноярска:

1. Стимулирование покупательской активности путем различных скидок, акций и систем лояльности.
2. Объединение сфер деятельности и работа по их быстрой доставки до потребителя. Например, доставка еды в номер из соседних ресторанов.

3. Сделать упор на безопасность использования услуги. Для этого необходимо предпринять такие меры безопасности, как улучшение клининговых компаний в отелях, введение разрешённого числа клиентов, которые одновременно могут пользоваться услугой, уменьшить количество столов в ресторанах/кафе/барах, соблюдение масочного режима, измерение температуры тела у постояльцев и персонала и т.д.

4. Развитие сервисов доставки, сайтов и системы take away.

5. Формирование контингента постоянных клиентов.

6. Улучшение качества обслуживания по средствам проведения тренингов для персонала, предоставление им получения необходимого образования, курсов по повышению квалификации.

7. Правильная ценовая политика предприятия. Оптимальное соотношение цены и качества.

8. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса.

Также хотелось бы привести в пример меры по выходу из кризиса других стран, таких как Китай, Италия и др. Они сохранили масочный режим и постарались создать условия соблюдения дистанции между людьми. Но они также отмечают, что несмотря на все меры предосторожности, люди боятся собираться в местах массового скопления. Поэтому онлайн доставка и поставки полуфабрикатов там так же актуальны.

Выводы.

Подводя итоги, мы делаем следующие выводы о проделанной работе. В данной главе этой работы был произведено анкетирование для определения уровня предоставляемых услуг и дальнейшего написания рекомендаций по выходу из кризисной ситуации. Нами были проанализированы средства государственной поддержки малого и среднего бизнеса, а также антикризисный маркетинг самих предприятий. На основании полученных результатов был получен ряд рекомендаций по выходу из кризисной ситуации из-за мировой пандемии: адекватная ценовая политика предприятий, улучшение качества обслуживания, формирование контингента постоянных клиентов, развитие интернет сервисов и услуг доставки, упор на безопасность услуг, развитие бонусных систем.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Туризм в настоящее время – это один из двигателей мировой экономики и уровня благосостояния населения. Сфера услуг туризма затрагивает не только самого туриста, но и огромные аспекты жизни каждого человека. 2020 год стал для индустрии переломным. Быстрое распространение COVID-19 и повышение смертности от этого заболевания вынудил глав государств всего мира закрыть границы и ввести режим самоизоляции. Индустрия туризма оказалась в эпицентре кризиса, вызванного короновирусной инфекцией. Многие предприятия сферы услуг в туризме оказались на грани банкротства. Именно это обозначило необходимость в разработке рекомендаций по выходу из кризисного состояния для предприятий общественного питания и индустрии гостеприимства.

В ходе проделанной работы нами были решены все поставленные задачи. Во-первых, мы дали понятие сферы услуг в туризме – это кооперация отдельных отраслей туристского хозяйства, преимущественно относящаяся к нематериальной сфере и которая включается в себя услуги гостиниц, ресторанов, баров, экскурсии, услуги туроператора и др. Мы проанализировали рынок предоставляемых туристских услуг и выделили следующие перспективы развития: появление новых форм обслуживания в туризме, реализация федеральных и территориальных целевых программ, создание государственно-общественной системы подготовки кадров для сферы туризма, классификация объектов туристской индустрии и строительство новых объектов туристской привлекательности.

Во-вторых, мы выявили следующие проблемы развития сферы услуг в туризме на фоне мировой пандемии COVID – 19:

1. Незащищенность туристов и потребителей услуг сферы туризма (например, многие не могут вернуть деньги за авиа и ж/д билеты, за брони в отелях, которые были приобретены до пандемии, но были отменены). Многие туристы остались за границей и не могут вернуться на родину.

2. Неспособность предприятий на переориентацию направлений деятельности

3. Экономическая незащищённость предприятий сферы услуг.

4. Недостаточная дезинфекция номеров отелей и мест общественного питания. Необходимо проводить дезинфекцию поверхностей не только в местах общего пользования, но и в номерах после каждого гостя.

5. Необходимость в изменении требований к условиям труда работников, содействие дистанционированию сотрудников, т.е. переоборудование рабочих мест для обеспечения между ними безопасного расстояния и перевод на дистанционные формы работы некоторых сотрудников.

6. Необходимость во внедрении новых технологий и развитие использования Интернета.

Нами были рассмотрены состояние и перспективы развития сферы услуг в туризме в г. Красноярске. Мы выяснили, что состояние сферы услуг в нашем городе является довольно высоким и находится на уровне выше среднего. В качестве основных перспектив развития в сфере услуг в туризме были названы: появление новых форм обслуживания в туризме, реализация федеральных и территориальных целевых программ, создание государственно-общественной системы подготовки кадров для сферы туризма, классификация объектов туристской индустрии и строительство новых объектов туристской привлекательности.

И, наконец, посредством проведения анкетирования и собранных данных, нами были выделены методические рекомендации по выходу из кризисной экономической ситуации сферы услуг в туризме в г.Красноярске.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Назаркина, В.А. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие / В.А. Назаркина, Ю.О. Владыкина, Е.Ю. Воротникова. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2014. – 235 с.
2. ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения. – Введ. 01.01.2014. – Москва : Стандартинформ, 2014. – 14 с.
3. ГОСТ Р 50690-2017 Туристские услуги. Общие требования. – Введ. 01.06.2018. - Москва : Стандартинформ, 2017. – 9 с.
4. Биржаков, М.Б. Введение в туризм: учебник, издание 8-е, переработанное и дополненное / М.Б. Биржаков. – Санкт-Петербург : - "Издательский дом Герда", 2006. - 512 с.
5. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон Российской Федерации от 24.11.1996 №132-ФЗ (ред. от 03.05. 2012) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа : <http://www.consultant.ru>
6. Закон о защите прав потребителей в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. Закон Российской Федерации от 07.02.1992 №2300-1 (ред. от 24.04.2020) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа : <http://www.consultant.ru>
7. Бикташева, Д.Л. Менеджмент в туризме: учебное пособие / Д.Л. Бикташева, Т.С. Жданова, Л.П. Гиевая. – Москва : - Альфа, 2015. – 272 с.
8. Чудновский, А.Д. Менеджмент туризма: учебник / А.Д. Чудновский, Н.В. Королев, Е.А. Гавrilova, М.А. Жукова, Н.А. Зайцева. – Москва : Федеральное агентство по туризму, 2014. - 576 с.
9. Официальный сайт Ассоциации Туроператоров [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.atorus.ru/main/news/press-centre/new/47175.html>
10. Официальный сайт Всемирной туристской организации ЮНВТО [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.unwto.org/>

11. Туристский портал Touristic Log [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.alexeytour.ru/strany_mira_tour-rating.html
12. Официальный сайт международного образовательного центра по обучению английскому языку EF Education First [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.ef.ru/epi/>
13. Дусенко, С.В. Актуальные проблемы развития туризма : материалы международной научно-практической конференции / С.В. Дусенко, Н.Л. Авилова. – Москва: РГУФКСМиТ, 2018. – 516 с.
14. Рустаев, М.Р. Современные проблемы и перспективы развития туризма, сервиса и сферы услуг / М.Р. Рустаев. – Киров: МЦНИП, 2012. – Вып.1. – 144 с.
15. Кружалин, В.И. Современные проблемы и тенденции в Российском туризме / В.И. Кружалин, Е.Г. Киякбаева // Географический вестник МГУ. – 2017. - №4. – С. 35 – 43.
16. Фрункина, И.Б. Современные проблемы индустрии питания, туризма и сервиса / И.Б. Фрункина // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – Нижний Новгород, 2019. – Т.13, №1. - С. 114-119.
17. Силина, В.Н. Современный опыт развития туризма в России и за рубежом: основные проблемы / В.Н. Силина Е.Д. Николаева // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – Москва, - 2019. - Том 13, №1. – С. 4 – 12.
18. Гаффанова, Л.С. Проблема развития туризма / Л.С. Гаффанова // Международный научный журнал Символ науки. – 2016. - №11-4. – С. 62 – 63.
19. Квартальнов, А.В. Современное состояние и перспективы развития сферы туризма в Российской Федерации / А.В. Квартальнов, О.В. Чабанюк // Современные исследования социальных проблем. – 2015. - №7(51). – С.15 - 23.
20. Рынок платных услуг в России / Аналитический центр при правительстве РФ // Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики. – 2019. – №49. – С. 2- 22.
21. Воскович, Н.А. Социально-экономические проблемы развития отдельных отраслей сферы услуг: сборник статей / Н. А. Воскович, И.Н.

Молчанова. — Москва : - Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2017. — 199 с.

22. Михина, И.С. Современные тенденции развития электронных систем бронирования туристских услуг в России / И.С. Михина, Е.Г. Ляшенко // Креативная экономика. – 2017. – Т. 11. - №6. – С. 659 – 666.

23. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика» : постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. N 316 (ред. от 22.05.2020) // Собрание законодательства РФ. – 2020. – 23 с.

24. О федеральном бюджете на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов [Электронный ресурс]: федеральный закон РФ от 2 декабря 2019 г. № 380-ФЗ (ред. от 18.03.2020) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа : <http://www.consultant.ru>

25. Морозов, В.Ю. Особенности подготовки кадров в сфере туризма и гостеприимства в России: традиционные и современные подходы / В.Ю. Морозов, А.А. Поправкина // Сервис в России и за рубежом. - 2015. - №3. – С. 88 -99.

26. Ефимцева, Т.В. Классификации гостиниц в Российской Федерации / Т.В. Ефимцева // Актуальные проблемы российского права. - 2018. - № 11 (96). – С. 26-31.

27. Максанова, Л.Б. Формирование мер государственной поддержки развития внутреннего туризма на региональном уровне / Л.Б. Максанова, И. А. Кауров, В. А. Оширов // Вестник Бурятского Государственного Университета. – 2016. – Вып.3. – С. 55-63.

28. Михеева, Е.Н. Управление качеством: учебник для студ. вузов по спец. "Экономика и управление"; рек. МОН РФ / Е. Н. Михеева, М. В. Сероштан. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Дашков и К, 2014. - 532 с.

29. О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» и Кодекс РФ об административных правонарушениях в целях совершенствования правового регулирования

предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристской индустрии : федер. закон РФ от 5.02.2018. №16-ФЗ (последняя редакция). – Москва : ОТиСС, 2018. – 43 с.

30. ГОСТ 30389-2013 «Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования». – Введ. 22.11.2013. – Москва : Росстандарт, 2013. – 16 с.

31. ГОСТ 30389 – 95 Общественное питание. Классификация предприятий. – Введ. 01.07.1995. – Москва: Стандартинформ, 1995. – 12 с.

32. Мизинцева, М.Ф. Пандемия COVID-19. Биология и экономика / М.Ф. Мизинцева // Специальный выпуск: информационно-аналитический сборник / ВИНИТИ РАН. – Москва, 2020. - Издательство Перо, – 110 с.

33. Перечень отраслей российской экономики, в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции : постановление Правительства РФ от 03.04.2020 №745 (ред. от 26.05.2020) // Собрание законодательства РФ. – 2020. – 9 с.

34. Воздействие пандемии COVID-19 на промышленность и экологию / Счетная палата Российской Федерации // Дайджест департамента международного и регионального сотрудничества СП РФ. – 2020. – 39 с.

35. О мерах по обеспечению устойчивого развития экономики : постановление Правительства РФ от 02.04.2020 N 409 (ред. от 30.05.2020) // Собрание законодательства РФ. – 2020. – 7 с.

36. Официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://rmsp.nalog.ru/>

37. Об утверждении Правил предоставления в 2020 году из федерального бюджета субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства, ведущим деятельность в отраслях российской экономики, в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции : постановление

Правительства РФ от 24.04.2020 г. №576 // Собрание законодательства РФ. – 2020. – 9 с.

38. Агарков, А.П. Управление качеством: учебник для бакалавров / А.П. Агарков. - Москва: Дашков и К, 2015. - 208 с.

39. Официальный сайт администрации города Красноярск [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.admkrsk.ru/Pages/default.aspx>

40. ГОСТ ISO 9000 – 2011 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь». – Введ. 01.01.2013. – Москва: Росстандарт, 2013.

41. Сервис отзывов людей о компаниях города «Фламп» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://krasnoyarsk.flamp.ru/>

42. Система интернет бронирования отелей «Booking.com» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.booking.com/>

43. Ефремова, М.В. Анализ факторов развития региональных рынков гостиничных услуг / М.В. Ефремова // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. - №22 (373). – С. 41-49.

44. Кудинова, Е.В. Современное состояние и тенденции развития туризма в мировой и российской экономике / Е.В. Кудинова // Молодой ученый. – 2015. - №3. – С. 549-571.

45. Сорокина, А.И. Развитие рынка туристских услуг в российской экономике / А.И. Сорокина // Вестник Тамбовского университета. – Серия: Гуманитарные науки. – 2011. - №1 (93). – С. 2019-225.

46. Валединская, Е.Н. Формирование туристского рынка как фактор устойчивого развития экономики /Е.Н. Валединская // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение конкуренция. – 2011. - №2. – С. 362 – 366.

47. Экономико – географическое положение региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://geo.bobrodobro.ru/9380>

48. Сушко, Ю.Е. Проблемы развития туристской отрасли / [Электронный ресурс]: Молодой учёный. – 2017. - №21. – С. 255 – 258. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/155/43811/>

49. Сафарян, А.А. Подходы к оценке туристского потенциала территории / А.А. Сафарян // Географический вестник. – 2015. - №1 (32). – С. 89 – 102.

50. Уляев, К.С. Качество услуг в сфере туризма. К.С. Уляев [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2014/article/2013003331>

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт физической культуры, спорта и туризма
Кафедра теоретических основ и менеджмента физической культуры и
туризма

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ В.М. Гелецкий
«____ » _____ 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

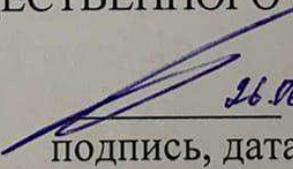
43.03.02 Туризм

43.03.02.01 Технология и организация туроператорский и турагентских услуг

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В ТУРИЗМЕ
в г. КРАСНОЯРСКЕ

(НА ПРИМЕРЕ КОЛЛЕКТИВНЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ И МЕСТ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ)

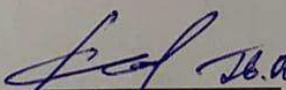
Научный руководитель

 доцент

А.С. Кочанова

подпись, дата

Выпускник

 .

Я.А. Рыбушкина

подпись, дата

Нормоконтролер

К.В. Орёл

подпись, дата