ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ТУРИЗМЕ
PROBLEMS OF ORGANIZING SERVICES IN TOURISM

Пузыня Т.А., научный сотрудник

Puzynya T.A., Researcher

**Великолукская государственная академия физической культуры и спорта,
Великие Луки, Россия**

Velikie Luki State Academy of Physical Culture and Sports, Velikiye Luki Russia

E-mail: tatianlex@yandex.ru

АННОТАЦИЯ

Россия обладает всеми видами ресурсов для развития спортивно-оздоровительного, лечебного, культурно-познавательного, делового, экологического и сельского туризма. Одной из главных проблем организации сервисного обслуживания в туризме является качество обслуживания, включающее в себя уровень комфорта гостиниц, ассортимент продуктов и услуг, удобство месторасположения, анимационные программы.

ABSTRACT

Russia has all kinds of resources for the development of sports and recreation, medical, cultural, educational, business, ecological and rural tourism. One of the main problems of the organization of service in tourism is the quality of service, including the level of comfort of hotels, range of products and services, convenient location, animation programs.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Факторы, услуга, экотуризм, кадры, качество, Россия.

Key words

Factors, Service, Ecotourism, Service, Russia.

В нашей стране накоплен огромный опыт в продвижении России как туристкой дестинации, сегодня необходимо, используя мировой туристический опыт ведущих стран, представить Россию как оригинальную страну с позитивным имиджем, уникальным спектром туристических услуг с высоким качеством обслуживания. Для достижения данной цели необходимо решить имеющиеся сегодня проблемы организации сервисного обслуживания в туризме.

1. Проанализировав правила оказания услуг общественного питания (утвержденные постановлением Правительства РФ от 15.08.1997г. № 1036), правила предоставления гостиничных услуг в РФ (утвержденные постановлением Правительства РФ от 25.04.1997г. № 490) и международные гостиничные правила становится очевидным проблема пересмотра классификации средств размещения туристов. На наш взгляд, существующую классификацию средств размещения следует расширить по спектру предоставляемых услуг:

- музеев. Сегодня представлена классификация музеев по профилю, типу и административно-территориальному признаку, масштабам деятельности, форме собственности, отраслям культуры [1]. На наш взгляд, данную классификацию можно расширить по выполняемым функциям, разделив музеи на рекреационные, научные, воспитательные, документационные, охранные, образовательные (культурно-просветительные). Данная классификация позволит охарактеризовать задачи, решаемые посредством данного конкретного музея.

- туроператоров. Действующая сегодня классификация туроператоров включает в себя следующие признаки: вид деятельности, форма собственности, размер, географический признак, профилю работы. Согласно статистическим данным, предоставленным Федеральным агентством по туризму, на территории РФ зарегистрировано 4283 туроператора [2].

На наш взгляд, данная классификация не является полной и требует расширения, например, в зависимости от выполняемых функций на комплектующие, сервисные, гарантийные. Все это позволит систематизировать туроператоров согласно профилю их работы.

- транспортных компаний – существующее сегодня множество транспортных компаний необходимо классифицировать не только по располагаемым транспортным средствам, но и по спектру предоставляемых услуг как внутри страны, так и за ее пределами.

- гостиниц, их классификация сегодня включает в себя систему звезд, корон, букв, категорий [3], на наш взгляд, применительно к России данную классификацию следует расширить в зависимости от ценовой политики и целевой аудитории каждой конкретной гостиницы.

- пляжей – в России прохождение сертификации пляжей является добровольной [4], на наш взгляд, все пляжи необходимо систематизировать в зависимости от целевой аудитории и половозрастному признаку.

- рестораны и кафе также следует подразделять по спектру оказываемых сопутствующих услуг.

1.1 Повышение качества сервисного обслуживания в организации питания напрямую связано с учетом полноценности суточного рациона, сбалансированности и безопасности пищи, соответствию питания возрасту и профессии туриста [5].

2. Обобщая вышесказанное можно выделить факторы, сдерживающие развитие туризма в России, и пути их устранения:

2.1 Низкий уровень маркетинга не позволяет формировать благоприятный имидж, не способствует позиционированию России как уникального центра туризма, данную проблему можно решить посредством действенных инструментов маркетинга региона;

2.2 Отсутствие спроса на российские туристские продукты можно решить посредством максимального продвижения России как уникальной страны на всевозможных российских и зарубежных форумах, выставках, презентациях.

2.3 Низкий уровень сервисного обслуживания можно повысить за счет применения инновационных методов обучения персонала, повышения количества международных стажировок. При заключении трудового договора со специалистами социально-культурного сервиса и туризма, как правило, используют типовые должностные инструкции [6]. Однако в более развитых странах в индустрии сервиса к работникам помимо стандартных требований предъявляют и специфические.

Так, в США составлены профессионально-квалификационные требования [7], предъявляемые к работникам сферы гостеприимства: работникам гостиниц и курортов; проектировщикам туров и маршрутов; работникам служб туристской анимации; к служащим экскурсионных фирм:

- личностные: позитивный настрой, высокий энергетический потенциал, инициативность, уверенность, гибкость, исключительные способности общения с людьми, артистизм, выносливость, юмор, энтузиазм и оптимизм, любознательность, стремление к новому, артистизм, терпеливость, любезность [8];

- профессиональные: навыки ведения переговоров в области маркетинга и продаж, наблюдательность, умение руководить людьми, способность решать проблемы, знание психологии людей, наличие профессиональных навыков моделирования ситуаций, умение самостоятельно находить нужную информацию [9].

Американский маркетолог Симон Адамс утверждает, что более 50% потерь в бизнесе это результат плохого обслуживания. [10]

2.4. Развитие детского и специализированного (по интересам) туризма способствует расширению ассортимента туристических услуг, данное направление может являться инновационным вектором развития российского туризма.

2.5 Ценовая неконкурентоспособность регионов должна быть напрямую связана с использованием как гибкой ценовой политики в межсезонье, так с имеющимися природно-климатическими ресурсами каждого региона нашей страны.

Производство услуг составляет доминирующую или крупную часть современного хозяйства - в развитых странах его доля в ВВП и численности занятых достигла в начале века 70-80%, а в мировом ВВП - 65%. [11]

2.6 Отсутствие высококвалифицированных кадров существенно тормозит развитие туризма в нашей стране. Поскольку именно трудовые ресурсы в сфере услуг являются ключевым фактором успеха, обеспечивают положительный имидж организации социально-культурного сервиса и туризма. Отличительной чертой трудовых ресурсов сферы услуг является их многочисленность и разноплановость.

Так, трудовые ресурсы делятся на основные категории – производственный персонал (сервисные инженеры, горничные, официанты, повара, специалисты туристической деятельности и другие), составляющий от общей численности занятых 50-60%, вспомогательный производственный персонал, обеспечивающий функционирование основных служб организации и составляющий 5-7% от общего числа персонала [12], работники инфраструктурных подразделений, непосредственно зависящие от деятельности организации, составляющие 12-15%, административно-управленческий состав персонала, на многофункциональном сервисном предприятии со сложной организационной структурой превышающий 15%. [13]

Все это порождает сложности в управлении персоналом организации сервисного обслуживания, а именно в отношении мотивации, оценки и контроля качества работы персонала. Ситуация обостряется тем, что все специалисты социально-культурного сервиса и туризма подвержены синдрому эмоционального выгорания.

Решением данной проблемы может стать проведение тренинга, который представляет собой сочетание различного рода упражнений (фрагментов) в зависимости от его направленности и целевой аудитории, в среднем это 12–15 человек [14]. И главные требования к группе – личностная готовность и характер мотивации. Успеха может добиться каждый человек, если он готов к такой форме самопомощи, находится на определенном уровне проработанности своих проблем, готов принимать предъявляемые данной формой работы требования и выполнять их. [15]

Таким образом, среди проблем организации сервисного обслуживания в туризме можно выделить ограниченную классификацию объектов туристской сферы, низкий уровень обслуживания туристов, низкий уровень маркетинга, слабая разработка детских и специализированных туристских программ, ценовая неконкурентоспособность и отсутствие высококвалифицированных специалистов. Решение всех вышеперечисленных проблем будет способствовать росту рентабельности туризма, сокращению безработицы, повышению экономической устойчивости организаций сервисного обслуживания, пополнению доходной части государственного бюджета и, как следствие, повышение конкурентоспособности России на мировом туристическом рынке.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Воронцова Е.А. Классификация музеев // Культурология. 2011. №3 (58). С.153-154.
2. Смирнова А.Ю. Применение технологии ТРИЗ в организациях сферы социально-культурного сервиса и туризма // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд: сборник материалов V Международной научно-практической конференции: в 2-х частях. Часть 1 / Под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство НГТУ, 2010. – С. 139-146.
3. Каурова О.В., Юманова О.С. Современные подходы к классификации гостиниц и аналогичных средств размещения // Народное хозяйство. Вопросы инновационного развития. 2010. № 5. С. 76-92.
4. Огнева С.В. Совершенствование систем классификации объектов туристской индустрии и подготовка экспертов // Современные проблемы сервиса и туризма. 2010. № 2. С. 62-69.

5. Джум Т.А., Ольшанская С.А. Организация сервисного обслуживания в туризме / Т.А. Джум, С.А. Ольшанская. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2014. – 368с.
6. Войтенко М.В., Чупыркина Е.А. Качество обслуживания туристов в санаторно-курортных учреждениях Барнаула // География и природопользование Сибири. 2014. № 17. С. 22-27.
7. Войтенко М.В. Личностно-ориентированные технологии в обучении будущих специалистов по туризму // Проблемы и перспективы развития образования в России. 2013. № 23. С. 48-53.
8. Войтенко М.В. Применение инновационных педагогических технологий с акмеологическим компонентом в обучении будущих специалистов по туризму // Технологическое образование и устойчивое развитие региона. 2010. Т. 3. № 1 (3). С. 19-23.
9. Войтенко М.В. Проблема формирования творческого потенциала личности будущих специалистов по социально-культурному сервису и туризму // Научные исследования в образовании. 2008. № 1. С. 18-19.
10. Дульцева М.Е., Крохмаль Е.В. Жестикаляция как способ успешности специалиста в сфере социально-культурного сервиса // Курорты. Сервис. Туризм. 2013. № 2-4. С. 95-98.
11. Марихин С.В. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. - 2011. - №2(8) - С.68-74.
12. Иванов В.В. Логистические аспекты управления ресурсопотоками гостиничного предприятия / В.В. Иванов, А.Б. Волков // Пять звёзд. 2000. № 6. С. 11-14.
13. Мальшина Н.А. Специфика трудовых ресурсов и динамика трудовых потоков социально-культурного сервиса и туристической сферы // Вестник Саратовского государственного технического университета. - 2010. - Т.1. - №1(44). - С.221-228.
14. Бобровская А.Н. Модель развития и профилактики синдрома эмоционального «выгорания» специалистов социально-культурного сервиса // Сибирский психологический журнал. - 2012. - №44. - С.36-46.
15. Антонова О.А. Психолого-актерские тренинги в сфере социально-культурного сервиса // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. - 2010. - № 3(5). -С. 50-57.