## **Проблема оказания сервисных услуг в туристической отрасли**

Автор: студент АФ СПбГУП Емельянова Ю.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент АФ СПбГУП Аймешева Ж.С.

Казахстан, г. Алматы. Алматинский филиал Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов.

*Аннотация*: в статье представлен процесс развития индустрии туризма и гостеприимства Казахстана с позиции сервисной деятельности. Выявлены основные проблемы сервисного обслуживания: это отсутствие необходимого количества квалифицированного персонала; отсутствие эффективной системы организации процесса обслуживания туристов; несовершенство нормативно-правовой основы сервисного обслуживания. Приведены рекомендации по внедрению современных технологий организации обслуживания потребителей в туристско-гостиничных комплексах.

*Ключевые слова*: услуга, сервисное обслуживание, конкурентоспособность, индустрия туризма.

Туризм – это отрасль, которая активно развивается во всем мире. Но на сегодняшний день, на примере Казахстана, рассматривая данную отрасль, можно сказать, что развита она очень слабо. Хотя на этой территории очень много красивых городов и курортных мест для одиночного, семейного или отдыха в компании. Ведь данная страна обладает редкими природными красотами и удивительными местами.

Туристский бизнес функционирует в условиях низкого и неравновесного спроса, при сильной конкуренции со стороны зарубежных турпродуктов. В этих условиях, важным вопросом является определение потенциала конкурентных преимуществ туристских дестинаций Казахстана. Одной из главных и малоизученных проблем остается низкий уровень сервиса. Причем, если учитывать, что сервисная деятельность – это процесс, подчиняющийся общим закономерностям социального и экономического развития, то можно констатировать отсутствие концептуального обеспечения развития туризма Казахстана в целом.

Цель данной статьи состоит в определении проблем оказания сервисных услуг в туристической отрасли.

В современной практике всемирным советом по путешествиям и туризму эффективность развития туризма определяется по индексу конкурентоспособности. Он охватывает 141 страну, и Казахстан находится 81 в списке всех стран [1].

Организационно-управленческим аспектам сервисной деятельности посвящены труды Шоула Д. [2], Котлера Ф. [3], Кускова А.С. [4], Хилла Т. [5], Зорина И. В., Квартальнова В. А. [6]. Главное внимание в данных вопросах уделяется изучению конкретных методов управления сервисной деятельностью, условий производства, продвижения и реализации услуг и т.п.

В предыдущем 2021 году отдыхавших в стране людей насчитывается 6,9 млн. человек, это на 35% больше, чем в 2020 году. Также количество размещения мест выросло до 3 686 единиц. Известно, что объем оказанных услуг восстановился до 90% после Covid-19 и составил 109 млрд. тенге. [7].

В числе проблем, с которыми сталкиваются все гостиницы, следует отметить слабый уровень знания английского языка и качество высшего образования в сфере гостеприимства, страдающее недостатком практического опыта. У менеджеров и работников гостиничного предприятия часто отсутствуют знания основных казахстанских и международных стандартов и законодательных актов по вопросам безопасности и обслуживания гостя.

Исследуя все аспекты обслуживания в туризме, можно конкретизировать проблемы организации сервисного обслуживания. К ним относятся: проблемы несоответствия культуры производства туристических услуг; недостаточный уровень личной культуры работников индустрии туризма, особенно это касается работников «контактной зоны»; недостаточная мотивация, и зачастую отсутствие культуры продвижения туристических услуг.

В последнее время наблюдается динамичное развитие нормативно-правовых источников, регулирующих отдельные элементы сервисной деятельности.

Вопросы, по решению сервисных услуг необходимо решать комплексно, исходя от маркетингового продвижения и заканчивая пожеланиями туристов. Считается, что в первую очередь качество услуг зависит от профессиональной подготовки обслуживающего персонала.

Основные инструменты и методы повышения эффективности сервисной деятельности условно можно сгруппировать в следующие направления: ориентация на требования рынка; внедрение технологий HR-менеджмента для повышения уровня сервиса обслуживания; расширение принципов унификации и стандартизации сервисной деятельности.

Человеческий фактор, являясь важным ресурсом предприятия, играет ведущую роль в индустрии гостеприимства. При отборе и подготовке персонала, вступающего в непосредственный контакт с потребителями, особую значимость приобретает профессиональное владение технологий делового общения. На этом, а также на изучении этики, социальной психологии, делового этикета с широким использованием деловых игр и тестов, должна основываться подготовка гостиничного и ресторанного персонала [8].

По мнению экспертов, сегодня туристическая отрасль Казахстана ощущает острую нехватку квалифицированных специалистов. При всей важности развития туристской дестинации, транспортной инфраструктуры, охраны окружающей среды и расширения ассортимента предоставляемых услуг, необходимо помнить о персонале, ведь туристы чаще всего оценивают услуги именно по персоналу, поэтому он является визитной карточкой туризма во всем мире. Поэтому, поиск и подбор сотрудников является важной составляющей.

Трудовая деятельность специалистов по сервису и гостиничному делу состоит из профессиональной этики, культуры общения, эстетики рабочего места [2].

В основе методов сервисной деятельности должны лежать принципы рыночного равновесия. Необходимо определить и развивать совокупность различных видов функций всех подсистем гостиничной организации, обеспечивающих связь «предприятие–потребитель». Предприятия индустрии гостеприимства должны быть ориентированы на повышение качества товаров и услуг, на удовлетворение потребителей. Важно обеспечить комплексность предоставления услуг, от минимальных до максимально целесообразных.

В заключении можно сказать, что для развития туристической отрасли в Казахстане необходим комплексный подход и анализ. У Казахстана имеется хорошая ресурсная база, выгодное географические положение, обладает трудовым и научным потенциалом для создания кластеров.

Для привлечения инвесторов в туристическую отрасль необходимо дать понятную для инвесторов модель государственно-частного партнерства.

Государство в развитии туризма играет большую роль, оно предоставляет для туристов необходимую инфраструктуру – дороги, электроэнергию, водоснабжение и другое. Больше значение имеет четкое и последовательное поведение инфраструкры к туристическим объектам. Частный бизнес имеет возможность участвовать на различных стадиях развития проектов.

Индустрия туризма обладает более сильным эффектом мультипликатора и оказывает положительное влияние. У отрасли туризма наблюдается большой рост и масштабность его развития говорит о его причастности к стратегическим отраслям экономики и требует постоянного улучшения и проведения государственного регулирования с целью обеспечения пропорциональности развития территориальных и отраслевых хозяйственных комплексов.

Список литературы:

1. В 2021 году в Казахстане зафиксировано рекордное количество внутренних туристов. //URL: <https://qaztourism.kz> (дата обращения 22.11.2022). – Текст: электронный.
2. Шоул Д. первоклассный сервис как конкурентное преимущество/ Д. Шоул пер. с англ. 2–е изд., испр. и доп. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. 338 с.
3. Котлер Ф., Боуен, Дж., Мейкенз, Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм [Текст] / Ф. Котлер, Дж. Боуен, Дж. Мейкенз Пер. с англ. М., 1998. 370 с.
4. Кусков, А. С., Джаладян, Ю. А. Основы туризма [Текст] / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. М.: КНОРУС, 2008. 400 с.
5. Хилл, Т. О товарах и услугах [Текст] / Т. Хилл. М., 1995. 82 с.
6. Зорин, И. В., Квартальнов, В. А. Энциклопедия туризма [Текст] / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. М., 2001. 850 с.
7. Рейтинг стран по развитию сектора туризма и путешествий. – // URL: <https://nonews.co> (дата обращения 22.11.20222). – Текст: электронный.
8. Аванесова, Г. А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент [Текст] / Г.А. Аванесова. М.: Аспект Пресс, 2007. 319 с.