МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт: экономики и управления (наименование)

Кафедра: «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» (наименование)

Направление подготовки: 43.03.02 «Туризм» (код и наименование)

Профиль: «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» (наименование)

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
на тему

«Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19»

Студент 18ЭТ31 (номер группы) 20.01.2022 (подпись, дата) Исакова Елена Александровна (ФИО полностью)

Руководитель к.э.н., доцент (звание, должность)

ФГБОУ ВО «ПГУ» (наименование организации) 20.01.2022 (подпись, дата) Уткина Н.В. (фамилия, инициалы)

Нормоконтролёр к.э.н., доцент (звание, должность) 29.01.2022 (подпись, дата) Балахонова Е.В. (фамилия, инициалы)

Работа допущена к защите (*протокол заседания кафедры от* _____ *№* ____)

Заведующий кафедрой «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» _____ (подпись) Семеркова Л.Н. (фамилия, инициалы)

Работа защищена с отметкой _____ (*протокол заседания ГЭК от* _____ *№*___)

Секретарь ГЭК _____ (подпись) Балахонова Е.В. (фамилия, инициалы)

Пенза 2022

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания»

«УТВЕРЖДАЮ»
Зав. кафедрой «Маркетинг, коммерция
и сфера обслуживания»
д.э.н., профессор _____ Семеркова Л.Н.

ЗАДАНИЕ

по бакалаврской работе студенту

Исаковой Елене Александровне

(ФИО)

1. Тема работы: Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19

2. Срок сдачи студентом законченной работы: 20 января 2022 г.

3. Исходные данные к работе: нормативные документы индустрии туризма, вторичная информация о состоянии и тенденциях развития туризма в мире, России и Пензенской области, специализированные туристские Интернет-порталы, сайт гостиницы «Voyage».

4. Содержание расчетно-пояснительной записки (перечень подлежащих разработке вопросов): исследование влияния пандемии COVID-19 на деятельность средств размещения; анализ состояния рынка туризма в условиях пандемии COVID-19; анализ современных подходов и методов совершенствования работы в гостиничном бизнесе в условиях пандемии COVID-19; общая характеристика деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19; разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19; основные направления совершенствования деятельности гостиницы «Voyage»; план мероприятий по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage»; расчет затрат на внедрение предложенных мероприятий.

5. Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей): демонстрационные слайды, раздаточный материал.

Дата выдачи задания: 1 ноября 2021 г.

Руководитель: _____
(подпись)

Задание принял к исполнению: 1 ноября 2021 г. _____
(дата) (подпись студента)

ВЫПОЛНЕНИЕ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Наименование разделов	Срок исполнения		Подпись
	начало	конец	
Содержание	02.11.2021	03.11.2021	
Введение	04.11.2021	05.11.2021	
Анализ состояния рынка туризма в условиях пандемии COVID-19	06.11.2021	15.11.2021	
Анализ современных подходов и методов совершенствования работы в гостиничном бизнесе в условиях пандемии COVID-19	16.11.2021	25.11.2021	
Общая характеристика деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19	26.11.2021	05.12.2021	
Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19	06.12.2021	20.12.2021	
Расчет затрат на внедрение предложенных мероприятий	21.12.2021	24.12.2021	
Заключение	25.12.2021	26.12.2021	
Глоссарий	27.12.2021	30.12.2021	
Список использованных источников	10.01.2022	14.01.2022	
Приложения	15.01.2022	18.01.2022	

Руководитель бакалаврской работы _____/Н. В. Уткина
(подпись, ФИО)

Реферат

Тема бакалаврской работы: «Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19».

Автор бакалаврской работы: Исакова Елена Александровна, группа 18ЗЭТ31.

Руководитель бакалаврской работы: к.э.н., доц. Уткина Наталья Владимировна.

Год защиты бакалаврской работы: 2022.

Актуальность темы состоит в том, что реализация предлагаемых решений позволит гостинице «Voyage» обеспечить дополнительные меры безопасности для своих гостей в условиях пандемии COVID-19.

Целью бакалаврской работы является разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19.

Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

– проанализировать состояние рынка туризма в условиях пандемии COVID-19;

– проанализировать современные подходы и методы совершенствования работы в гостиничном бизнесе в условиях пандемии COVID-19;

– дать общую характеристику деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19;

– выявить основные направления совершенствования деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19;

– составить план мероприятий по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» и рассчитать затраты на внедрение предложенных мероприятий.

В ходе выполнения работы были проанализированы современное состояние рынка туризма и практический опыт совершенствования работы в гостиничном бизнесе в условиях пандемии COVID-19, а также исследована деятельность гостиницы «Voyage». В ходе проведённого анализа были выявлены проблемы в гостинице «Voyage», требующие решения. Автором разработаны рекомендации по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19, предложен план мероприятий и выполнено их экономическое обоснование.

В бакалаврской работе использованы следующие методы: обработка и анализ научной, отраслевой и справочной периодической литературы; статистический анализ; проработка тематических Internet-ресурсов; анализ конкурентной среды; анализ первичной информации о деятельности гостиницы «Voyage».

Практическая значимость бакалаврской работы заключается в возможности применения на практике предложенных рекомендаций в деятельности гостиницы «Voyage».

Объем бакалаврской работы составляет 69 страниц формата А4. Работа содержит девять таблиц, 18 рисунков и два приложения, 37 использованных источников.

Содержание

Введение.....7
1 Исследование влияния пандемии COVID-19 на деятельность средств размещения.....10
1.1 Анализ состояния рынка туризма в условиях пандемии COVID-19.....10
1.2 Анализ современных подходов и методов совершенствования работы в гостиничном бизнесе в условиях пандемии COVID-19.....19
1.3 Общая характеристика деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19.....26
2 Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19.....34
2.1 Основные направления совершенствования деятельности гостиницы «Voyage».....34
2.2 План мероприятий по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage».....47
2.3 Расчет затрат на внедрение предложенных мероприятий.....51
Заключение.....58
Список использованных источников.....63
Глоссарий.....68
Приложения.....71

Введение

В настоящее время туризм в РФ рассматривается как одна из важных отраслей экономики. Несмотря на последствия от пандемии COVID-19, отрасль туризма продолжает развитие, в частности, в направлении внутреннего туризма. Развитию туризма в РФ способствует активная поддержка органов власти, в том числе предусмотренная реализацией национального проекта «Туризм и гостеприимство».

В Пензенской области сфера туризма постепенно набирает обороты. Министерством культуры и туризма Пензенской области ведется работа по увеличению туристской привлекательности региона на российском рынке туризма. За счет средств регионального бюджета финансируется участие области в выставочных мероприятиях по туризму, поддерживаются инициативы по созданию новых объектов туристского интереса, формированию конкурентоспособных туристских продуктов, развитию туристской и сопутствующей инфраструктуры

Развитие туризма в любом регионе неразрывно связано с индустрией гостеприимства, в частности с гостиничным бизнесом. Именно поэтому влияние на туризм общественных факторов, каких как экономическая и эпидемиологическая ситуация в стране, экология, социальные факторы и другие, сказывается на состоянии гостиничной отрасли. Данная ситуация характерна и для Пензенской области, где гостиничная отрасль в основном представлена предприятиями гостиничного типа, апартаментами и базами отдыха.

Одной из популярных у туристов гостиниц Пензенской области является гостиница «Voyage», которая работает в городе Пенза и была открыта в январе 2015 г. Это уютный и комфортный гостиничный комплекс в историческом центре города, расположенный на улице Кирова. В шаговой доступности расположены многие музеи и достопримечательности города, кинотеатры и театры. «Voyage» – одна из немногих пензенских гостиниц,

качество услуг которого официально подтверждено сертификатом «три звезды». Персонал гостиницы обладает успешным опытом размещения и обслуживания многочисленных мероприятий всероссийского уровня и гостей из других стран. Однако, как показали результаты исследований, деятельность гостиницы «Voyage» требует внедрения инновационных решений, что связано с влиянием пандемии COVID-19 на изменения в состоянии спроса на рынке туризма, технологии оказания гостиничных услуг и подходы ведению гостиничного бизнеса.

Учитывая вышесказанное, а также тот факт, что туризм в Пензенской области является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития региона, можно сделать вывод об актуальности темы исследования.

Цель работы – разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

– проанализировать состояние рынка туризма в условиях пандемии COVID-19;

– проанализировать современные подходы и методы совершенствования работы в гостиничном бизнесе в условиях пандемии COVID-19;

– дать общую характеристику деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19;

– выявить основные направления совершенствования деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19;

– составить план мероприятий по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage»;

– рассчитать затраты на внедрение предложенных мероприятий.

Объектом исследования является гостиница «Voyage».

Предмет исследования – деятельность гостиницы «Voyage», подходы и методы совершенствования работы в гостиничном бизнесе в условиях пандемии COVID-19.

При проведении исследования были использованы следующие приемы и методы: обработка и анализ научной, отраслевой и справочной периодической литературы; статистический анализ; проработка тематических Internet-ресурсов; анализ конкурентной среды; анализ первичной информации о деятельности гостиницы «Voyage».

Новизна выбранной темы определяется тем, что в Пензенской области еще не были проведены исследования по поиску методов совершенствования деятельности гостиничных предприятий с учетом модернизации их работы под условия послековидного периода.

Практическая значимость работы заключается в возможности применения на практике предложенных рекомендаций в деятельности гостиницы «Voyage», позволяя ей соответствовать современным стандартам безопасного туризма.

Объем работы составляет 69 листов формата А4 (без учета приложений). Работа содержит девять таблиц, 18 рисунков, два приложения и 37 использованных источников.

1 Исследование влияния пандемии COVID-19 на деятельность средств размещения

1.1 Анализ состояния рынка туризма в условиях пандемии COVID-19

Современное состояние российского рынка туризма характеризуется изменениями количественных и качественных характеристик туристского спроса. Из-за ограничений, введённых в результате распространения пандемии COVID-19, значительно сократились объемы турпотока. Особенно сильно пандемия коронавируса сказалась на выездном турпотоке. По оценкам экспертов, только в первые месяцы пандемии спрос по всем выездным направлениям сократился на 20-25 %, а после закрытия границ многими государствами упал практически до нуля [14]. Въездной турпоток сократился на более, чем 90 % [15]. Внутренний туризм – единственный сегмент рынка с наименьшими потерями. Именно внутренний туризм помогает индустрии туризма и гостеприимства РФ держаться, зарабатывая на оказании туристских и сопутствующих услуг населению страны. Несмотря на пандемию, согласно данным по 11 востребованным туристическим регионам России, турпоток за девять месяцев 2021 г. составил 58 млн поездок [16]. Среди факторов, повлиявших на повышенный внутренний спрос, можно выделить:

– закрытые границы со многими государствами мира;

– программа туристического кешбэка, запущенная Ростуризмом и Национальной системой платежных карт;

– усилия туроператоров по внутреннему туризму по наращиванию объемов и постановке чартеров внутри страны.

В целом, соотношение внутреннего туризма к выездному под влиянием пандемии впервые составило 90 % к 10 % [17]. На рисунке 1 показана динамика значения индекса внутреннего туризма на российском рынке за период 2018 - 2021 гг.

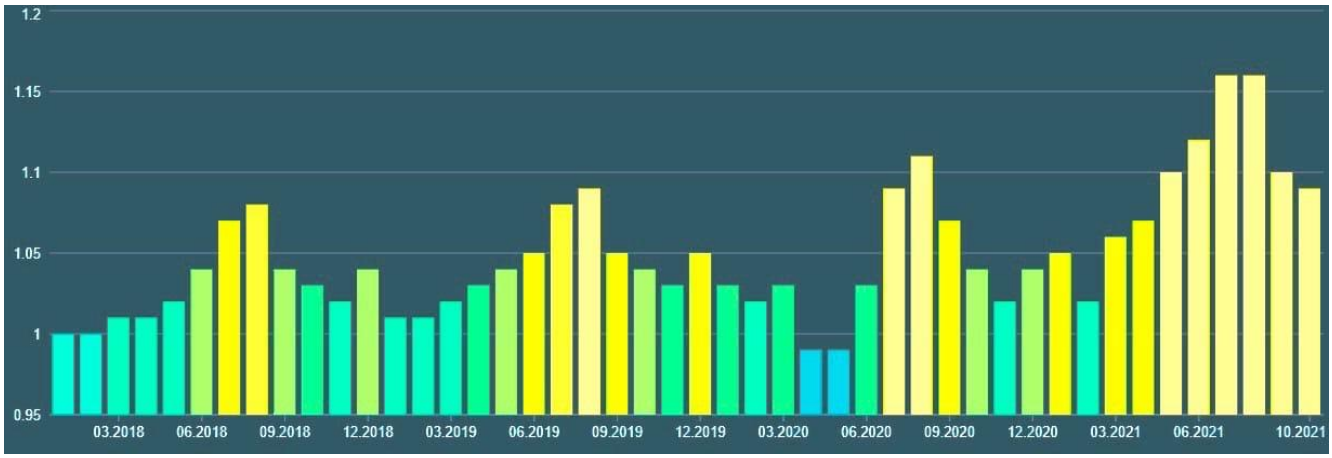

Рисунок 1 – Индекс внутреннего туризма на российском рынке за период 2018 - 2021 гг.

На рисунке 2 показана динамика изменения объемов туристских потоков в сегментах въездного и выездного туризма на российском рынке за период 2018 - 2020 гг.

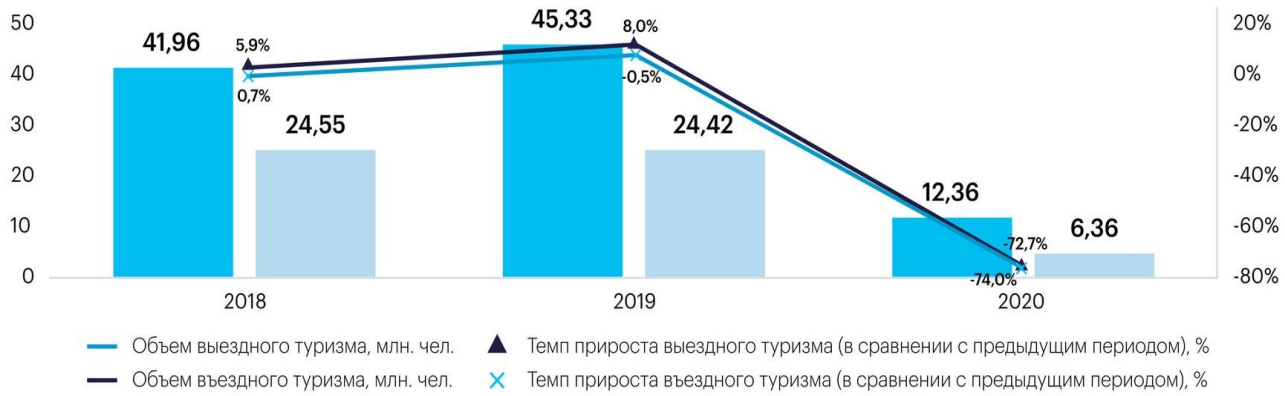

Рисунок 2 – Динамика изменения объемов туристских потоков в сегментах въездного и выездного туризма на российском рынке за период 2018 - 2020 гг.

По данным АТОР динамика прироста внутреннего организованного турпотока в 2021 г. относительно 2020 г. оценивается в плюс 30 %. Доля организованного туризма в общем потоке внутренних туристов в 2021 г. выросла еще на 3 % по сравнению с 2019 г. и составляет 23 % [14].

Благодаря открытию новых возможностей отдыха в России, в регионах РФ на 8 – 10 % выросло количество возвратных туристов. И все же общий поток туристов в сфере внутреннего туризма, по экспертной оценке, в 2021 г. был меньше по сравнению с допандемийным уровнем 2019 г. [14]. Итоговые результаты года были в значительной степени нивелированы падением спроса от волн, вводимых в регионах антиковидных ограничений, в том числе с QR-кодами.

Изменилась структура внутреннего туризма: если раньше были очень развиты корпоративный и культурно-познавательный виды туризма, то в 2019 - 2021 гг. хорошую динамику роста показали природно-ориентированные виды туризма – рекреационный (особенно пляжный), экологический и сельский туризм. Предпочтения россиян в выборе городов и регионов для отдыха внутри страны практически не поменялись. Уверенным лидером осталась Москва с долей бронирований 25 % от общего числа, второе место занял Санкт-Петербург (11,5 %), третье – Сочи (7,8 %). По темпам прироста также лидируют Ростовская область, Алтайский край, Чечня, Кабардино-Балкария, Сахалин [18]. На рисунке 3 представлена информация по количеству бронирований услуг средств размещения в российских регионах за 2021 г.

По мнению экспертов, одним из драйверов развития внутреннего туризма должен стать нацпроект «Туризм и индустрия гостеприимства». Он призван решить большинство проблем отрасли, в том числе нехватку инфраструктуры и кадров, дороговизну перевозки и отсутствие стандартов на услуги. К 2030 г. количество турпоездок по стране должно увеличиться в 2,2 раза (по сравнению с 2019), до 140 млн, экспорт туристических услуг – в два раза, до 22,5 млрд долл, количество рабочих мест в отрасли – в 1,8 раза, до 4,7 млн. Нацпроект предусматривает госфинансирование отрасли в размере 2 трлн руб. в ближайшие девять лет [19].

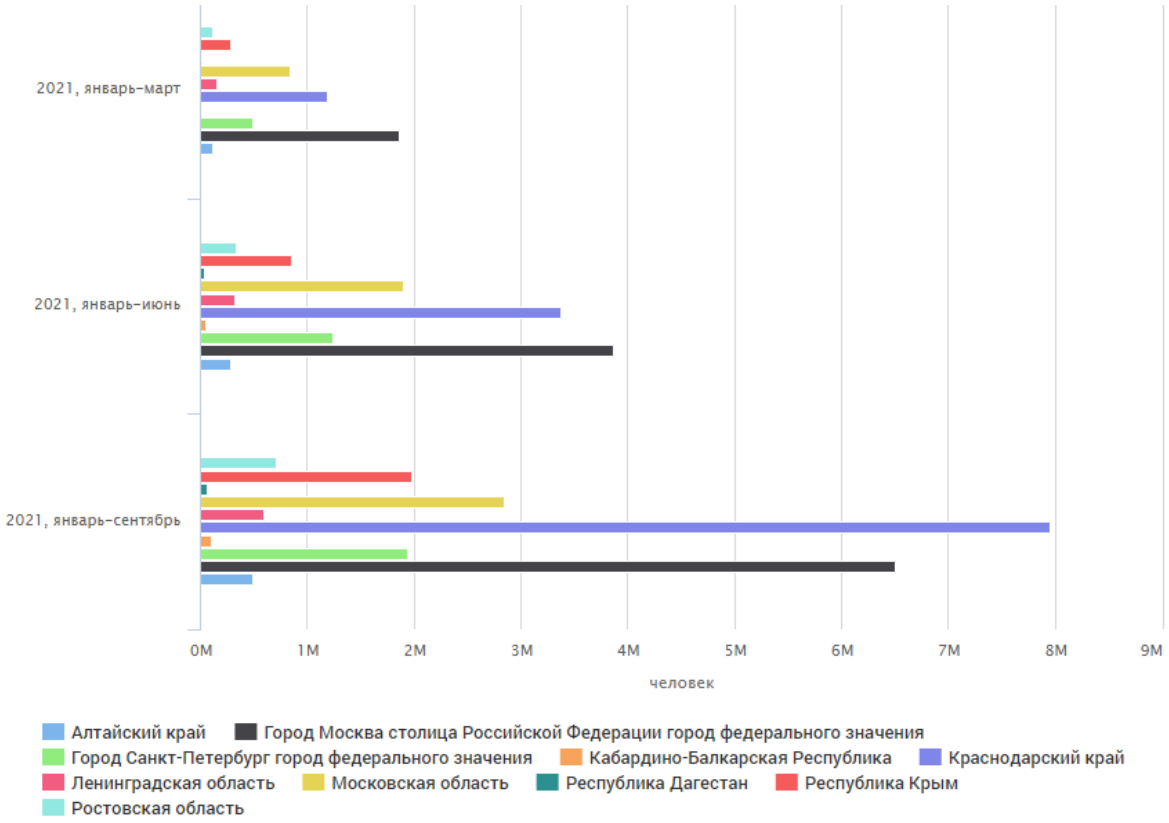

Рисунок 3 – Количество бронирований услуг средств размещения в российских регионах за 2021 г.

В целом для российского рынка туризма характерны следующие тенденции:

1) Усиление позиции внутреннего туризма при выборе направления для совершения путешествий среди российских туристов и увеличение количества возвратных туристов.

2) Изменение структуры рынка внутреннего туризма в сторону снижения спроса на организованный культурно-познавательный и MICE-туризм, увеличения спроса на природно-ориентированные виды туризма – рекреационный (особенно пляжный), экологический и сельский туризм.

3) На рынке туризме сформировался тренд на экологичность путешествий, прослеживается тенденция к усилению мер по охране окружающей среды. Это создает условия для появления новых туристских продуктов связанных с экологическими интересами. Также растет

популярность турпродуктов, ориентированных на решение задачи восстановления сил человека, в результате популярность набирает медицинский туризм, который включает весь спектр рекреационных и профилактических услуг.

4) Наблюдается тенденция восстановления российского рынка краткосрочных поездок (туров выходного дня). Туристские поездки в формате туров выходного дня совершаются как организованно (с помощью турфирм), так и самостоятельно, на основе отзывов, рекомендаций, с помощью путеводителей, информационных интернет-ресурсов, GPS-навигации. При этом доля самостоятельных путешествий преобладает и будет увеличиваться в будущем. С учетом российских реалий и фактора транспортной доступности, подавляющее большинство поездок в формате туров выходного дня, как правило, совершается внутри одного или нескольких ближайших регионов.

Одной из важных тенденций, характерных для российского рынка туризма, является усиление конкуренции среди субъектов РФ за туристов. Все большее количество субъектов РФ выходят на рынок туризма с амбициозными планами привлечения туристов, достижения пика насыщения некоторых форм и видов туризма, предлагаемых туристскими центрами регионов. Пензенская область – не исключение. В последние годы региональные органы власти пытаются развивать туризм как отрасль экономики.

Пензенская область входит в состав Приволжского федерального округа (ПФО). Административный центр – город Пенза. В соответствии с туристским районированием России Пензенская область входит в рекреационный район «Среднее Поволжье» зоны Центр России. В Национальном туристическом рейтинге область занимает 52 место, постепенно улучшая свои позиции среди регионов второй группы с условным названием «Крепкие профи» (таблица 1).

Таблица 1 – Показатели Пензенской области в Национальном туристическом рейтинге по годам за период 2015 – 2020 гг.

Показатели рейтинга	Годы					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Занимаемое место	63,0	62,0	58,0	57,0	57,0	52,0
Количество баллов	30,8	39,9	47,1	46,6	47,8	56,8

Отрасль туризма в Пензенской области в основном представлена субъектами малого и среднего бизнеса, государственными и муниципальными учреждениями. Динамика развития туризма в последние годы характеризовалась относительно стабильным ростом большинства показателей. Однако в 2020 г. ситуация в отрасли ухудшилась (рисунок 4). Так, в 2020 г. гостиничные предприятия области разместили всего 335,45 тыс. человек, тогда как в 2019 г. – 537,27 тыс. человек (снижение в 1,6 раза).

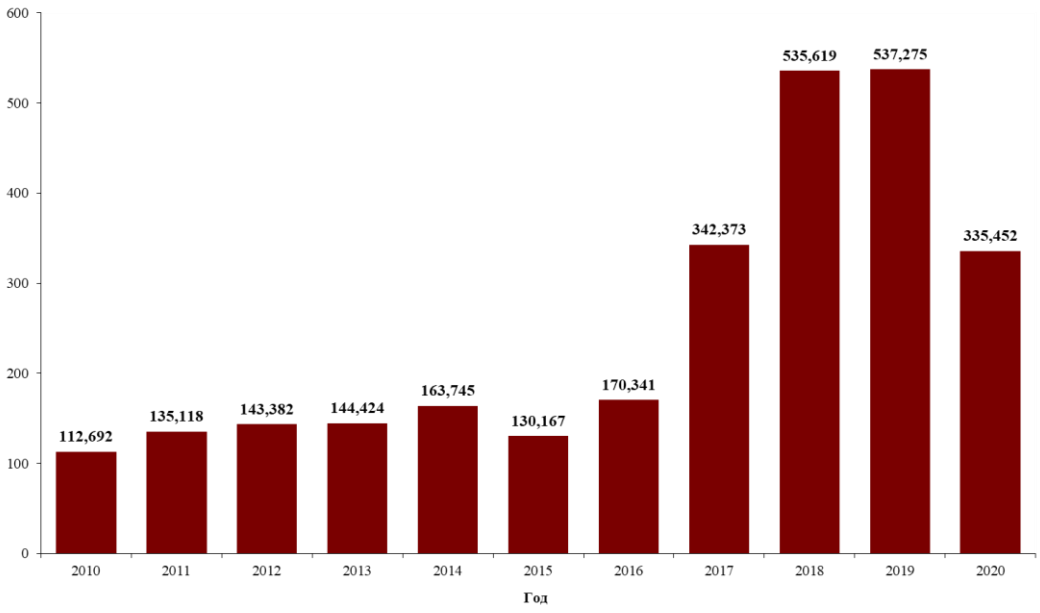

Рисунок 4 – Динамика общего количества лиц, размещенных в гостиницах и иных средствах размещения Пензенской области за период 2010 – 2020 гг., тыс. человек

В таблице 2 представлена информация о динамике развития отрасли туризма в 2015 – 2020 гг.

Таблица 2 – Значения показателей развития отрасли туризма Пензенской области по годам за период 2015 – 2020 гг.

Наименование показателя	Годы					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Количество туристских организаций (туроператоров и турагентов), ед.	135,00	138,00	135,00	113,00	112,00	114,00
Количество гостиниц и иных средств размещения, ед.	159,00	177,00	181,00	200,00	196,00	194,00
Единовременная вместимость гостиниц и иных средств размещения, тыс. мест	9,45	10,93	11,37	14,01	14,13	13,69
Количество размещенных, тыс. чел.	130,17	170,34	342,37	535,62	537,28	335,45
Объем платных услуг гостиниц и иных средств размещения, млрд руб.	1,66	1,20	1,17	1,19	2,54	0,88

В 2020 г. коллективными средствами размещения Пензенской области было принято 335,45 тыс. человек, большинство из которых (79,6 %) останавливались в организациях гостиничного типа, 20,4 % – в санаторно-оздоровительных организациях, базах отдыха и турбазах. Среди гостей региона преобладали жители РФ (98,4 %). В большинстве своем в Пензенскую область приезжают туристы эконом-сегмента, формирующие спрос на бюджетные туры, либо путешествующие самостоятельно. Значимый процент гостей приезжают в регион с профессионально-деловыми целями

(командировки по работе, участие в деловых встречах с представителями пензенского бизнеса и пр.).

По информации Пензастата по итогам 2020 г. доход от услуг, предоставленных коллективными средствами размещения региона, составил 912 млн руб., что на 39,8 % меньше показателя 2019 г. [20]. Важно отметить, что услугами организаций гостиничного бизнеса активно пользуются жители Пензенской области. Особенно это касается направления рекреационного туризма. Так, в 2020 г. наблюдался рост спроса на услуги загородных баз отдыха, расположенных на территории Пензенской области. Также следует отметить успешную деятельность предприятий, работающих в сегменте лечебно-оздоровительного туризма. Пензенская область вошла в топ-25 регионов по брони в санаториях в рамках программы туристического кешбэка осеннего сезона 2021 г. Данные представил портал Санатории-России.рф на основе анализа приобретённых путевок на отдых в санаториях России среди популярных не курортных регионов [21].

Что касается турбизнеса, то в Пензенской области в 2021 г. оказанием туристских услуг занимались 114 организаций, из них 10 туроператоров (приложение А).

Турбизнес Пензенской области стал одним из наиболее пострадавших в результате введенных ограничений из-за COVID-19. Многие пензенские турфирмы закрыли свои офисы и полностью перешли в онлайн. Некоторые компании перестали заниматься оказанием туристских услуг и переориентировались на другие направления деятельности. В 2020 г. турфирмы продали пензенцам 9,8 тыс. путевок по России на сумму 293,5 млн руб. и 1,7 тыс. турпакетов по зарубежным странам на 162 млн руб. Услугами туроператоров воспользовались 16,8 тыс. человек, что на 32 % меньше, чем в 2019 г. [22].

Активность пензенских организаций индустрии туризма и гостеприимства по «включению» в государственную программу туристического кешбэка оказалась невелика. Так, в 2020 г. в первом этапе

этой программы приняли участие всего два туроператора и пять отелей региона. Во втором этапе – семь отелей и один санаторий [11].

Проведенный нами анализ показал, что в настоящее время в Пензенской области не реализуются какие-то дополнительные специальные меры поддержки субъектов предпринимательства сферы туризма и гостеприимства [8]. Развитие туризма в регионе финансируется только за счет средств бюджета Пензенской области. Другие источники финансирования, в том числе основанные на применении механизмов государственно-частного и муниципально-частного партнерства, пока не реализуются. В частности, государственная программа «Развитие культуры и туризма Пензенской области на 2014 – 2022 годы» предусматривает финансирование мероприятий по созданию объектов туристской инфраструктуры, формирование новых точек притяжения туристов. Государственная поддержка также направлена на развитие приоритетных и перспективных видов туризма в регионе, к которым отнесены: культурно-познавательный, детский, лечебно-оздоровительный, рекреационный, событийный, деловой, экологический и инклюзивный [7].

В настоящее время Пензенская область открыта для посещения туристами. Предъявлять справку и оставаться на карантин после въезда в регион не нужно. На территорию Пензенской области можно въехать на автотранспорте, железнодорожном транспорте, также действует авиасообщение с крупными городами РФ. Открыты к посещению учреждения культуры, досуга и развлечений, предприятия общественного питания, в том числе работающие в парках культуры и отдыха, физкультурно-оздоровительные комплексы, объекты розничной торговли и ряд других объектов сервисной инфраструктуры. Для посещения этих объектов достаточно иметь при себе удостоверение личности и QR-код о вакцинации, либо о перенесенном за последние шесть месяцев COVID-19, либо медотвод. Тоже самое необходимо и для заселения в гостиницу или иные объекты размещения [23].

Таким образом, пандемия COVID-19 нанесла серьезный урон индустрии туризма и гостеприимства Российской Федерации. Значительно сократились объемы турпотока. Даже внутренний туризм показывающий хорошие результаты, благодаря стимулированию туристских поездок россиян со стороны государства в начале года, по итогу не оправдал ожидаемых рекордов (в основном, из-за вводимых в регионах антиковидных ограничений, в том числе с QR-кодами).

Отрасль туризма в Пензенской области также пострадала из-за антиковидных ограничений. Особенно сильно влияние пандемии COVID-19 сказалось на деятельности субъектов малого предпринимательства. При этом в Пензенской области не реализуются какие-то дополнительные специальные меры поддержки субъектов предпринимательства сферы туризма и гостеприимства. Бизнес может рассчитывать только на федеральные меры поддержки и на собственные возможности.

Учитывая вышесказанное, необходимо более подробно изучить международный и российский опыт совершенствования деятельности субъектов малого предпринимательства в условиях пандемии COVID-19 на примере организаций гостиничной сферы.

1.2 Анализ современных подходов и методов совершенствования работы в гостиничном бизнесе в условиях пандемии COVID-19

Несмотря на кризисные явления, вызванные влиянием COVID-19 на общество и бизнес, пандемия стала катализатором инноваций и интеграции новых подходов и технологий в гостиничный бизнес. Основными драйверами инновационного развития стали цифровизация отрасли и переход бизнеса к концепции устойчивого развития.

Цифровизация гостиничной сферы связана с внедрением инноваций и интеграции новых технологий в отрасль. Цифровизация отелей связана с использованием следующих цифровых технологий для повышения качества

обслуживания клиентов: CRM (системы управления взаимоотношениями с клиентами), искусственного интеллекта, «зеленых» технологий (в качестве комплексного технического решения для индустрии гостеприимства).

Переход гостиничного бизнеса к концепции устойчивого развития предполагает реализацию следующих принципов:

– ответственное отношение к окружающей среде;

– высокую социальную ответственность;

– высокое качество корпоративного управления.

Экологические принципы определяют, насколько компания заботится об окружающей среде и как пытается сократить ущерб, который наносится экологии.

Социальные принципы показывают отношение компании к персоналу, поставщикам, клиентам, партнерам и потребителям. Чтобы соответствовать стандартам, бизнес должен работать над качеством условий труда, следить за гендерным балансом или инвестировать в социальные проекты.

Управленческие принципы затрагивают качество управления компаниями: прозрачность отчетности, зарплаты менеджмента, здоровую обстановку в офисах, отношения с акционерами, антикоррупционные меры.

Для устойчивого развития компания должна соблюдать баланс между всеми критериями. Но их значимость может различаться в зависимости от деятельности разных компаний. Например, для сектора услуг особую роль играют социальные принципы [24].

Рассмотрим наиболее интересные примеры цифровизации и экологизации гостиничной сферы, позволившие совершенствовать работу субъектов малого предпринимательства.

1) Введение гостиницами сертификатов с открытой датой заезда.

Сертификаты работают по принципу «платишь сейчас, заезжаешь потом». Этот функционал помог отелям продавать проживание на будущие даты и получать деньги прямо в кризисный период. Некоторые сети отелей,

как «InterContinental», например, предлагают варианты «Бронируйте сейчас – платите позже» («Book Now, Pay Later»), без внесения депозита.

2) Персонализация в работе с целевыми сегментами потребителей.

Сейчас многие гостиницы используют возможность персонализации своих гостей. Самый важный фактор, который играет роль при персонализации, – это данные, которыми располагает отель о гостях [11]. Такие данные отели получают с помощью CRM (система управления взаимоотношениями с клиентами), благодаря им отели узнают поведение гостей, какую денежную сумму гости потратили, как часто они останавливались, какими дополнительными услугами они пользовались. Одним из примеров, такой системы является «Bnovo». Данной системой пользуются как сетевые отели в крупных городах, так и небольшие гостиницы в маленьких городах. Она позволяет гостиницам указывать информацию при заселении, которые в итоге позволят выявлять предпочтения гостей, причём не только туристов, но и местных жителей, которые, например, могут заглянуть в ресторан при отеле. Раздел «Персонализация» в «Bnovo PMS» обеспечивает гибкое управление полями и формами в карточке бронирования и финансовом блоке. Это действительно удобно, в данном разделе указываются ФИО, телефон, e-mall, способ бронирования, которым воспользовался гость, откуда гость узнал о гостинице, финансовые расходы на дополнительные услуги гостиницы, а также различные примечания о госте (пожелания гостя с прошлого периода проживания, его поведение, характерные особенности) [25].

3) Введение усиленных мер обеспечения безопасности.

Сложная эпидемиологическая обстановка вынудила многие гостиницы усилить меры безопасности для гарантии спокойствия и безопасности своих гостей. Стал осуществляться более строгий контроль за гигиеной и профилактикой гостиницы и её персонала. Важную роль здесь сыграл проект «Safe Travels» – это первая глобальная инициатива в сфере безопасности путешествий на фоне коронавируса, которая была запущена Всемирным

советом по путешествиям и туризму в 2020 г. В России в гостиничной сфере наиболее активно данную инициативу поддержали в Санкт-Петербурге. В качестве примеров можно рассмотреть небольшие отели: отель «Классик» (г. Санкт-Петербург, ул. Коломенская, д. 14), бизнес-отель «Аннушка» (г. Санкт-Петербург, ул. Гапсальская, д. 2), отель «Red Stars Hotel» (г. Санкт-Петербург, наб. реки Пряжки, д. 30), гостиница «Орбита» (г. Санкт-Петербург, проспект Непокоренных, д. 4). Данные гостиницы гарантируют своим гостям полную безопасность, которая подтверждена специальным знаком «Safe Travels» одновременно с QR-кодом. Для туристов такой знак является гарантией того, что предоставляемые туристскими организациями услуги отвечают требованиям санитарно-гигиенических норм и стандартам безопасности [26].

Также к усилению мер для безопасности гостей можно отнести автоматизацию. Ведь в пандемию чем меньше гость контактирует с другими людьми, тем в большей безопасности он себя ощущает. А это значит, что привычные процессы максимально автоматизировались. Процесс автоматизации коснулся и оснащения номеров: например, голосовое управление техникой позволяет минимизировать контакт гостей с различными поверхностями. Дополнительный бонус к безопасности – меньшие временные затраты на уборку после выселения постояльца. В качестве примера можно привести уже внедряемые «умные» номера (искусственный интеллект настраивает освещение и температуру, а также включает клиенту его любимые телепередачи). Таким примером является «VIP апарт-отель» в городе Пушкин, в котором установлена система умного дома. За счет внедрения системы автоматизации в отеле есть возможность поддерживать благоприятный климат в помещениях, удобно управлять освещением, шторами, аудио и видео системами. Благодаря внедрению пожарно-охранных систем, системы видеонаблюдения и контроля доступа посетителей, повышается уровень безопасности для гостей пансионата. Вывод в единый диспетчерский пункт информации о работе всех

инженерных систем позволяет уменьшить количество обслуживающего персонала. Также система позволяет гостям в номерах подключать мобильные устройства к аудиосистеме номера и воспроизводить музыку через встроенные потолочные колонки, а телевизионная система предполагает показ спутниковых телевизионных каналов, информационных каналов комплекса, подключение сети Интернет для возможности использования функций SMART-TV.

4) Возможность использования номеров в качестве зоны для коворкинга.

Отели могут адаптировать номера в «coworking spaces», т.е. создать рабочее пространство для организации труда людей с разной занятостью, что позволит привлечь гостей разных сфер трудовой деятельности (конечно при гарантии безопасности). Коворкинг (от английского co-working, «совместная работа») – это модель работы, в которой независимые друг от друга участники используют общее помещение. Для «private meetings» – частных встреч, также можно адаптировать гостевые комнаты различных категорий для конференций с кофе-брейком. В качестве примера можно рассмотреть гостиницу «Космос» в Москве. Коворкинг-офис находится на третьем этаже гостиницы «Космос». В коворкинге независимые друг от друга специалисты работают в одном помещении. Коворкинг популярен среди фрилансеров, IT-специалистов, переводчиков, удалённых работников, стартаперов. Это офис с полностью оснащёнными рабочими местами. В коворкинг-офисе три рабочих места, установлены кондиционер, кулер, телефон, Интернет. Это позволило гостинице привлечь большее количество деловых туристов [9].

5) Экологичность и «зеленая» трансформация гостиничного бизнеса.

В XXI веке в нашей стране стала актуальной задача применения «зеленых технологий» в качестве комплексного технического решения для индустрии гостеприимства. За последнее время появилось несколько проектов, направленных на повышение эффективности путем распространения «зеленых» технологий. Примером является Green Globe 21

– это компания, предлагающая консультационные услуги по эко-сертификации, обучению и образованию, а также маркетинговые услуги в 83 странах мира (в том числе в России) [36].

Принципы развития экологических систем находят широкое применение и в сфере строительства и эксплуатации отелей в России. В частности, об этом свидетельствует анализ проектов строительства с применением «зеленых» технологий, в том числе на основе концепции с нулевым энергопотреблением.

Основными «зелеными» технологическими решениями здания являются:

1) Высокоэффективное остекление.

2) Системы вентиляции с утилизацией тепла выбросного воздуха.

3) Новейшие системы кондиционирования и пожаротушения. Использование только озонобезопасных хладагентов с минимальным потенциалом глобального потепления.

4) Современная система автоматизации и диспетчеризации (EBI – Enterprise Building Integrator). Система позволяет интегрировать в общую информационную систему инженерное оборудование всего здания и отдельных инфраструктурных объектов.

5) Снижение электропотребления: энергоэффективные светильники, снижающие электропотребление и нагрузку на систему кондиционирования.

6) Экономия водопотребления: тепло вытяжного воздуха из «грязных» зон и помещений в зимнее время используется для плавления снега на кровле, что позволяет максимально эффективно и экономично расходовать подводимую к зданию тепловую энергию. В здании установлены высокотехнологичное санитарно-техническое оборудование и системы сбора дождевой воды с кровли в объеме, достаточном для полива и уборки прилегающей территории.

Внедрение сберегающих технологий и оборудования дает гостиничным предприятиям очевидные преимущества. Практика крупной российской

энергоуправляющей компании «Межрегионэнергосервис» показала, что перспектива проведения мероприятий по энергосбережению составляет не менее 30 % снижения платежей за потребляемую электроэнергию. Рентабельность инвестиций в собственное энергопотребление составляет от 60 % до 100 % годовых. Энергосбережение в области теплоснабжения, вентиляции и кондиционирования может сократить платежи за коммунальные ресурсы на 40 – 60 % [27].

Международная программа добровольной сертификации гостиниц, бизнес-центров, хостелов, пансионатов, баз отдыха и кемпингов «Зеленый ключ» уже активно реализуется с 2010 г. Она была разработана Международной организацией по экологическому образованию для пропаганды и внедрения идей экологичности в индустрии размещения [27]. Например, гостиницы, прошедшие сертификацию «Green Key», соблюдают 90 обязательных и факультативных критериев, таких как сокращение потребления электроэнергии, воды, химической продукции, минимизация отходов и передача их на вторичную переработку. Каждый отель проходит специальную проверку, которая проводится экспертом программы. Сертифицированные гостиницы соответствуют высоким экологическим стандартам, отличаются ответственным подходом к бизнесу и вносят активный вклад в защиту окружающей среды на местном и, как следствие, глобальном уровне.

Российские отели, ориентированные на использование «зеленых» технологий, аналогичных концепции «активный дом» и сертифицированных на соответствие требованиям программы «Зеленый ключ», пока исчисляются десятками. В первую очередь это отели, принадлежащие к сети «Radisson» (включая бренд Park Inn), а также самостоятельные отели, такие как «Ногай» (Казань), «Меридиан» (Самара), «Ракурс» (Ульяновск), «Родина» (Сочи), а также отели под брендами «Cronwell» и «Sokos» [37].

Таким образом, проведенный нами анализ позволил выявить наиболее интересные примеры цифровизации и экологизации гостиничной сферы.

Рассмотрев их более подробно, нами были выделены следующие методы, которые наиболее эффективны с экономической точки зрения и позволяют развиваться гостиницам в послепандемийный период:

– введение сертификатов с открытой датой заезда;

– введение усиленных мер обеспечения безопасности;

– внедрение сберегающих технологий и оборудования.

В заключение отметим, что новые технологии в гостиничной индустрии появляются с ошеломляющей скоростью. В условиях ограниченного количества поездок и сокращения загрузки отелей, вызванных пандемией, эти достижения своевременны и необходимы для долгосрочного успеха гостиничного бизнеса.

1.3 Общая характеристика деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19

Гостиница «Voyage» была открыта в январе 2015 г. Это уютный и комфортный гостиничный комплекс в культурно-историческом центре города Пенза по адресу улица Кирова, 19б. В шаговой доступности расположены многие музеи и достопримечательности города, кинотеатры и театры (рисунок 5).

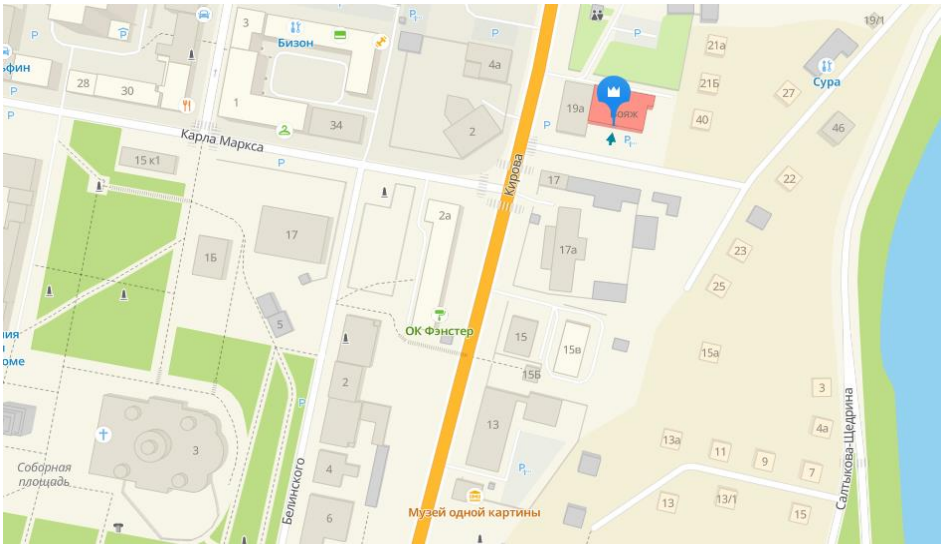

Рисунок 5 – Местоположение гостиницы «Voyage»

Полное наименование организации – общество с ограниченной ответственностью «Вояж», форма собственности – частная. Учредителем ООО «Вояж» является Разживин Сергей Олегович. Управляющей гостиничного комплекса – Купцова Наталья Ивановна.

В состав гостиницы входят: ресторан «Троицкий», сауны, бесплатная парковка на уличной территории при отеле на пять машиномест.

Ресторан «Троицкий» расположен на первом этаже гостиницы (рисунок 6). Интерьер ресторана, выполненный в приятных шоколадно-оливковых тонах, приближен к классическому дореволюционному русскому стилю. Кухня включает, как классические русские рецепты, так и европейские блюда. На выбор гостя «Троицкий» предлагает широкий ассортимент алкогольных и безалкогольных напитков. Зал ресторана готов вместить до 45 человек. Ежедневно с 7:00 до 10:00 в ресторане организуется завтрак «шведский стол». С 12:00 до 16:00 часов – бизнес-ланч. Работа организации питания построена на основе принципов «HASPP» [31]. Помещение ресторана также используется в качестве конференц-зала для проведения деловых мероприятий.

Сауны гостиницы «Voyage» представлены в виде четырёх комфортабельных номеров, где можно поплавать в бассейне, воспользоваться услугами массажистки, парильщиков.

Номерной фонд гостиницы составляет 35 комфортабельных номеров: стандарт первой категории, Джуниор сьют, апартаменты, люкс. Стоимость номеров от 4 000 до 6 400 руб. Номера оснащены мягкой мебелью, холодильником, телевизором, кондиционером, системой охранной сигнализации, телефоном, Wi-Fi. Более полная характеристика номерного фонда представлена в приложении Б.

Для гостей, проживающим в отеле, предлагаются также следующие услуги:

- доставка в номер блюд и напитков по меню ресторана «Троицкий»;
- мини-бар;

– телефонная связь;
– прачечная;
– сувенирный магазин;
– трансфер;
– экскурсии по городу Пенза и Пензенской области.

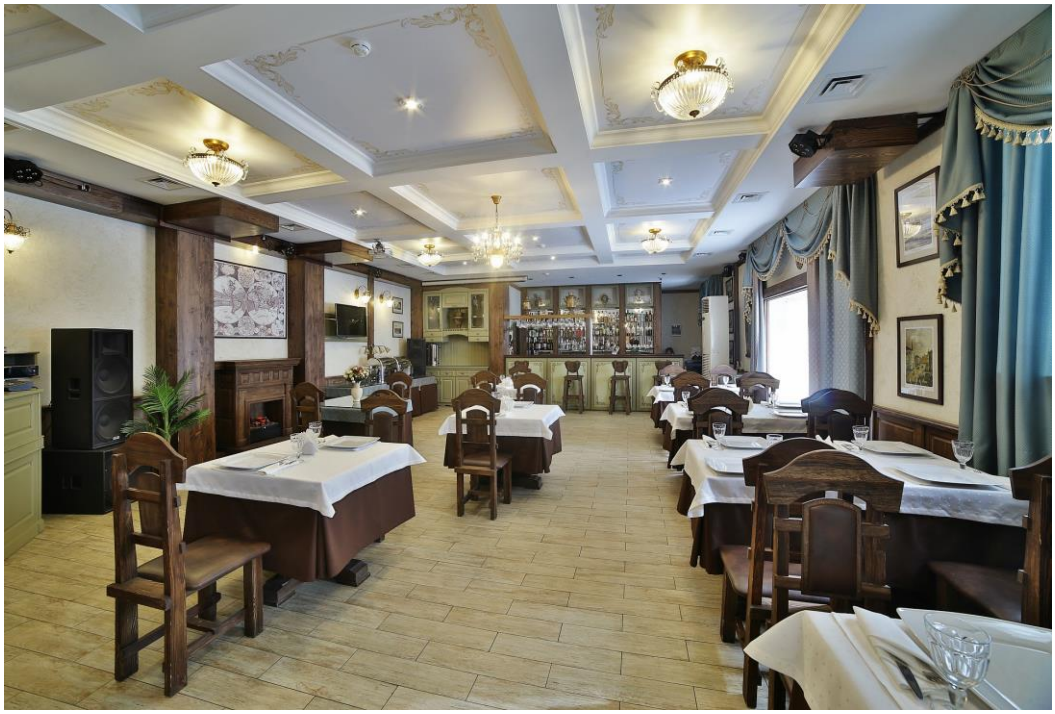

Рисунок 6 – Ресторан «Троицкий»

В качестве дополнительных услуг гостям предлагается проживание с животными и бесплатный ранний заезд (при проживании более суток). Имеются также специальные предложения:

– при проживании в номере «Джуниор Сьют» в подарок час сауны или ужин на 500 руб./1 000 руб. (1/2 человека) в ресторане «Троицкий»;

– скидка в ресторане (для всех гостей отеля предоставляется скидка 10% на основное меню и винную карту ресторана «Voyage»);

– час сауны в подарок (при условии бронирования гостями гостиницы сауны на два часа, третий час в подарок);

– выходной досуг (для проживающих в отеле в выходные дни в подарок билет в музей одной картины, картинную галерею, кино на выбор);

– экскурсия в подарок (при бронировании отеля группой от 10 человек – подарок «Пешеходная экскурсия по городу Пенза»);

– номер для молодоженов в подарок.

Официальная категория гостиницы – «три звезды». В марте 2016 г. ресторану «Троицкий» был присвоил статус «ресторан первого класса» [32].

Покупателями услуг гостиницы «Voyage» являются юридические и физические лица. В основном гостиничный комплекс ориентирован на людей, приезжающих в Пензу с деловыми целями, а также с целью отдыха и туризма. По данным компании число постоянных клиентов гостиницы превышает 1 200 человек. Их основу составляют люди с высшим или средне-специальным образованием со среднемесячным доходом выше 25 000 руб.

Что касается характеристики финансовых потоков, то наиболее прибыльными являются услуги ресторана и сауны.

Процесс обслуживания гостей в гостинице можно представить в виде следующих этапов:

– предварительный заказ мест в гостинице (бронирование);

– прием, регистрация и размещение гостей;

– предоставление услуг проживания и питания (уборка номера);

– предоставление дополнительных услуг проживающим;

– окончательный расчет и оформление выезда.

Забронировать номер возможно следующими способами:

– по телефону: 8 (8412) 45-00-75;

– по e-mail гостиницы: info@voyagepenza.ru;

– на официальном сайте гостиницы: https://voyagepenza.ru;

– с помощью сайтов-агрегаторов «Ostrovok.ru», «Agoda», «101Hotels.com», «Booking.com».

Оплата за проживание в номере и пользование услугами гостиницы могут быть произведены следующими способами [33]:

– по безналичному расчету (для юридических лиц);
– наличными (рублями);
– банковскими картами;
– «Google Pay», «Apple Pay» или «Samsung Pay».

Что касается продвижения своих услуг, то в нескольких шагах от гостиницы находится LED-вывеска, которая содержит номер телефона гостиницы, ссылку на официальный сайт, информацию о ценах, а также об имеющихся на данный момент скидках. Помимо вывески на фасаде здания, гостиница «Voyage» имеет указатели по всему городу. Такой способ продвижения помогает гостям не только узнать о том, что такая гостиница существует в городе, но и сразу позволяет легко и быстро добраться до нее.

У гостиницы «Voyage» имеются также и визитки, расположенные на стойке регистрации. Очень интересным способом продвижения является продажа сувениров. В холле гостиницы находится небольшая витрина, в которой выставлено большое количество сувениров. Различные статуэтки, кружки, карты города и многое другое. Все эти сувениры обязательно с символикой гостиницы, либо города [12].

Руководство гостиницы постоянно совершенствует программу лояльности для гостей и предлагает для них различные бонусы. Одним из них является акция «Номер в подарок!» (если гость является постоянным, то каждые 10 сутки он может проживать в гостинице бесплатно).

Помимо официального сайта и сайтов-агрегаторов «Voyage» активно продвигается в социальных сетях (таблице 3).

Таблица 3 – Продвижение гостиницы «Voyage» в социальных сетях

Социальная сеть	Название аккаунта	Адрес страницы в социальной сети	Количество подписчиков
«Вконтакте»	ресторан Троицкий г. Пенза	https://vk.com/voyagepenza	802
«Instagram»	РЕСТОРАН ТРОИЦКИЙ	https://www.instagram.com/troitskiy58/	1 180
«Одноклас-сники»	Voyage Гостиница в Пензе	https://ok.ru/group/52819438731347	1 784

Штат гостиницы состоит из 11 человек. Организационная структура представлена на рисунке 7.

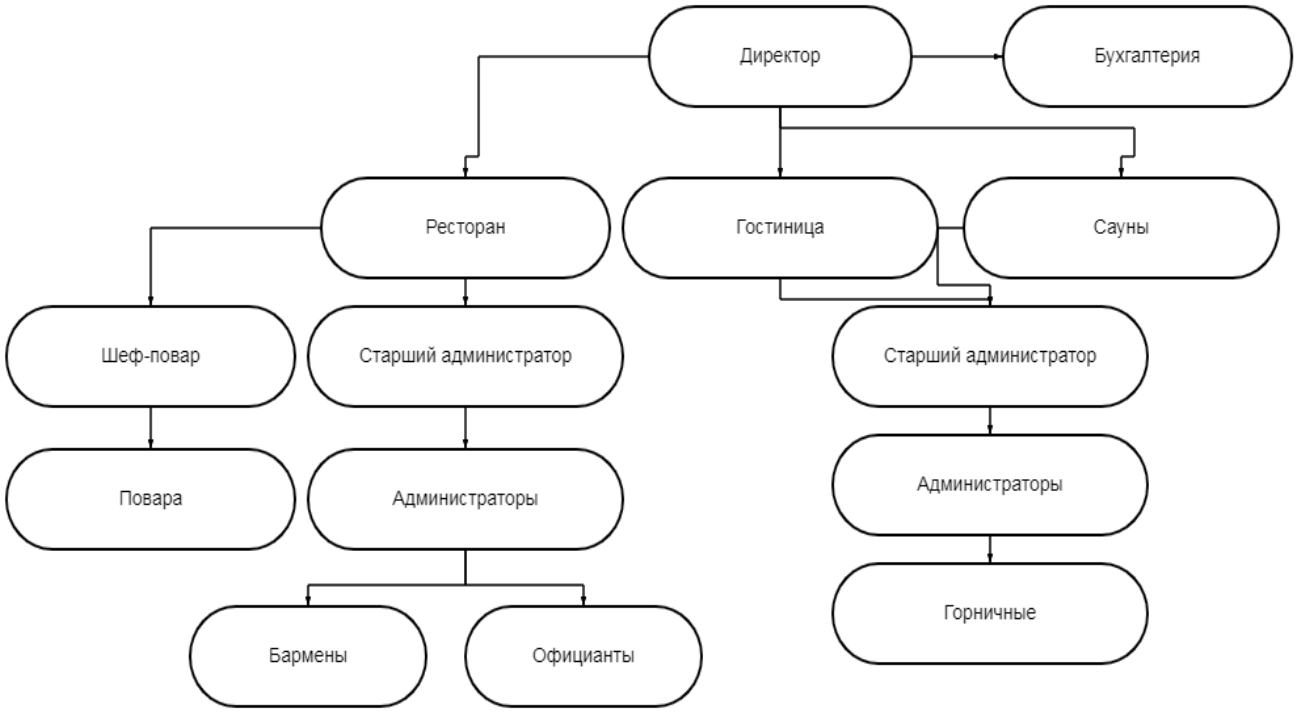

Рисунок 7 – Организационная структура гостиницы «Voyage»

Финансовое состояние ООО «Вояж» за 2019 – 2020 гг. ухудшилось. В 2020 г. организация получила выручку в размере 7,6 млн руб. Это на 43 % меньше, чем в 2019 г. При этом ООО «Вояж» занимает 2623 место среди 5,03 тыс. предприятий в отрасли [20].

По состоянию на 31 декабря 2020 г. совокупные активы организации составляли 6,6 млн руб. Это на 39,4 % меньше, чем в 2019 г. Чистые активы ООО «Voyage» составили 5,7 млн руб. (минус 7,6 % за год). Результатом работы ООО «Voyage» за 2020 г. стала прибыль в размере 1,9 млн руб., что на 28,8 % меньше, чем в 2019 г.

За 2021 г. информация о финансовом состоянии компании в свободном доступе отсутствует.

SWOT-анализ гостиницы «Voyage» представлен в таблице 4.

Таблица 4 – SWOT-анализ гостиницы «Voyage»

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
1) Удачное расположение отеля (центр города, хорошая транспортная развязка). 2) В гостинице «Voyage» особое внимание уделяется системе безопасности: круглосуточная видеофиксация, надежная охрана и электронный доступ в номера, камера хранения, сейф для хранения ценных вещей. 3) Сервис гостиницы соответствует уровню «три звезды». 4) Опыт размещения и обслуживания многочисленных мероприятий всероссийского уровня. 5) Широкий спектр дополнительных услуг: к услугам гостей ресторанное, экскурсионное и туристическое обслуживание, бытовые, рекреационные и бизнес-услуги. 6) Гибкая система предложений. Гостиница «Voyage» предлагает большой выбор специально разработанных бонусов и акций.	1) Текучесть кадров, недостаток квалифицированных специалистов. 2) Недостаточное внимание обеспечению безопасности проживающих гостей в условиях пандемии. 3) Нестабильность спроса во время пандемии COVID-19.
Возможности (O)	**Угрозы (T)**
1) Увеличение эффективности работы гостиницы за счет внедрения инновационных решений, связанных с цифровизацией бизнеса. 2) Повышение уровня квалификации всего персонала. 3) Разорение и уход с рынка конкурирующих гостиниц в связи с нестабильностью социально-экономической и эпидемиологической ситуации в РФ. 4) Государственная политика, направленная на развитие гостиничного бизнеса.	1) Усиление конкуренции со стороны более оперативно приспосабливающихся к изменениям потребительских предпочтений гостиниц. 2) Ухудшение «обратной связи» (со стороны не только потребителя, но и со стороны партнеров). 3) Нестабильность социально-экономической и эпидемиологической ситуации в РФ.

Из положительных моментов анализа деятельности гостиницы «Voyage» следует выделить возможность бесконтактной оплаты (бесконтактные платежи, которые и до пандемии были популярным способом оплаты, теперь являются главным способом оплаты). В гостинице «Voyage» можно оплатить услуги по выезду, без внесения депозита. Но несмотря на пандемию в гостинице «Voyage» отсутствуют дезинфицирующее средство и медицинские маски. Также руководством гостиницы «Voyage» не

предпринимались дополнительные меры по совершенствованию работы во время заселения гостей, по бронированию гостиничных услуг и условиям их отмены, с учетом особенностей работы в условиях пандемии COVID-19. Постояльцы не могут воспользоваться санитайзерами для рук. В общественных зонах отсутствуют ультрафиолетовые бактерицидные обеззараживатели воздуха. Данные проблемы могут остановить гостя от бронирования номеров в гостинице «Voyage» в связи с опасениями по поводу обеспечения безопасности. Таким образом, оценка деятельности гостиницы «Voyage», показала, что этому аспекту уделяется недостаточное внимание и категорические изменения в деятельности гостиницы необходимы, чтобы быть экономически эффективной и востребованной на рынке гостиничных услуг Пензы.

2 Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19

2.1 Основные направления совершенствования деятельности гостиницы «Voyage»

Гостиница «Voyage» на данный момент ведет активную деятельность по приему и размещению гостей. Однако при этом не уделяется должного внимания перспективам развития

Учитывая особенности развития индустрии туризма и гостеприимства, а также тенденции на рынке туризма в РФ нами предлагаются следующие направления совершенствования деятельности гостиницы «Voyage»:

– обеспечение усиленных мер безопасности гостей, проживающих в гостинице, в перспективе – вхождение в проект «Safe Travels»;

– внедрение сертификатов с открытой датой заезда в ассортимент гостиницы «Voyage» для повышения удобства бронирования услуг гостиницы в условиях нестабильности условий для совершения путешествий;

– внедрение в оснащение номеров нового оборудования для минимизации контакта гостей с различными поверхностями.

Для обеспечения усиленных мер безопасности гостей, проживающих в гостинице «Voyage», нами предлагаются следующие рекомендации:

1) Провести обучение сотрудников гостиницы «Voyage» в области инфекционного контроля, социальной дистанцированности и усиленных гигиенических мер, включая мытье рук, использование масок и перчаток в соответствии с рекомендациями местных органов здравоохранения. Нами был произведен поиск, который выявил то, что в Пензе не имеется организаций, предлагающих свои услуги по, такого рода, обучению, а также не предлагаются дистанционные онлайн-курсы по санитарно-эпидемиологическому контролю. Поэтому мы предлагаем руководству

гостиницы «Voyage» провести обучение самостоятельно. А именно, в лице старшего администратора изучить следующие документы:

– временные Всемирной организации здравоохранения от 25 августа рекомендации 2020 г. «Контроль COVID-19 в гостиницах и других местах размещения в секторе гостиничного обслуживания»;

– рекомендации по профилактике новой коронавирусной инфекции (COVID-19) от 13 февраля 2020 г. Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «О мерах по профилактике новой коронавирусной инфекции (COVID-19)»;

– протокол по восстановлению туристической отрасли в секторе индустрии гостеприимства от Всемирного совета по туризму и путешествиям.

Для изучения данных документов и составления лекции для собрания с персоналом старшему администратору потребуется срок в пять дней. Затем провести внутри коллективное собрание, на котором должны присутствовать администраторы и горничные, где старший администратор проведет лекцию по инфекционному контролю, рассказывая о важности социальной дистанцированности и усиленных гигиенических мер, включая мытье рук, использование масок и перчаток.

2) Ввести строгий контроль за соблюдением мер безопасности персоналом, осуществлять который советуем поручить старшему администратору. Весь персонал в местах размещения туристов должен соблюдать основные меры предосторожности для защиты от COVID-19, такие как физическое дистанцирование, использование медицинских или тканевых масок. Средства индивидуальной защиты (СИЗ) необходимо менять каждые три часа. Использованные СИЗ следует упаковывать в полиэтиленовые пакеты и складывать в отдельные контейнеры для их последующей безопасной утилизации.

3) На территории гостиницы необходимо обеспечить соблюдение дистанции у стойки регистрации между гостями (расстояние должно

составлять не менее 1,5 м). Поэтому мы рекомендуем поместить несколько наклеек на пол «Соблюдайте дистанцию» в зоне ресепшн и холла. Для их покупки мы выбрали интернет-магазин «Ozon», при выборе мы отталкивались от возможности доставки в Пензу и хорошего соотношения цена/качество. Доставка со склада продавца в пункт самовывоза бесплатная и занимает около четырех дней. Магазин, предлагающий данные наклейки и работающий через сайт-посредник «Ozon», называется «Полезные штуки». Бренд занимается изготовлением и продажей стендов и наклеек различного вида, при этом стоит отметить довольно высокий уровень удовлетворенности товарами среди потребителей, исходя из анализа отзывов.

3) На территории гостиницы необходимо установить несколько автоматов с санитайзерами: один в зоне ресепшн и холла, а также по одному у входа на второй и третий этажи. Для их покупки мы рассмотрели несколько поставщиков, предлагающих свои товары с доставкой в Пензу:

– гипермаркет медицинского оборудования «MedMart»,

– магазин «StolbikiOptom»,

– интернет-магазин «Кабинетоф».

Критерии отбора поставщиков представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Критерии отбора поставщиков для покупки автоматов с санитайзерами

Название поставщика	Ценовой диапазон	Наличие товаров	Ассортимент	Сроки доставки	Стоимость доставки до пункта выдачи
«MedMart»	От 6 300 до 8 895 руб.	В наличии	Около трех вариантов	От трех до семи дней	Платно (от 1040 руб.)
«StolbikiOptom»	От 4 335 до 5 987 руб.	В наличии	Около восьми вариантов	От трех до семи дней	Платно (от 750 руб.)
«Кабинетоф»	От 11 540 до 12 300 руб.	Под заказ	Около пяти вариантов	От трех до семи дней	Бесплатно

Проанализировав предложение указанных компаний, нами был выбран магазин «StolbikiOptom». Данный выбор обоснован тем, что магазин предоставляем свой сервис и большой ассортимент изделий по всей России, а также работают с известными розничными и корпоративными клиентами по всей стране. Компания «StolbikiOptom» предлагает заказчикам полный спектр услуг по подбору, продаже, доставке и установке стоек с сенсорным диспенсером, а также их постоянное наличие на складе. За годы работы на рынке компания «StolbikiOptom» заслужила репутацию надёжного и ответственного поставщика. О товаре магазина имеется множество положительных отзывов, он отличается надёжностью, функциональностью. Имеется достаточный ассортимент, интересующих нас, автоматов (стоек) с сенсорным диспенсером по выгодным ценам [29].

5) Для использования на территории гостиницы автоматов с санитайзерами необходимо приобрести качественный сертифицированный кожный антисептик (жидкое дезинфицирующее средство для обработки кожного покрова, предотвращающее размножение болезнетворных микробов, бактерий и инфекции). Для их покупки мы рассмотрели несколько поставщиков, предлагающих свои товары с доставкой в Пензу:

– магазин «Медтехника»,

– интернет-магазин «Sanergy.ru»,

– интернет-магазин «Grass».

Критерии отбора поставщиков представлены в таблице 6. Проанализировав предложение указанных компаний, нами был выбран магазин «Медтехника». Данный выбор обоснован тем, что магазин предоставляем свой сервис и большой ассортимент изделий по всей России, а также работают с известными розничными и корпоративными клиентами по всей стране. Компания «Медтехника» предлагает заказчикам полный спектр услуг по подбору, продаже, доставке своих товаров, а также их постоянное наличие на складе. За опыт работы свыше 50 лет на рынке компания «Медтехника» заслужила репутацию надёжного и ответственного

поставщика. О товаре магазина имеется множество положительных отзывов, он отличается надёжностью, функциональностью. Имеется достаточный ассортимент, интересующих нас, кожных антисептиков по выгодным ценам. Преимуществом покупки у них является то, что антисептики всегда имеются в наличии в Пензе, поэтому можно можете будет забрать их в любое удобное время по адресу магазина: ул. Средняя, 9.

Таблица 6 – Критерии отбора поставщиков для покупки кожных антисептиков

Название поставщика	Ценовой диапазон	Наличие товаров	Ассортимент	Сроки доставки	Стоимость доставки до пункта выдачи
«Медтехника»	От 200 до 1 450 руб.	В наличии	Около пяти вариантов	–	Бесплатно
«Sanergy.ru»	От 200 до 3 105 руб.	В наличии	Около восьми вариантов	От трех до семи дней	Платно (от 245 руб.)
«Grass»	От 272 до 1 692 руб.	В наличии	Около трех вариантов	От двух до семи дней	Платно (от 188 руб.)

4) В ресторане и холле гостиницы необходимо установить очиститель воздуха. Для покупки данного оборудования мы рассмотрели несколько поставщиков, таких как:

– магазин электроники «Minicam24»,

– магазин «Медтехника»,

– интернет-магазин «MIRLAMP24».

Результаты сравнительного анализа предложения указанных компаний представлены в таблице 7. Исходя из проведенного анализа, нами была выбрана компания «Minicam24». Преимуществом покупки у них является то, что рециркуляторы воздуха всегда имеются в наличии в Пензе, поэтому можно можете будет забрать оборудование в любое удобное время в центре города по адресу: ул. Суворова, 111А. В магазине представлен большой ассортимент ультрафиолетовых рециркуляторов, бактерицидных ламп и

озонаторов воздуха, очистителей и обеззараживателей. «Minicam24» является оптово-розничной компанией, осуществляющая продажу полезной и многофункциональной электроники в более чем 100 городах России. Опыт работы «Minicam24» более семи лет на рынке России и трех лет на международных рынках, при этом компания сотрудничает более, чем с 80 партнерами (дистрибьюторами и производителями товаров). Также имеется круглосуточная поддержка по телефону. Сертифицированные товары, которые помогает населению бороться с различными инфекционными заболеваниями, в том числе и коронавирусом COVID-19, отличаются высокой технологичностью, практичностью и надежностью. Все товары высокого качества и эффективности имеют длительный срок эксплуатации, если верить отзывам.

Таблица 7 – Критерии отбора поставщиков для покупки рециркулятора воздуха

Название поставщика	Ценовой диапазон	Наличие товаров	Ассортимент	Сроки доставки	Стоимость доставки до пункта выдачи
«Minicam24»	От 3 950 до 17 390 руб.	В наличии	Около пятнадцати вариантов	–	Бесплатно, самовывоз из магазина в Пензе
«Медтехника»	От 2 350 до 15 500 руб.	В наличии	Около восьми вариантов	_	Бесплатно, самовывоз из магазина в Пензе
«MIRLAMP24»	От 2 970 до 12 990 руб.	В наличии	Около восьми вариантов	От четырех до восьми дней	Платно (от 1150 руб.)

5) На стойке регистрации разместить емкость с медицинскими масками (одноразового использования).

Для покупки запаса медицинских масок (одноразового использования) мы рассмотрели несколько поставщиков, таких как:

– интернет-магазин «Corretto»,

– магазин «Профупаковка»,

– интернет-гипермаркет «Комус».

Первоначальными критериями отбора поставщиков являлась возможность доставки товара в Пензу и быстрота доставки. У интернет-магазина «Corretto» сроки доставки от двух до пяти дней и доставка осуществляется через сторонние логистические организации, у магазина «Профупаковка» медицинские маски имеются в наличии в магазинах по нескольким адресам, у интернет-гипермаркета «Комус» сроки доставки от двух часов до двух дней до указанного адреса. Затем мы рассмотрели поставщиков на возможность приобретения товара оптом, качество материалов и выгоду в цене. Приобрести товар оптом можно во всех трех, рассмотренных нами, магазинах. Материал медицинских масок в магазинах идентичен: полиэтилен низкого и высокого давления, нетканый гипоаллергенный материал. Однако, что касается цены, то в магазине «Профупаковка» и интернет-магазине «Corretto» она почти в два раза завышена. Исходя из проведенного анализа, учитывая, что, в основном, выбранные поставщики имеют одинаковые показатели по критериям, мы решили выбрать главным критерием выгоду в стоимости. В связи с чем, нами был выбран интернет-гипермаркет «Комус». «Комус» имеет множество наград, из последних достижений – это то, что организация вошла в рейтинг «ТОП-1000 успешных поставщиков» по версии площадки B2B-Center (2019 г.). Интернет-гипермаркет предлагает удобные условия доставки по Пензе. При заказе на сумму от 2 500 руб. – доставка бесплатная, при заказе на сумму менее 2 500 руб. – доставка 300 руб. Многолетний опыт работы и новейшая логистическая структура позволяют компании обеспечить доставку заказов до пункта назначения в самые кратчайшие сроки. Также предлагаются удобные способы оформления и получения заказов (онлайн-заказ, самовывоз, заказ по телефону). В ассортименте представлен большой

спектр упаковок медицинских масок (отличающихся по упаковке, расцветке, количеству штук), соответствующих нашим требованиям при закупке [30].

6) В целях повышения уровня чистоты и соблюдения правил гигиены нами рекомендуется рассмотреть возможность проведения более частой уборки номеров и общественных зон, регулярной дезинфекции контактных поверхностей с помощью дезинфицирующих чистящих средств. Предлагается проводить уборку не реже чем раз в два часа, как советует Роспотребнадзор в своих рекомендациях для объектов временного проживания.

Таким образом, нами предлагается новый график проведения уборки общественных зон (коридоров, лестничных площадок, холла и зоны ресепшн), который представлен на рисунке 8.

06:00-06:20	Уборка и дезинфекция общественных зон, включая контактные поверхности
08:00-08:20	Уборка и дезинфекция общественных зон, включая контактные поверхности
10:00-10:20	Уборка и дезинфекция общественных зон, включая контактные поверхности
12:00-12:20	Уборка и дезинфекция общественных зон, включая контактные поверхности
14:00-14:20	Уборка и дезинфекция общественных зон, включая контактные поверхности
16:00-16:20	Уборка и дезинфекция общественных зон, включая контактные поверхности
18:00-18:20	Уборка и дезинфекция общественных зон, включая контактные поверхности
20:00-20:20	Уборка и дезинфекция общественных зон, включая контактные поверхности
22:00-22:20	Уборка и дезинфекция общественных зон, включая контактные поверхности
00:00-00:20	Уборка и дезинфекция общественных зон, включая контактные поверхности

Рисунок 8 – График уборки общественных зон

Под качественной уборкой помещений будет приниматься тщательная уборка с применением дезинфицирующих средств вирулицидного действия, обращение особого внимания на дезинфекцию дверных ручек, выключателей, поручней, перил, контактных поверхностей (столов и стульев работников, орг.техники), мест общего пользования (холл, туалетные комнаты). Дезинфекции должны подвергаться также стойка ресепшен, банковский терминал, спинки кроватей, предметы обстановки. Без их обработки резко увеличивается риск их дальнейшего распространения через воздух и поверхности, увеличивается число контактирующих, подобно эффекту «падающего домино». Наиболее распространенная технология обработки поверхностей – протирка с использованием растворов химических препаратов.

Для повышения удобства бронирования услуг гостиницы в условиях нестабильности условий для совершения путешествий рекомендуется внедрить в ассортимент гостиницы «Voyage» сертификаты с открытой датой заезда. Сертификаты будут работать по принципу «платишь сейчас, заезжаешь потом». Этот функционал поможет гостинице продавать проживание на будущие даты в кризисный период, а гостям быть уверенными и спокойными при бронировании заранее. Ведь в ситуациях, когда они забронируют номер в гостиницы для приезда в город на конференцию, концерт, спектакль, выставку или какое-либо другое мероприятие и оно перенесется или отменится, они смогут также перенести дату своего будущего проживания. Данный сертификат предлагается сделать сроком действия на шесть месяцев, так как такой период времени подойдет как для гостиницы, так и для клиентов. При этом клиент должен сообщить о своем заезде за три дня до приезда, а гостиница предоставляет номер при условии, что имеются свободные номера на выбранные даты.

Для минимизации контакта гостей с различными поверхностями предлагается внедрить в оснащение номеров «Джуниор сьют» новое технологическое решение от компании «SberDevices», позволяющее

осуществлять голосовое управление техникой. Дополнительный бонус к безопасности – меньшие временные затраты на уборку после выселения постояльца и возможность облегчить постояльцам взаимодействие с сервисами гостиницы. Работает платформа на базе подключённой к телевизору в номере умной медиаприставки «SberBox». Управление осуществляется при помощи пульта или голосом, гостю будет необходимо обратиться к виртуальным ассистентам «Салют». Так, гости могут посмотреть кино или видео в интернете, заказать еду и напитки в номер, попросить дополнительный комплект полотенец или зубной набор, сообщить о любых проблемах, узнать режим работы сауны, записаться на экскурсию и многое другое [28].

В качестве поставщика для приобретения медиаприставки «SberBox» нами был выбран «SmartMarket» от Сбербанка. Это упростит внедрение мидиаприставки, так как на связи будет служба поддержки от «SberDevices», к тому же получить гарантийное обеспечение проще без посредников.

Также мы рекомендуем использовать сайт гостиницы «Voyage» для оповещения среди своих потенциальных гостей об усилении мер безопасности для их спокойствия в пандемию COVID-19, на данный момент такой информации на сайте не предоставляется. Такую информацию в непростой эпидемиологической обстановке предоставляют многие отели, в качестве примера можно рассмотреть сайт отеля «Azimut» и информацию, которую они указывают (рисунок 9).

Мы рекомендуем указать информацию о частоте проведения уборки и дезинфекции общественных зон, о повышенном контроле соблюдения мер безопасности среди сотрудиуов гостиницы, а также о размещении на территории автоматов с санитайзерами и рециркуляторов воздуха. Также следует указать, что все меры соответствуют указам федеральных и региональных властей, рекомендациям Роспотребнадзора и Всемирной организации здравоохранения.

Рисунок 9 – Пример оформления информации на сайте отеля

Обеспечение усиленных мер безопасности гостей, проживающих в гостинице, позволяет гостинице «Voyage» в перспективе стать участником проекта «Safe Travels». Знак «Safe Travels» получают организации, подтверждающие добровольное следование протоколам Всемирного совета по туризму и путешествиям и обязательное выполнение требований единых стандартов безопасности путешествий. На данный момент в Пензе и Пензенской области нет гостиниц или других объектов временного проживания, которые участвуют в данной программе и имеют знак «Safe Travels».

Для участия программы «Safe Travels» необходимо выполнить следующие действия:

1) Ознакомиться с протоколом безопасности туристической отрасли в сегменте «индустрия гостеприимства». Данный протокол можно найти на официальном сайте программы «Safe Travels. Мир без границ» по адресу: https://safetravelsvisitrussia.ru/#anchor3.

2) Затем необходимо провести самооценку по соблюдению организацией правил и стандартов выбранного протокола.

3) Далее необходимо перейти в раздел «Подать заявку», также на официальном сайте программы «Safe Travels. Мир без границ» и заполнить форму заявки на получение знака «Safe Travels» (рисунок 10).

4) Также при заполнении формы заявки требуется прикрепление документа о присоединении к программе и логотип организации.

5) Затем необходимо подтвердить принятие условий и согласие с правилами программы и отправить заявку на обработку [37].

Поданные заявки проходят проверку на соответствие данных заявителя и обрабатываются в течение 10 рабочих дней.

После одобрения заявки гостиница сможет получить на, указанную в форме заявки, электронную почту персональный знак «Safe Travels», который будет необходимо разместить на сайте гостиницы «Voyage», а также QR-код со ссылкой на условия соответствующего протокола Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC).

В соответствии с меняющейся эпидемиологической обстановкой могут поменяться и протоколы безопасности, о чем «Safe Travels. Мир без границ» обязательно будут извещать. При получении извещения о продлении участия в программе, необходимо направить подписанный и заверенный печатью документ о соблюдении положений актуального протокола безопасности соответствующего сектора индустрии путешествий и туризма (ориентировочно раз в три месяца).

Преимущества, которые гостиница получит от участия в программе «Safe Travels»:

1) Гостиница будет включена в реестр участников программы «Safe Travels. Мир без границ» с размещением геолокации на интерактивной Яндекс-карте России на сайте программы http://safetravelsvisitrussia.ru/.

2) Гостиница получит персональный знак участника международной программы «Safe Travels», который будет являться для клиентов и партнеров подтверждением выполнения организацией рекомендаций по безопасности,

разработанных экспертами Всемирного Совета по путешествиям и туризму (WTTC).

3) Гостиница сможет использовать персональный знак участника программы «Safe Travels» и QR-код с логотипом организации в маркетинговых целях как на цифровых информационных носителях: сайт, социальные сети, email-рассылки, так и размещая его на входной офисной зоне, на стойках регистрации, в информационно-раздаточных и рекламных материалах гостиницы.

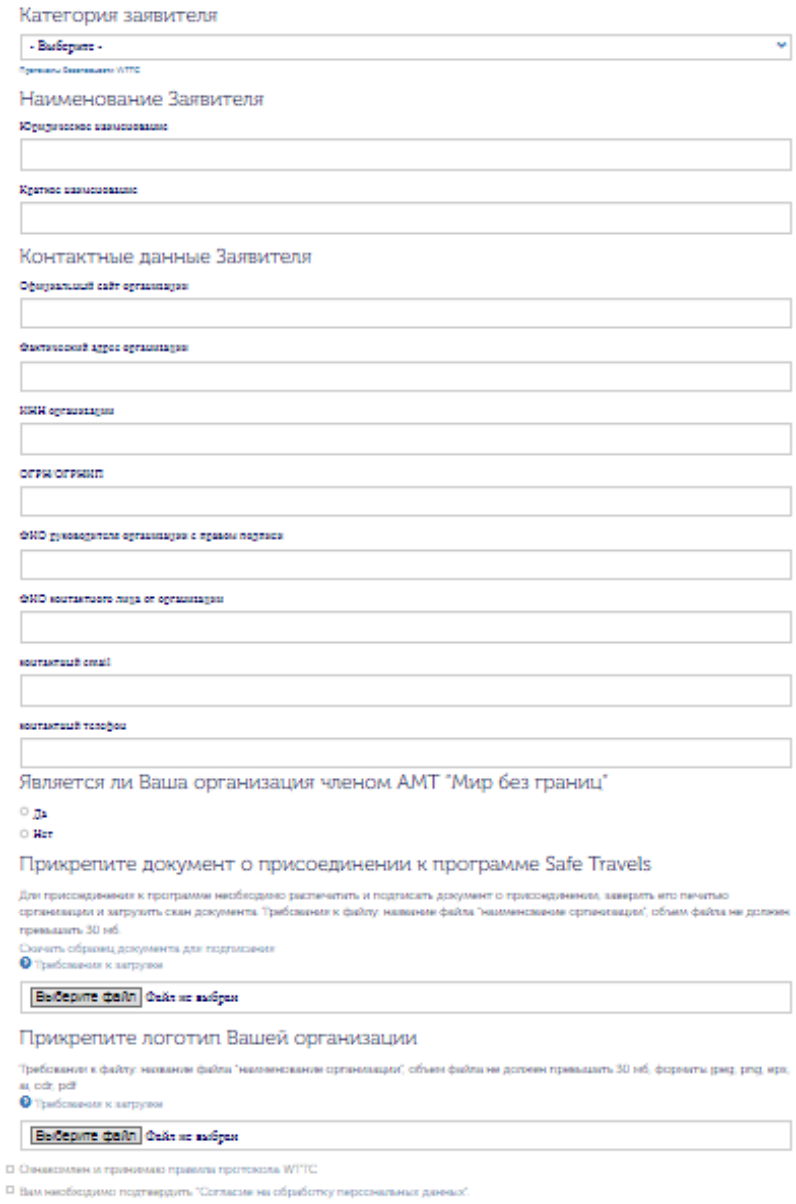

Рисунок 10 – Форма заявки на получение знака «Safe Travels. Мир без границ»

Знак «Safe Travels» в условиях пандемии COVID-19 означает единые международные стандарты безопасности путешествий и санитарно-гигиенические правила, разработанные для организаций сферы туризма и гостеприимства экспертами Всемирного Совета по путешествиям и туризму.

Таким образом, предложенные рекомендации направлены на усиление внимания к соблюдению мер безопасности и обеспечению комфортной среды для гостей гостиницы «Voyage». Руководство гостиницы должно разработать комплексную стратегию адаптации к ситуации, связанной с пандемией COVID-19, включая указанные выше аспекты.

Реализация предложенных рекомендаций позволит:

– увеличить количество новых и сохранить постоянных гостей, гарантируя им безопасность в непростой эпидемиологической обстановке;

– оптимизировать работу персонала гостиницы, четко обозначив правила дезинфицирования и уборки помещения;

– приобрести конкурентные преимущества, так как в Пензе гостиничные предприятия предоставляют свои услуги, без учета влияния пандемии на запросы потенциальных клиентов.

2.2 План мероприятий по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage»

Для реализации предложенных в п.2.1 рекомендаций нами разработан план мероприятий по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии (таблица 8). Контроль за исполнение плана мероприятий и реализацию внедрения рекомендаций мы предлагаем возложить на управляющую гостиницы, как на связующее звено между владельцем и персоналом. Данный выбор обоснован тем, что управляющая гостиницы владеет информацией о финансовых возможностях организации, а также имеет власть над персоналом гостиницы, что позволяет ей распределить необходимые ресурсы и проконтролировать исполнение плана.

Таблица 8 – Мероприятия по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19

Названия мероприятия	Сроки его исполнения	Требуемые ресурсы	Ответственный исполнитель
Проведение обучения персонала в виде лекции по инфекционному контролю	До конца февраля 2022 г.	Временные (дополнительное время работы ответственного исполнителя)	Старший администратор гостиницы
Контроль за соблюдением мер предосторожности для защиты от COVID-19	Постоянно	Человеческие и временные (ответственность персонала и дополнительное время работы ответственного исполнителя)	Старший администратор гостиницы
Покупка наклеек на пол «Соблюдайте дистанцию»	До конца февраля 2022 г.	Материальные (затраты на покупку наклеек на пол «Соблюдайте дистанцию»)	Управляющая гостиницей
Покупка и установка автоматов с санитайзерами	До конца февраля 2022 г.	Материальные (затраты на покупку автоматов с санитайзерами)	Управляющая гостиницей
Покупка кожного антисептика для автоматов с санитайзерами	До конца февраля 2022 г.	Материальные (затраты на покупку кожного антисептика для автоматов с санитайзерами)	Управляющая гостиницей
Покупка и установка рециркулятора воздуха	До конца февраля 2022 г.	Материальные (затраты на покупку рециркулятора воздуха)	Управляющая гостиницей
Покупка запаса медицинских масок	До конца января 2022 г.	Материальные (затраты на покупку запаса медицинских масок)	Управляющая гостиницей
Внедрение в ассортимент гостиницы «Voyage» электронных сертификатов с открытой датой заезда	До конца февраля 2022 г.	Человеческие (время работы ответственного исполнителя над оформлением сертификата и просвещение данного внедрения среди потребителей)	Старший администратор гостиницы
Внедрение медиаприставки «SberBox»	До середины марта 2022 г.	Материальные (затраты на покупку медиаприставки «SberBox»)	Управляющая гостиницей
Добавление информации на сайт гостиницы об усилении мер безопасности	До середины марта 2022 г.	Человеческие (время работы ответственного исполнителя над добавлением информации на сайт гостиницы)	Управляющая гостиницей
Вступление гостиницы «Voyage» в программу «Safe Travels»	До конца марта 2022 г.	Человеческие (время работы ответственного исполнителя над заполнением заявки)	Управляющая гостиницей

Календарное планирование проводилось с использованием сервиса «Бесплатный онлайн органайзер, ежедневник, планировщик дел и задач, календарь Личные цели». При планировании учитывались время на оформление заказа на покупку товаров, их доставку и установку, а также время на разработку оформления электронных сертификатов и проведение обучения персонала.

Календарное распределение мероприятий в январе представлено на рисунке 11.

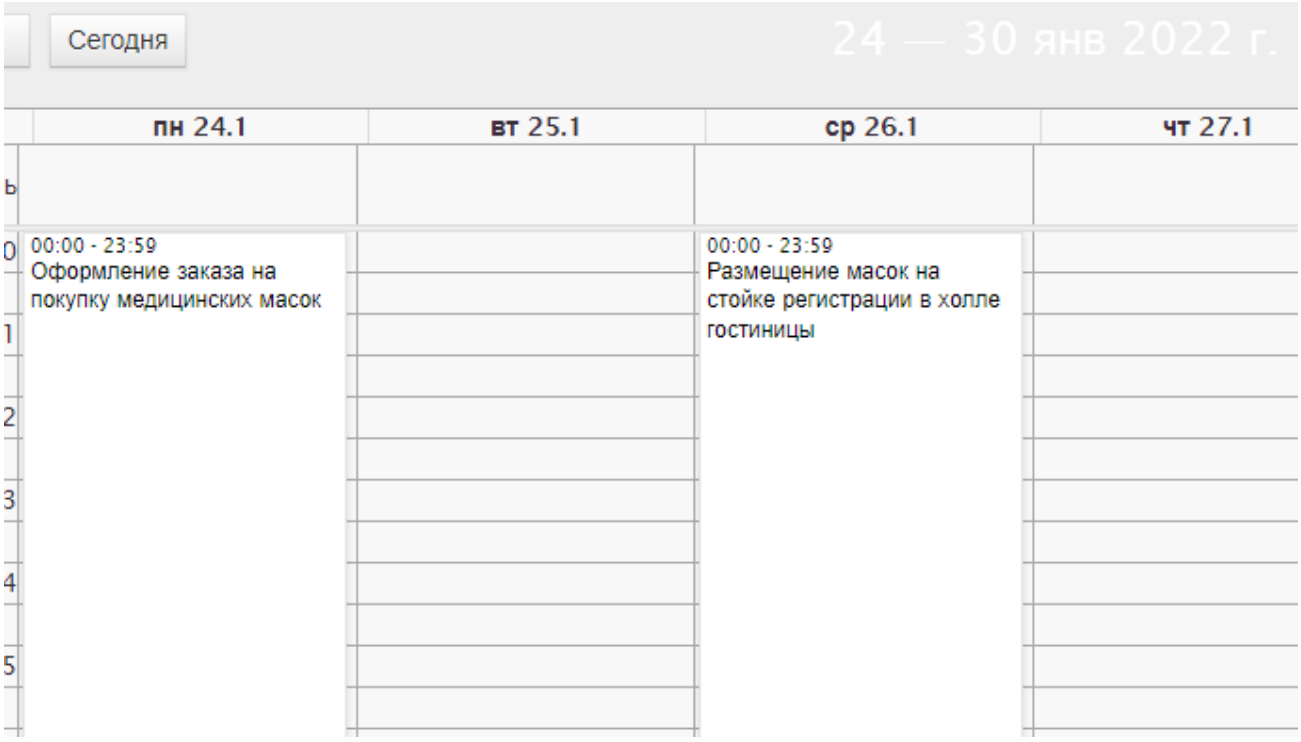

Рисунок 11 – Мероприятия в январе 2022 г.

Календарное распределение мероприятий в феврале представлено на рисунке 12.

В феврале предлагается реализация нескольких рекомендаций:

1) обучение персонала инфекционному контролю;

2) внедрение в ассортимент гостиницы «Voyage» электронных сертификатов с открытой датой заезда;

3) покупка и нанесение наклеек на пол «Соблюдайте дистанцию»;

4) покупка и установка автоматов с санитайзерами и рециркуляторов воздуха.

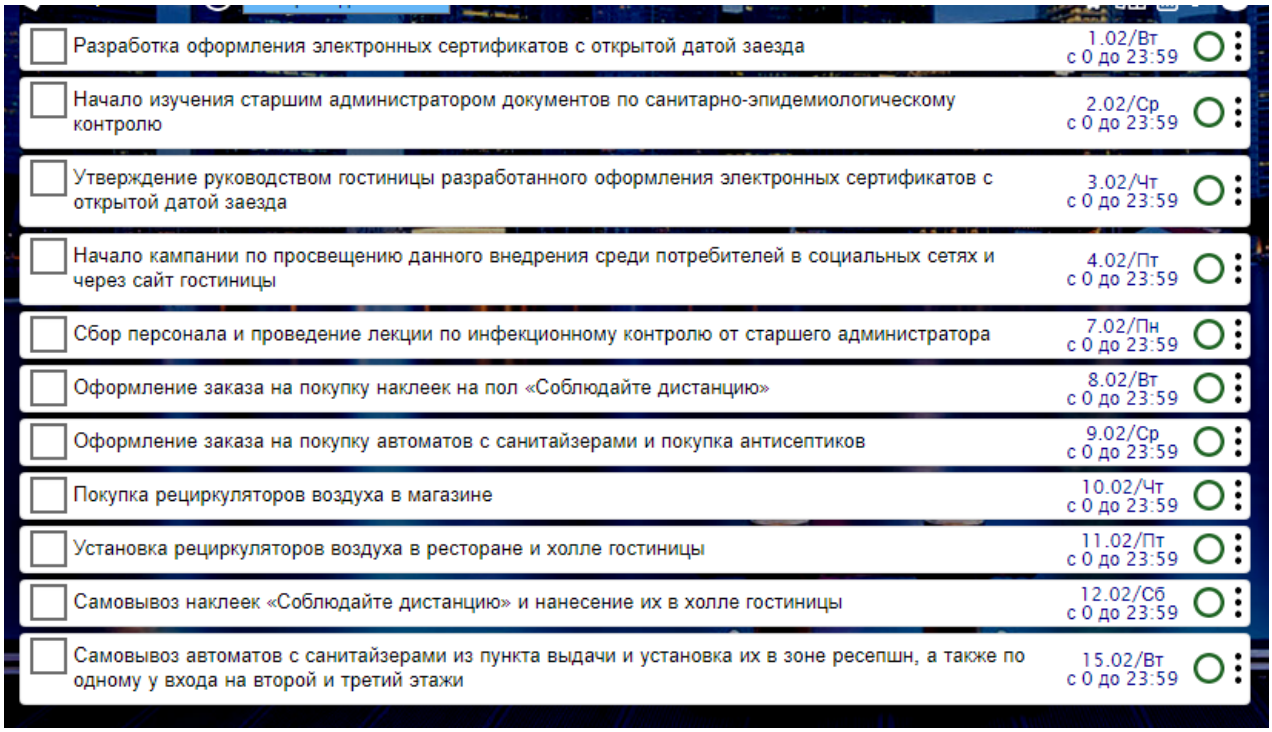

Рисунок 12 – Мероприятия в феврале 2022 г.

Календарное распределение мероприятий в марте представлено на рисунке 13. В марте проводится внедрение медиаприставки «SberBox» в оснащение номеров «Джуниор сьют» гостиницы «Voyage», добавление информации на сайт гостиницы об усилении мер безопасности в пандемию COVID-19, а также вступление гостиницы в программу «Safe Travels».

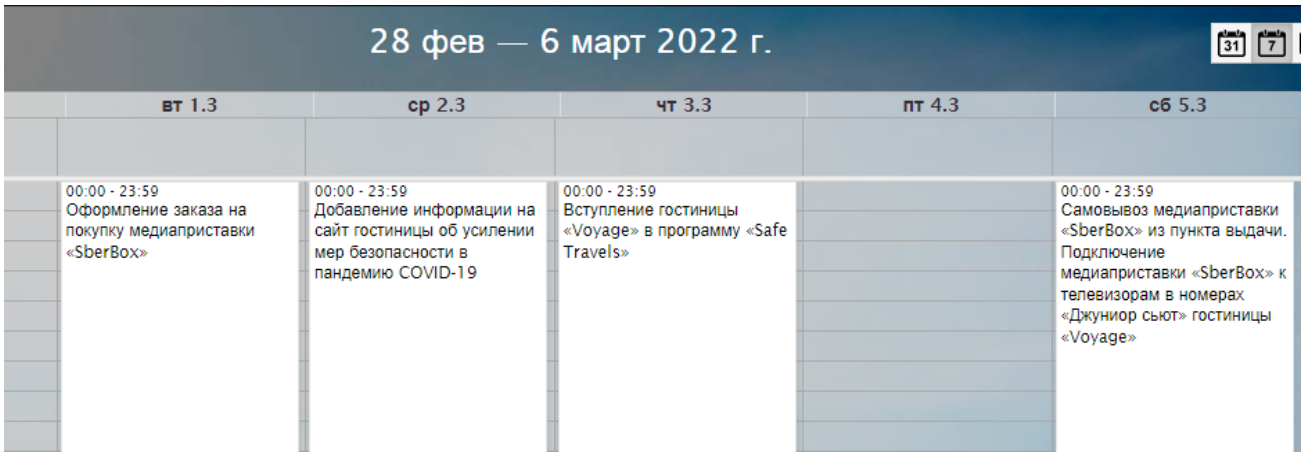

Рисунок 13 – Мероприятия в марте 2022 г.

Таким образом, нами был предложен план мероприятий по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19, и конкретизированы временные сроки каждого направления по календарному плану. Также были рассмотрены и выбраны наиболее подходящие ответственные и поставщики для реализации предлагаемых мероприятий.

2.3 Расчет затрат на внедрение предложенных мероприятий

Для внедрения предложенных рекомендаций по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» необходимо учесть следующие моменты:

– внедрение в ассортимент гостиницы «Voyage» электронных сертификатов с открытой датой заезда является бесплатным (не требует материальных затрат);

– контроль за соблюдением мер предосторожности для защиты от COVID-19 не требует специального обучения персонала, поэтому не требует дополнительных материальных затрат;

– добавление информации об усилении мер безопасности в пандемию COVID-19 на сайт гостиницы «Voyage» является бесплатным (не требует материальных затрат);

– вступление гостиницы «Voyage» в проект «Safe Travels» и получение знака «Safe Travels» также является бесплатным (не требует материальных затрат).

Материальные затраты необходимы для внедрения в деятельность гостиницы «Voyage» таких рекомендаций как: покупка и установка автоматов с санитайзерами, покупка антисептиков, покупка наклеек на пол «Соблюдайте дистанцию»; покупка рециркулятора воздуха, покупка запаса медицинских масок (одноразового использования), внедрение в оснащение номеров «Джуниор сьют» гостиницы «Voyage» медиаприставки «SberBox».

На территории гостиницы необходимо обеспечить соблюдение дистанции у стойки регистрации между гостями (расстояние должно составлять не менее 1,5 м). Поэтому мы рекомендуем поместить несколько наклеек на пол «Соблюдайте дистанцию» в зоне ресепшн и холла. Внешний вид наклейки представлен на рисунке 14, она выполнена из матовой высокопигментированной полиэтиленовой самоклеящейся пленки, изготовлена в России. Наклейка на пол будет предназначена для информирования посетителей о необходимости соблюдать дистанцию в очереди в целях профилактики инфекционных заболеваний.

Рисунок 14 – Наклейка на пол «Соблюдайте дистанцию»

На территории гостиницы необходимо установить несколько автоматов с санитайзерами. А именно установить один в зоне ресепшн и холла, а также по одному у входа на втором и третьем этажах. Нами была выбрана стойка с сенсорным диспенсером NSDS-32503, ее стоимость составляет 4 335 руб. Выбор данной модели обоснован отличным соотношением цена/качество. За выгодную цену предлагается функциональный комплект: стойка, сенсорный диспенсер с каплесборником. Мобильная стойка с сенсорным диспенсером – отличное решение обеспечения гигиенической чистоты рук в условиях неблагоприятной инфекционной обстановки. Вес изделия составляет 10,8 кг. Нам необходимо приобрести три штуки. Внешний вид сенсорного

диспенсера представлен на рисунке 15. Комплект мобильной стойки с сенсорным диспенсером включает в себя:

1) Сенсорный диспенсер имеет объем 1000 мл, материалом изготовления является ударопрочный ABS-пластик. Для питания можно использовать четыре батарейки типа С (LR14)*, либо адаптер 220 v*. В комплекте с диспенсером прилагается два вида дозаторов (спрей и капельный), подходит для использования с любыми видами как жидких, так и гелеобразных антисептиков. Объем разовой порции: спрей – один мл, капля – один мл. Доступ к внутренним частям диспенсера невозможен без специального ключа (в комплекте).

2) Мобильная стойка для диспенсера выполнена из стальной трубы диаметром 50 мм с толщиной стенки 1,5 мм, полки-держателя из стали толщиной 1,5 мм, полимерного дискового основания диаметром 350 мм и высотой 50 мм, декоративного диска. Основание имеет резиновый демпфер, который предотвращают скольжение и повреждение напольного покрытия.

Рисунок 15 – Сенсорный диспенсер NSDS-32503

Также для использования на территории гостиницы автоматов с санитайзерами необходимо приобрести качественный сертифицированный

кожный антисептик. Мы предлагаем антисептик «Settica Septanaizer», он является эффективным кожным антисептиком, в нем содержатся антимикробные действующие вещества, спирты, которые являются наиболее предпочтительными с точки зрения эффективности и безопасности (рисунок 16). Антисептики «Settica Septanaizer» включают в состав дополнительные увлажняющие компоненты. Антисептики соответствуют всем нормам для антисептических и дезинфицирующих средств, а также обладают высоким качеством, что подтверждено множеством сертификатов, при этом отличаются выгодной ценой.

Рисунок 16 – Антисептик «Settica Septanaizer»

Также в оснащение номеров «Джуниор сьют» гостиницы «Voyage» необходимо добавить медиаприставки «SberBox». Внешний вид медиаприставки «SberBox» представлен на рисунке 17. При этом администраторам гостиницы требуется время для освоения новой системы. Из этого следует, что руководство гостиницы обязано выделить часть рабочего времени на обучение сотрудников.

Рисунок 17 – Медиаприставка «SberBox»

В ресторане и холле гостиницы необходимо установить рециркулятор воздуха. Нами был выбран очиститель воздуха ультрафиолетовый (рециркулятор) ОВУ-03-1 «Солнечный Бриз-3-1», стоимостью 6 700 руб. Его внешний вид представлен на рисунке 18. При анализе оборудования для очищения воздуха, мы исключили бактерицидные ультрафиолетовые лампы и облучатели воздуха, так как они могут провести обеззараживание воздуха на достаточно небольшой территории или требуют возможности проведения процедуры без наличия в помещении людей и растений. Поэтому мы остановили наш выбор именно на рециркуляторах воздуха. Очиститель воздуха ультрафиолетовый (рециркулятор) ОВУ-03-1 «Солнечный Бриз-3-1» борется с вирусами, бактериями, грибками, обеспечивая профилактику простуд, распространения респираторно-вирусных инфекций. Рециркулятор ОВУ-03-1 предназначен для быстрого и эффективного обеззараживания любых помещений, подходит для использования в жилых помещениях, прибор за час работы пропускает сквозь себя до 60 м3 воздуха, что позволяет достаточно быстро обеззаразить пространство. Уф-лучи не выходят за

металлические стенки корпуса, поэтому очиститель можно использовать в присутствии людей, домашних питомцев и растений. Ультрафиолетовые лампы не выделяют озон, который также может быть опасен в высоких концентрациях. В этой модели рециркулятора установлен фильтр предварительной очистки, который повышает эффективность обеззараживания воздушных масс.

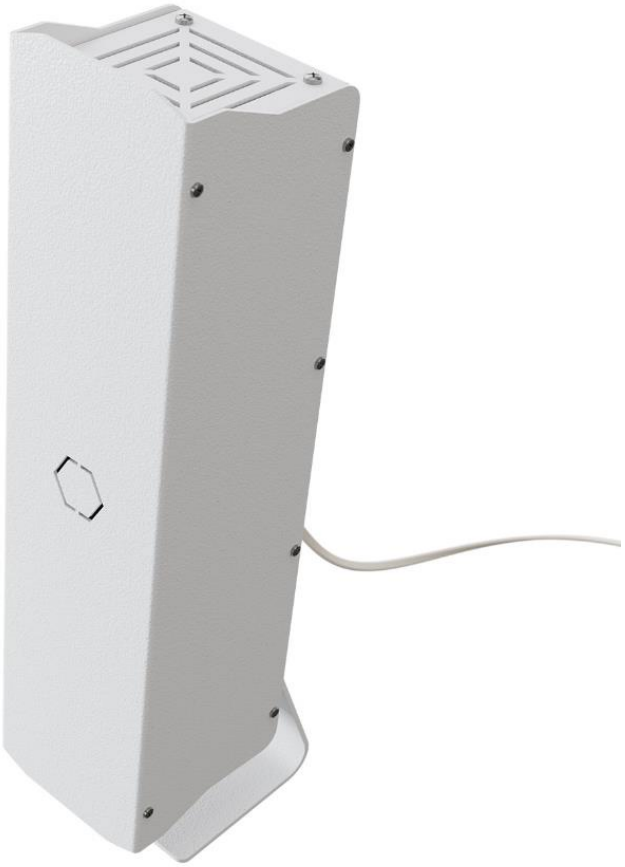

Рисунок 18 – Очиститель воздуха ультрафиолетовый ОВУ-03-1 «Солнечный Бриз-3-1»

Нами был произведен расчет затрат на внедрение предложенных мероприятий и рекомендаций по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19. Сводная информация по предполагаемым тратам на реализацию предложенных мероприятий представлена в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень затрат на внедрение рекомендаций по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19

Наименование затрат	Стоимость (1шт/упаковка), руб.	Необходимое количество (шт)	Сумма затрат, руб.
Стойка с сенсорным диспенсером	4 335	3	13 005
Антисептик «Settica Septanaizer»	320	20	6 400
Наклейки на пол «Соблюдайте дистанцию» (в комплекте 4 шт.)	499	1	499
Маска медицинская одноразовая	272	10	2 720
Рециркулятор воздуха ОВУ-03-1 «Солнечный Бриз-3-1»	6 700	2	13 400
Медиаприставка «SberBox»	2 990	2	5 980
Итого:			42 004

Таким образом, затраты на внедрение рекомендаций по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19 составят 42 004 руб. Вычисленная сумма на затраты является посильной для гостиницы «Voyage», что позволяет в кратчайшие сроки провести внедрение предложенных рекомендаций в деятельность гостиницы.

Заключение

В результате выполнения работы были предложены практические рекомендаций по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

– был проведен анализ состояния рынка туризма в условиях пандемии COVID-19;

– проанализированы современные подходы и методы совершенствования работы в гостиничном бизнесе в условиях пандемии COVID-19;

– была дана общая характеристика деятельности гостиницы «Voyage» условиях пандемии COVID-19;

– выявлены основные направления совершенствования деятельности гостиницы «Voyage»;

– составлен план мероприятий по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage»;

– были рассчитаны затраты на внедрение предложенных мероприятий.

В результате выполнения работы было доказано, что в туристической отрасли к настоящему моменту происходит восстановление от последствий пандемии COVID-19, осуществляется модернизация и цифровизация различных процессов. Современный туризм находиться на данный момент в нестабильном состоянии. Российского рынка туризма характеризуется изменениями количественных и качественных характеристик туристского спроса. Из-за ограничений, введённых в результате распространения COVID-19, значительно сократились объемы турпотока.

В целом были выделены следующие тенденции развития туризма и гостиничного бизнеса в мире, России и Пензенской области.

1) Пандемия COVID-19 нанесла серьезный урон индустрии туризма и гостеприимства Российской Федерации. Обе отрасли экономики были при-

знаны наиболее пострадавшими от COVID-19. Из-за ограничений, введённых в результате распространения COVID-19, значительно сократились объемы турпотока. Даже внутренний туризм показывающий хорошие результаты, благодаря стимулированию туристских поездок россиян со стороны государства в начале года, по итогу не оправдал ожидаемых рекордов (в основном, из-за вводимых в регионах антиковидных ограничений, в том числе с QR-кодами).

2) Для российского рынка туризма характерно усиление позиции внутреннего туризма при выборе туристской дестинации среди российских туристов и увеличение количества возвратных туристов. Из чего следует усиление конкуренции на туристическом рынке за туристов среди большого числа российских субъектов. Также произошло изменение структуры внутреннего туризма: если раньше были очень развиты корпоративный внутренний туризм и культурно-познавательный туризм, то в 2019-2021 гг. природно-ориентированные виды – рекреационный, экологический и сельский туризм.

3) Динамика развития туризма в Пензенской области в последние годы характеризовалась относительно стабильным ростом большинства показателей. Однако в 2020 г. ситуация в отрасли ухудшилась. Формально регион готов к приему туристов. Однако, не все организации сферы туризма и гостеприимства выдержали проверку устойчивости бизнеса к COVID-19. Особенно сильно пандемия повлияла на субъекты малого предпринимательства.

4) Развитие туризма в регионе финансируется только за счет средств бюджета Пензенской области. В частности, государственная программа «Развитие культуры и туризма Пензенской области на 2014 – 2022 годы» предусматривает финансирование мероприятий по созданию объектов туристской инфраструктуры, формирование новых точек притяжения туристов. Государственная поддержка также направлена на развитие приоритетных и перспективных видов туризма в регионе, к которым отнесены: культурно-познавательный, детский, лечебно-оздоровительный, рекреационный, событийный, деловой, экологический и инклюзивный.

5) Несмотря на кризисные явления, вызванные влиянием COVID-19 на общество и бизнес, пандемия стала катализатором инноваций и интеграции новых технологий в различные сферы деятельности, в том числе и в гостиничный бизнес. В условиях ограниченного количества поездок и сокращения загрузки отелей, вызванных пандемией, эти достижения своевременны и необходимы для долгосрочного успеха гостиничного бизнеса.

6) Основными драйверами инновационного развития стали цифровизация отрасли и переход бизнеса к концепции устойчивого развития.

7) Наиболее эффективные с экономической точки зрения и позволяют выжить и развиваться гостиницам в послепандемийный период являются следующие внедрения: введение гостиницами сертификатов с открытой датой заезда, применение «зеленых технологий» в качестве комплексного технического решения для индустрии гостеприимства, персонализация в работе с целевыми сегментами потребителей. С помощью CRM (систем управления взаимоотношениями с клиентами), а также процесс автоматизации отеля и оснащения номеров.

8) Сложная эпидемиологическая обстановка побудила гостиницы тщательно следить за обеспечением безопасности для гарантии спокойствия и безопасности своих гостей, ведь это необходимо для возобновления туристических поездок, а в глобальном смысле и для восстановления и развития индустрии туризма.

В рамках работы было проведено исследование деятельности гостиницы «Voyage», которое показало, что гостиница на данный момент ведет активную деятельность по приему и размещению гостей, однако при этом не реализует специальных мер по модернизации своей деятельности в условиях пандемии, не обеспечивает гостям полноценной безопасности от коронавирусной инфекции.

Для решения указанных выше проблем разработаны следующие рекомендации по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19:

1) Провести обучения персонала в виде лекции по инфекционному контролю.

2) Ввести строгий контроль за соблюдением мер безопасности персоналом.

3) В холе гостиницы нанести на пол наклейки «Соблюдайте дистанцию».

4) На территории гостиницы необходимо установить несколько автоматов с санитайзерами. А именно установить один в зоне ресепшн и холла, а также по одному у входа на втором и третьем этажах.

5) В ресторане и холле гостиницы необходимо установить рециркуляторы воздуха.

6) На стойке регистрации разместить емкость с медицинскими масками (одноразового использования).

7) Внедрить в ассортимент гостиницы «Voyage» сертификаты с открытой датой заезда.

8) Внедрить в оснащение номеров «Джуниор сьют» гостиницы «Voyage» новое технологическое решение от компании «SberDevices» медиаприставки «SberBox».

9) Добавить информацию на сайт гостиницы об усилении мер безопасности.

10) Вступить в программу «Safe Travels».

Предложенные рекомендации позволят гостинице «Voyage» повысить свою туристскую привлекательность на пензенском рынке.

Расчет затрат показал, что затраты на внедрение рекомендаций по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» в условиях пандемии COVID-19 составят 42 004 руб. Вычисленная сумма на затраты является посильной для гостиницы «Voyage», что позволяет в кратчайшие сроки провести внедрение предложенных рекомендаций в деятельность гостиницы.

Практическая значимость работы заключается в возможности внедрения рекомендаций в деятельность гостиницы «Voyage».

Новизна предложенных мероприятий состоит в следующем:

– рассмотрена возможность автоматизации номеров для обслуживания гостей в гостинице, не имеющаяся на данный момент на пензенском рынке индустрии гостеприимства;

– в рамках мероприятий по совершенствованию деятельности гостиницы «Voyage» было выделено необходимое для этого оборудование и затраты на него;

– разработан комплекс мер для обеспечения безопасности гостей в средствах размещения.

Региональная значимость результатов работы заключается в возможности внедрения предложенных рекомендаций в деятельность региональных средств размещения, тем самым привлекая туристов в Пензенскую область, гарантируя им безопасность пребывания и проживания в средствах размещения.

Список использованных источников

1 Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями). – М. : Финансы и статистика, 2020. – 112 с

2 Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 № 1085 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Гарант. − URL: https://base.garant.ru/71216750/ (дата обращения 15.11.2021).

3 Постановление Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 № 1860 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц» [Электронный ресурс] // Гарант. − URL: https://base.garant.ru/74957806/ (дата обращения 15.11.2021).

4 ГОСТР 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования». – М. : Стандартинформ, 2015. – 37 с.

5 Правила оказания услуг по реализации туристского продукта, утверждены Постановлением Правительства Российской Федерации от 18.07.2007 г. № 452 [Электронный ресурс] // Гарант. − URL: https://base.garant.ru/12154713/ (дата обращения 15.11.2021).

6 Постановление Правительства Российской Федерации от 07.12.2019 № 1619 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета на грантовую поддержку общественных и предпринимательских инициатив, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма» [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития РФ. − URL: https://economy.gov.ru/material/dokumenty/postanovlenie_pravitelstva_rossiyskoy_federacii_ot_07122019_1619.html?fbclid=IwAR2qg3dQoJe-Y8TJItB4TFhuVQOacJ08IVX_ZeZO-uFEd5H_WNfw_x3lpl0 (дата обращения 15.11.2021).

7 Государственная программа «Развитие культуры и туризма Пензенской области на 2014 – 2022 годы», утвержденная постановлением

Правительства Пензенской области от 22.10.2013 № 783-пП. [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации. − URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/5800201812210005?rangeSize=20 (дата обращения 15.11.2021).

8 Стратегия развития туризма в Пензенской области на период до 2035 года, утвержденная распоряжением Правительства Пензенской области от 29.10.2021 № 625-рП. [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по туризму − URL: https://tourism.gov.ru/contents/documenty/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda/ (дата обращения 15.11.2021).

9 Дунец А. Н. Организация туристских услуг. – Барнаул : АлтГТУ, 2009. – 287 с.

10 Зайцева Н. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. – М. : Академия, 2003. – 224 с.

11 Лапина А. Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. – М. : Академия, 2002. – 208 с.

12 Лойко О. Т. Туризм и гостиничное хозяйство. – Томск: ТПУ, 2007. – 152 с.

13 Райли М. Управление персоналом в гостеприимстве. − М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. − 191 с.

14 Редакция «Вестника АТОР» В АТОР ПОДВЕЛИ ТУРИСТИЧЕСКИЕ ИТОГИ 2021 ГОДА [Электронный ресурс] // Сайт Ассоциации туроператоров России. − URL: https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58171.html (дата обращения 24.12.2021).

15 Образцова И. Пандемия открыла россиянам собственную страну [Электронный ресурс] // Сайт АО РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ «РБК». − URL: https://plus.rbc.ru/news/60b76aeb7a8aa9f47be0a182 (дата обращения 24.12.2021).

16 Численность граждан Российской Федерации, размещенных в коллективных средствах размещения [Электронный ресурс] // Сайт ЕМИСС

Государственная статистика. − URL: https://fedstat.ru/indicator/44040 (дата обращения 23.12.2021).

17 Индекс внутреннего туризма [Электронный ресурс] // Сайт СБЕРИНДЕКС. − URL: https://sberindex.ru/ru/dashboards/indeks-vnutrennego-turizma-pomesyachnaya-dinamika (дата обращения 23.12.2021).

18 Национальный туристический рейтинг-2020 [Электронный ресурс] // Сайт Отдых в России. − URL: https://rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskij-rejting-2020 (дата обращения 23.12.2021).

19 Нацпроект «Туризм и индустрия гостеприимства» [Электронный ресурс] // Майский Указ. − URL: https://майскийуказ.рф/news/natsproekt-turizm-i-industriya-gostepriimstva/ (дата обращения 20.12.2021).

20 Пензенская область 2020 в цифрах [Электронный ресурс] // Сайт Федеральной служба государственной статистики по Пензенской области. − URL: https://pnz.gks.ru/storage/mediabank/HUMNssDY/ПЕНЗЕНСКАЯ%20ОБЛАСТЬ%202020%20в%20цифрах%20(официальное%20издание).pdf (дата обращения 19.12.2021).

21 Топ-регионов-и-итоги-программы туристического-кэшбэка-осеннего-сезона [Электронный ресурс] // Сайт Санатории-россии.рф. − URL: https://санатории-россии.рф/блог/топ-регионов-и-итоги-программы туристического-кэшбэка-осеннего-сезона (дата обращения 19.12.2021).

22 О развитии туризма в Пензенской области [Электронный ресурс] // Сайт Русского географического общества. − URL: https://www.rgo.ru/ru/article/o-razvitii-turizma-v-penzenskoy-oblasti (дата обращения 19.12.2021).

23 COVID-19: правила посещения Пензенской области [Электронный ресурс] // Сайт Национальный туристический портал «RUSSIA TRAVEL». − URL: https://russia.travel/news/338687/?utm_source=site_tourismgovru&utm_medium=

referral&utm_campaign=cashback_20&utm_content=news_pr (дата обращения 19.12.2021).

24 Кондратенко М. ESG-принципы: что это такое и зачем компаниям их соблюдать [Электронный ресурс] // Сайт АО РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ «РБК». − URL: https://trends.rbc.ru/trends/green/614b224f9a7947699655a435 (дата обращения 17.12.2021).

25 Галочкин А. Тренд 2020: персонализация в отеле [Электронный ресурс] // Сайт «Travelline.ru». − URL: https://www.travelline.ru/blog/trend-2020-personalizatsiya-v-otele/ (дата обращения 17.11.2021).

26 Контроль COVID-19 в гостиницах и других местах размещения в секторе гостиничного обслуживания [Электронный ресурс] // Рекомендации ВОЗ для гостиниц и других мест размещения в секторе гостиничного обслуживания. − URL: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/333992/WHO-2019-nCoV-Hotels-2020.3-rus.pdf (дата обращения 16.11.2021).

27 «Зеленые» технологии в индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] // Сайт «Frontdesk.ru Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса». − URL: https://www.frontdesk.ru/article/zelenye-tehnologii-v-industrii-gostepriimstva (дата обращения 16.11.2021).

28 Уникальная приставка SberBox [Электронный ресурс] // Сайт ПАО Сбербанк. − URL: https://www.sberbank.ru/ru/press_center/all/article?newsID=8df88b0b-5ca1-4490-98f9-0e9a8a50b0e8&blockID=1303&regionID=77&lang=ru&type=NEWS (дата обращения 16.11.2021).

29 Каталог [Электронный ресурс] // Сайт Интернет-магазин «StolbikiOptom». − URL: https://stolbiki-optom.ru (дата обращения 15.11.2021).

30 Каталог [Электронный ресурс] // Сайт Интернет-магазин «Komus.ru». − URL: https://www.komus.ru/ (дата обращения 15.11.2021).

31 Преимущества ресторана [Электронный ресурс] // Сайт ресторана «Троицкий». − URL: https://troitskiy58.ru (дата обращения 14.11.2021).

32 Главная [Электронный ресурс] // Сайт гостиницы «Voyage». − URL: https://voyagepenza.ru/ (дата обращения 14.11.2021).

33 Гостиница «Voyage» [Электронный ресурс] // Страница гостиницы «Voyage» на сайте 101Hotels.com. − URL: https://101hotels.com/main/cities/penza/voyage_hotel_4.html (дата обращения 14.12.2021).

34 Гостиница «Voyage» [Электронный ресурс] // Страница гостиницы «Voyage» на сайте Booking.com. − URL: https://www.booking.com/hotel/ru/voyage-penza.ru.htm (дата обращения 14.12.2021).

35 Новости [Электронный ресурс] // Аккаунт ресторана «Троицкий» в социальной сети «ВКонтакте». − URL: https://vk.com/voyagepenza (дата обращения 14.12.2021).

36 Home [Электронный ресурс] // Сайт «Greeng Globe». − URL: https://www.greenglobe.com (дата обращения 14.12.2021).

37 Форма заявки на получение знака «Safe Travels. Мир без границ» [Электронный ресурс] // Сайт «Safe Travels. Мир без границ». − URL: https://safetravelsvisitrussia.ru/#anchor3 (дата обращения 13.12.2021).

Глоссарий

Бронирование – предварительное закрепление за определенным туристом (пассажиром) мест в гостиницах или на транспортных средствах, билетов в культурно-зрелищные учреждения на определенную дату.

Гостеприимство – международный термин туристского сервиса, который обозначает комплекс концепций, принципов, средств и сервисных правил приема посетителей в гостиницах и подобных им предприятиях.

Гостиничная цепь – одна из цепочных, франшизных или других гостиничных систем, члены которой пользуются особыми привилегиями, особенно в национальной системе бронирования.

Гостиница – предприятие, здание, предназначенное для временного проживания туристов, путешественников, граждан.

Гость – приезжий, прибывший в другую страну, другую местность с туристской целью, потребитель сферы гостеприимства.

Дестинация – международный туристский термин для обозначения территории, обладающей определенными туристскими ресурсами и туристской инфраструктурой, делающей данный регион возможным для посещения туристами.

Инновация в туризме – применение принципиально новых способов решения туристских задач.

Индустрия гостеприимства – сфера предпринимательства, состоящая из видов обслуживания, которые опираются на принципы гостеприимства.

Инфраструктура – дороги, стоянки для автомобилей: дренаж сточных вод, канализация, водопровод, электричество – все необходимое для полноценного проживания на данной территории. Эксплуатируется туристами и местными жителями.

Индустрия туризма – экономическая система, состоящая из комплекса отраслей и подразделений, функции которых заключаются в удовлетворении

разнообразного и усложняющего спроса на различные виды отдыха и развлечений.

Коворкинг в широком смысле – подход к организации труда людей с разной занятостью в общем пространстве; в узком – подобное пространство, коллективный офис. Коворкинг характеризует гибкую организацию рабочего пространства и стремление к формированию сообществ резидентов и внутренней культуры.

Концепция устойчивого развития – модель развития цивилизации, которая исходит из необходимости соблюдения баланса между решением социальных, экономических проблем и сохранением окружающей среды.

Концепция «зеленой» экономики – это модель, которая ведет к улучшению здоровья и социальной справедливости населения, а также к значительному снижению опасных воздействий на окружающую среду и к снижению экологического дефицита. «Зеленая» экономика, в ее простейшей форме, может рассматриваться как низко углеродная, ресурсосберегающая и социально инклюзивная модель экономики.

Пандемия – необычайно сильная эпидемия, распространившаяся на территории ряда стран, континентов; высшая степень развития эпидемического процесса. Пандемия является наиболее опасной формой, то есть эпидемией, охватывающей подавляющую часть мира.

Персонализация – это предоставление максимально релевантного контента пользователю на основании его данных, полученных из легальных источников. Это очень обширное направление, которое включает в себя персонализацию контента, товарных рекомендаций, каналов коммуникации, рекламы и т. д.

Турист – путешественник, проживающий в месте назначения не менее 24 часов, цель поездки которого – отдых, бизнес, семья, определенная миссия, встреча.

Цифровизация (цифровая трансформация) – внедрение современных информационных и цифровых технологий в разные сферы жизни.

Экологичность – качество чего-либо, отражающее его способность не наносить вреда окружающей природе.

Safe Travels – это знак качества, гарантирующий эпидемиологическую безопасность пребывания в объектах размещения, которые строго соблюдают протоколы Всемирного совета по путешествиям и туризму.

COVID-19 (аббревиатура от англ. COronaVIrus Disease 2019 – коронавирусная инфекция 2019 года, рус. ковид), ранее коронавирусная инфекция 2019-nCoV – потенциально тяжёлая острая респираторная инфекция, вызываемая коронавирусом SARS-CoV-2 (2019-nCoV).

CRM маркетинг – это бизнес-подход, который подразумевает анализ, контроль и улучшение взаимоотношений с клиентами.

Приложения

Приложение А

Информация о туроператорах на рынке туризма Пензенской области

Таблица А.1 – Краткая характеристика туроператоров Пензенской области

Название организации	Номер в реестре туроператоров	Сфера туроператорской деятельности	Размер финансового обеспечения, руб.	Год внесении сведений в единый федеральный реестр туроператоров
ООО ОЦ «Лингва»	РТО 022868	внутренний туризм, международный въездной	500 000	2021
ООО «Материк»	РТО 022145	внутренний туризм	500 000	2020
ООО «Туристическая компания «Соболь»	РТО 022154	внутренний туризм	500 000	2020
ООО «Глобал Тревел Бас»	РТО 021065	внутренний туризм	500 000	2019
ООО «ДИСКАВЕРИ»	РТО 019869	внутренний туризм	500 000	2018
ООО «Лариэльтур»	РТО 019741	внутренний туризм	500 000	2018
ООО «Альтаир»	РТО 019004	внутренний туризм	500 000	2017
ООО «Круиз»	РТО 016385	внутренний туризм	500 000	2016
ООО ТО «БЕРКУТ»	РТО 013970	внутренний туризм	500 000	2015
ООО «Каникулы»	РТО 003425	внутренний туризм	500 000	2010

Приложение Б

Полная характеристика номерного фонда

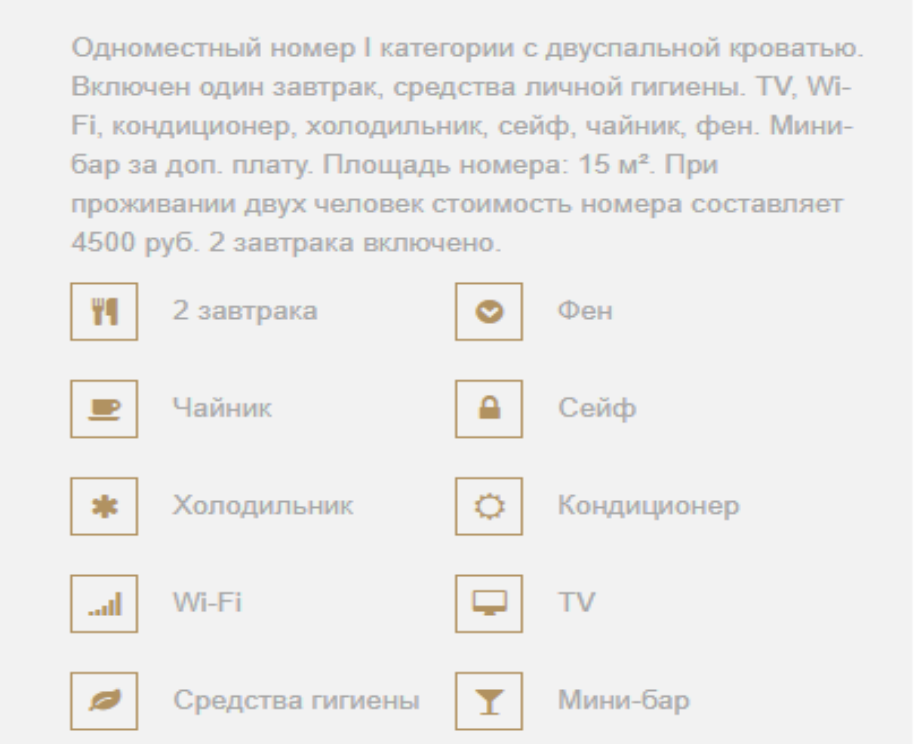

Рисунок Б.1 – Характеристика номера
«Одноместный первой категории»

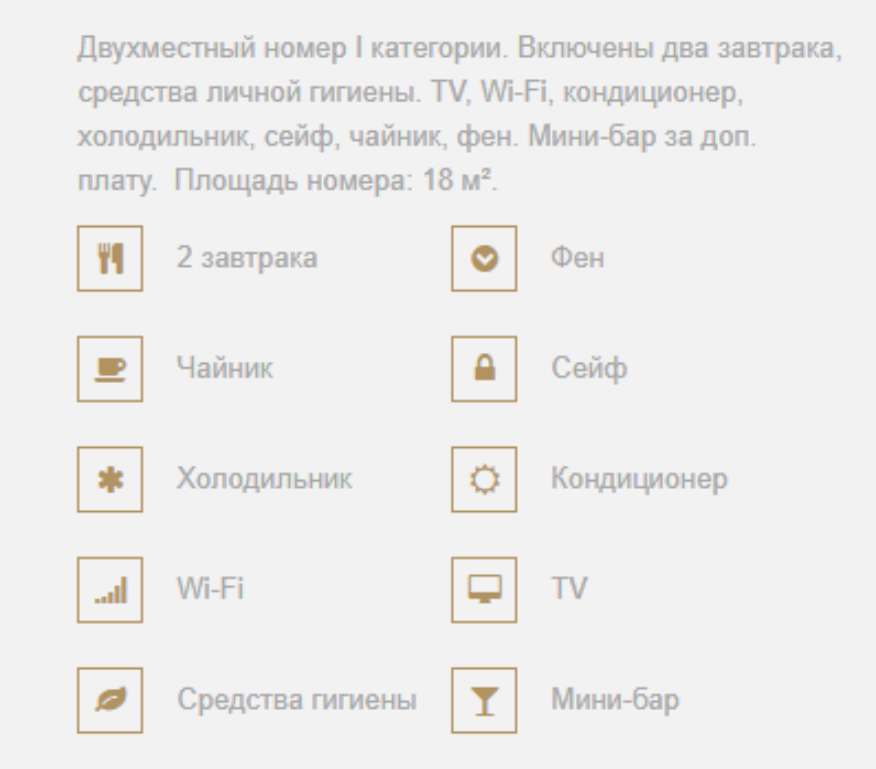

Рисунок Б.2 – Характеристика номера «Двухместный первой категории»

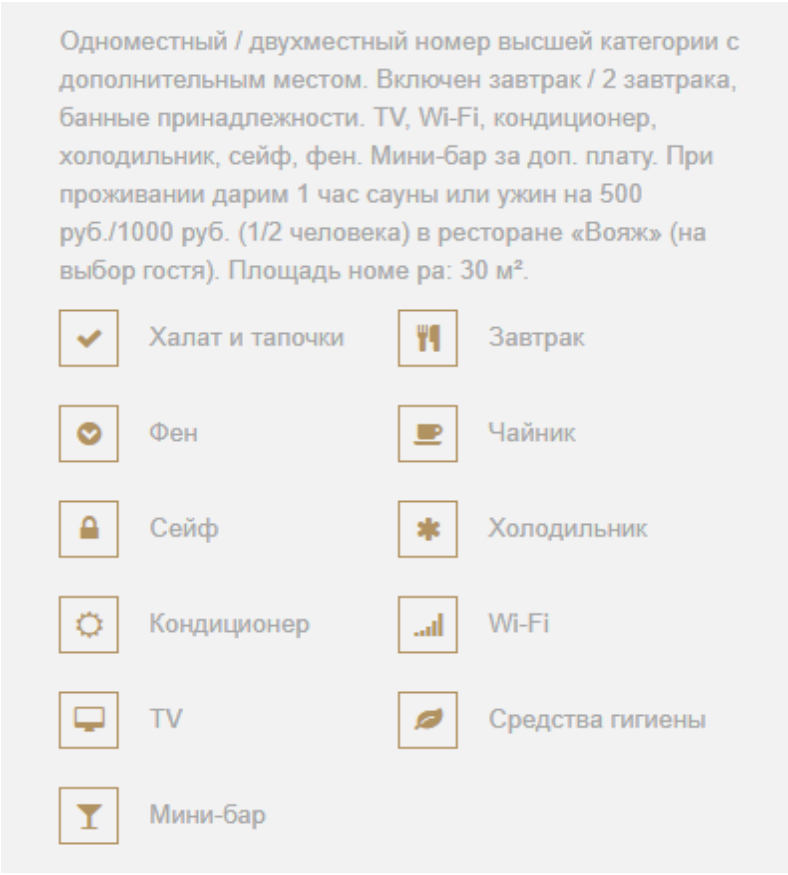

Рисунок Б.3 – Характеристика номера «Джуниор сьют»

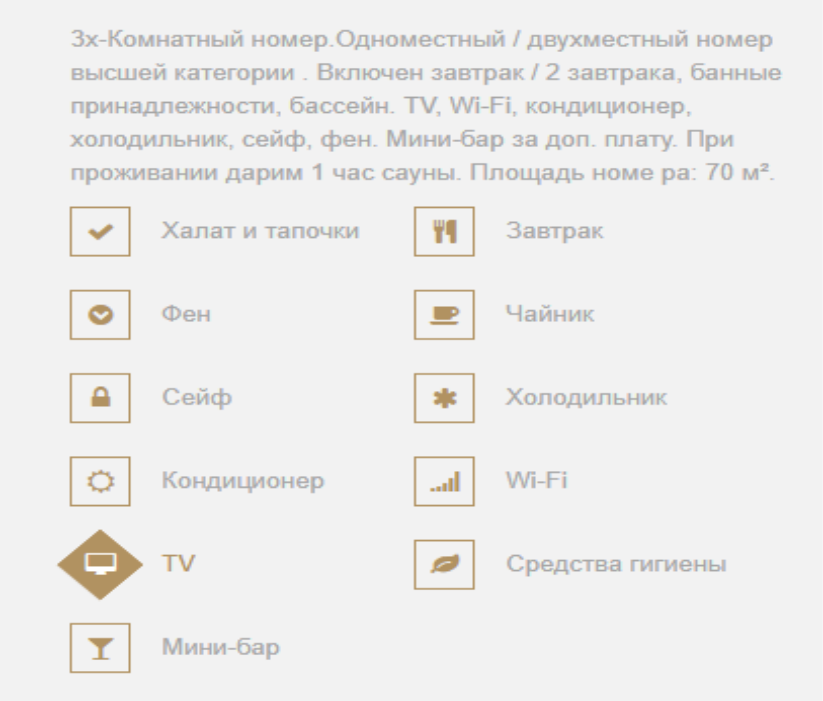

Рисунок Б.4 – Характеристика номера «Апартаменты сказочные»

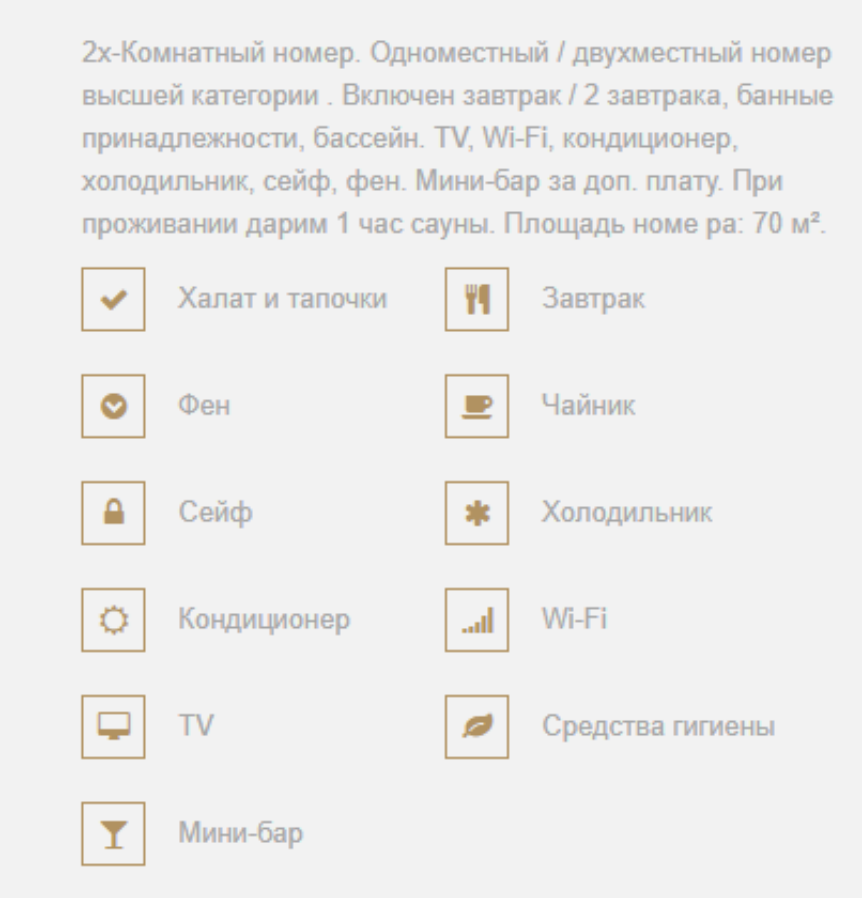

Рисунок Б.5 – Характеристика номера «Люкс деревенский»