МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

Развитие предпринимательства в сфере туристических услуг (на примере ТОО «КазТур»)

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 463 группы
направления 38.03.01 Экономика
профиль «Экономика предпринимательства»
экономического факультета
Кашпаевой Лауры

Научный руководитель:
к.э.н., доцент В.С. Федоляк

Зав. кафедрой:
к.э.н., доцент Е.В.Огурцова

Саратов 2021 год

Введение. Туризм является одной из ведущих и наиболее динамичных отраслей мировой экономики и в настоящее время туризм во многих странах играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешне-торгового баланса. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления, торговли, предприятий питания и размещения и другие, т.е. выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития.

Соответственно, туризм является одной из самых быстроразвивающихся и перспективных сфер хозяйствования. Современные условия жесткой конкуренции на туристском рынке, экономическая и политическая нестабильность во многих регионах мира, быстрорастущие потребности и запросы туристов, говорят о необходимости перехода на инновационный путь развития отечественной туристской отрасли.

Современный туристский бизнес является одним из крупнейших и наиболее быстро растущих секторов экономики. Часто индустрия туризма рассматривается в качестве посредника экономических и социальных изменений в обществе. Кроме того, туризм способен поддержать общенациональное объединение путем притока иностранной валюты, поощрять культурную деятельность и традиционные ремесла, оказать существенное влияние на выживание различных секторов услуг. Индустрии туризма отводится значительная роль в создании рабочих мест, снижении уровня безработицы преимущественно за счет развития туристского предпринимательства, способного устранить социальные проблемы, дать толчок развитию страны и пополнению бюджета, приводящему к росту валового внутреннего продукта.

Туризм способен дать большой импульс развитию предпринимательства. Об этом не раз упоминал в стратегических планах государства Елбасы Н. Назарбаев, призвавший казахстанских

предпринимателей инвестировать в туристскую отрасль, гарантировав поддержку со стороны государства в виде создания необходимой инфраструктуры. На это направлена новая разрабатываемая программа развития туризма в Казахстане до 2023 года

Одним из приоритетных направлений современной экономической политики государства в Казахстане является стимулирование развития туризма как одного из кластеров, которые определяют долгосрочную специализацию экономики страны в несырьевых отраслях. Для этого Казахстан, обладая уникальными природными ресурсами и самобытной культурой кочевого народа, имеет огромные возможности как на международном, так и региональном рынках. В то же время, туристический потенциал рекреационных ресурсов и историко-культурного наследия Казахстана не реализуется в достаточной степени, чтобы данная отрасль приносила ощутимый социально-экономический эффект для государства. Именно поэтому стимулирование развития туристской деятельности в республике связывается в последние годы с активизацией предпринимательства в данной сфере.

Вопросы предпринимательской деятельности в сфере туризма представлены в экономической литературе достаточно хорошо. В частности, теоретические основы и условия развития предпринимательской деятельности в сфере туризма раскрываются в работах В.И. Хабарова, А.В. Бандурина, В.В. Дика, О.А. Старовойтенко, М.Н. Дмитриева, М.Н. Забаевой, Е.Н.Малыгиной и других. Практическая направленность исследована в работах Кускова А.С., Терехова О.Д., Морозова, М.А. Наумовой, С.А. Севастьяновой, А.Д. Чудновский.

Цель данной работы состоит в исследовании особенностей развития предпринимательской деятельности в туристической фирме на примере ТОО «КазТур».

Для достижения цели необходимо решить ряд задач, в частности:

– проанализировать теоретические основы и условия развития предпринимательской деятельности в сфере туризма;

– выявить особенности развития предпринимательской деятельности в туристической фирме;

– предложить основные направления развития предпринимательской деятельности туристических услуг.

Объект исследования – туризм, как сфера предпринимательской деятельности. Предмет исследования – предпринимательская деятельность туристической фирмы ТОО «КазТур».

Теоретико-методологической основой исследования послужили научные труды зарубежных и отечественных ученых по вопросам сферы туризма и предпринимательства в сфере туризма.

В качестве методов исследования используются системный подход, методы анализа и синтеза информации, сравнительного анализа, методы финансового анализа, статистические методы.

Информационно-эмпирическую базу исследования составили специализированные издания рынка туризма, отчеты отдельных компаний, предоставляющих туристические услуги, Интернет-ресурсы информационно-аналитических агентств, результаты наблюдений, опроса и расчеты автора.

Теоретическая значимость данной работы выражается в возможности использования полученных результатов в различных научных исследованиях по данной или смежной тематике, а также для преподавания в контексте дисциплины «туризм».

Практическая значимость результатов данной работы заключается в возможности применения их в деятельности ТОО «КазТур». Внедрение результатов данного исследования способно улучшить деятельность данной туристической компании.

Основная часть. Необходимость исследования данной темы объясняется тем, что туризм способен дать большой импульс развитию предпринимательства. Об этом не раз упоминал в стратегических планах

государства Елбасы Н. Назарбаев, призвавший казахстанских предпринимателей инвестировать в туристскую отрасль, гарантировав поддержку со стороны государства в виде создания необходимой инфраструктуры. На это направлена новая разрабатываемая программа развития туризма в Казахстане до 2023 года.

В процессе исследования данной темы я пришла к следующим выводам.

1. Предпринимательство предопределяет достаточно развитый рынок туристских услуг. Указанный рынок определяет функции и виды деятельности субъектов предпринимательства – туристских операторов и туристских агентов и связанной с ними предприятий туристской инфраструктуры. Иными словами, если есть рынок, то должно быть и предпринимательство.

Место туристской отрасли и туристского предпринимательства в современной экономике представлено на схеме (рис. 1).

Рисунок 1 – Место предпринимательства туризма в экономике

2. На развитие предпринимательской деятельности в сфере туризма, как было отмечено, оказывают большое влияние риски. В числе таких рисков риски ответственности туроператоров, риски неисполнения обязательств контрагентами туроператора, валютные риски, риски сезонности, риски потери репутации, политический риск.

Анализ условий развития предпринимательства в сфере туризма в Казахстане позволил определить, что данная деятельность по причине пандемии находиться в затруднительном положении.

3. В рамках данной работы проведем анализ одной из ведущих туристических организаций Казахстана – «Казтур». Организационная структура данной организации представлена на рис.2.

Рисунок 2 – Организационная структура управления «Казтур»

4. Анализ экономических результатов ТОО «КазТур» за 2017-2019 г.г., показывает, что выручка от продаж в 2018 г. уменьшилась на 116 млн.тенге, что в процентом отношении составляет 1,37%. При этом в 2019 г. она увеличилась на 29 млн. тенге. (0,35%).

Таблица 1 – Анализ экономических результатов ТОО «КазТур» за 2017-2019 г.г., млн. тенге

Показатель	2017	2018	2019	Изменение 2018/2017	Изменение 2019/2018	ТП 2018/ 2017,%	ТП 2019/ 2018, %
Выручка	8478	8362	8391	-116	29	- 1,37	+0,35
Себестоимость продаж	6314	6471	6483	157	12	+2,49	+0,19
Валовая прибыль	2164	1891	1908	-273	17	- 12,62	+0,90
Расходы по реализации	820	827	814	7	-13	+ 0,85	- 1,57
Административные расходы	516	523	511	7	-12	+ 1,36	-2,29
Прибыль от реализации	828	541	583	-287	42	- 34,66	+7,76
Прочие доходы	2137	2068	2055	-69	-13	- 3,23	-0,63
Прочие расходы	615	813	801	198	-12	+32,20	-1,48
Операционная прибыль	2350	1796	1837	-554	41	- 23,57	+2,28
Текущий налог на прибыль	470	359	367	-111	8	-23,62	+2,23
Чистая прибыль	1880	1437	1470	-443	33	-23,56	+2,30

Источник: Таблица составлена автором на основании данных финансовой отчетности предприятия

Себестоимость от продаж в 2018 г. при этом увеличилась на 157 млн. тенге. (2,49%), а в 2019 г. на 12 млн. тенге. (0,19%).

Расходы по реализации и административные расходы предприятия в 2018 г. увеличились на 7 млн. тенге, а в 2019 г. уменьшились: коммерческие – на 13 млн. тенге, а управленческие – на 12 млн. тенге.

Оценка результатов проведенного анализа показала, что в 2018 г. прибыль от продаж уменьшилась на 287 млн. тенге. (- 34,66%), а в 2019 г. увеличилась на 42 млн. тенге.

При этом прочие доходы уменьшились в 2018 г. – на 69 млн. тенге, в 2019 г. – на 13 млн. тенге, а прочие расходы показали в 2018 г. увеличение на 198 млн. тенге, но в 2019 г. уже немного уменьшились (12 млн. тенге).

В 2018 г. произошло снижение операционной прибыли, которая составила 554 млн. тенге (-23,5%), а в 2019 г. наблюдается незначительное увеличение на 41 млн. тенге.

Соответственно, текущий налог на прибыль также показал снижение в 2018 г. на 111 млн. тенге, а в 2019 г. – рост на 8 млн. тенге.

Относительно показателя чистой прибыли, то как показывают данные таблицы, в 2018 г. произошло снижение на 443 млн. тенге (23,5%), а в 2019 г. увеличение на 33 млн. тенге.

5. В рамках данной работы проведен анализ ликвидности и платежеспособности ТОО «КазТур», как факторов внешнего проявления финансовой устойчивости. Данный анализ проведен с использованием данных финансовой отчетности ТОО «КазТур». Полученные результаты представлены в **таблице 2**.

Таблица 2 – Группировка активов и пассивов ТОО «КазТур» за 2017-2019 г.г., тыс. руб.

Активы				Пассивы			
	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019		31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019
$А_1$	182	230	138	$П_1$	1849	1617	1635
$А_2$	610	735	879	$П_2$	367	295	251
$А_3$	1790	2080	2178	$П_3$	816	558	337
$А_4$	15957	16230	15409	$П_4$	16503	16060	16093

Источник: Таблица составлена автором на основании данных финансовой отчетности предприятия

6. Исходя из проведенного анализа имеющихся данных за 2017-2019 г.г. ТОО «КазТур» следует, что условия ликвидности баланса не соблюдаются на протяжении всего периода относительно нескольких равенств, что свидетельствует о крайне низком уровне ликвидности.. Однако следует отметить, что проводимый по приведенной схеме анализ ликвидности баланса является не достаточно точным, соответственно рассчитаем коэффициенты ликвидности. Полученные данные представим в **таблице 3.**

Таблица 3 – Коэффициенты ликвидности за 2017-2019 г.г. ТОО «КазТур»

Показатель	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019	Изменение 2019/2017
Коэф.текущей ликвидности	1,16	1,59	1,69	0,53
Коэф. быстрой ликвидности	0,36	0,5	0,54	0,18

Коэф. абсолютной ликвидности	0,08	0,12	0,07	-0,01

Источник: Таблица составлена автором на основании данных финансовой отчетности предприятия

Значение текущей ликвидности показывает, что у предприятия достаточно средств, которые оно может использовать для погашения краткосрочной задолженности. При этом в сравнении с 2017 г. данный уровень данного показателя повышается. Значение быстрой ликвидности свидетельствует о том, что у исследуемого предприятия нет возможности покрывать краткосрочную задолженность ликвидными средствами. При этом положительный момент в том, что показатель повышается с каждым годом. Показатели абсолютной ликвидности показывают, что у предприятия нет возможности погасить хоть какую-то часть кредиторской задолженности.

7. Далее был определен тип финансовой устойчивости ТОО «КазТур» **(табл.4).**

Таблица 4 – Тип финансовой устойчивости ТОО «КазТур»

Показатели	2017	2018	2019
1. Общая величина запасов (запасы + НДС).	1940	1660	1420
2. Наличие собственных оборотных средств (СОС)	688	-170	546
3. Величина функционирующего капитала.	1025	388	1362
4. Общая величина источников.	1886	1912	2216
5. $Ф^{С}$	-1252	-1830	-874
6. $Ф^{Т}$	-915	-1272	-58
7. $Ф^{О}$	-54	252	796

8. Трехкомпонентный показатель финансовой устойчивости*	S=S(-1252)(- 915) (-54)	S=S(-1830) (-1272)(+252)	S=S(-874) (-58)(+796)

Источник: Таблица составлена автором на основании данных финансовой отчетности предприятия

Исходя из этого финансовая устойчивость является в 2017 году кризисной, а в 2018 г. и в 2019 г. – неустойчивой.

8. Анализируя финансово-хозяйственную деятельность следует обратить внимание, что пандемия оказала сильное влияние на деятельность всех организаций, в том числе и на выручку. Потери в сфере въездного туризма оценивают в 70-80%. Несмотря на то, что спрос на местные туры, несомненно, вырос, компания, как и другие подобные фирмы, терпит убытки из-за повсеместных ограничений.

9. Развитие внутреннего и въездного туризма является одним из приоритетных направлений государственной политики. В Казахстане идет активная работа по формированию имиджа и привлекательности местной туристской среды. В условиях пандемии именно развитие внутреннего туризма позволит ТОО «КазТур» повысить свою выручку и снизить негативное влияние на деятельность компании. Туры выходного дня также все больше набирают популярность среди населения. Такие туры уже довольно развиты вокруг Нур-Султана и Алматы. При этом, ядром этих туров стали национальные природные парки страны, среди них: Городище Культобе, Танбалы, Чарынский каньон, или просто Долина замков, Озера Кольсай и Каинды.

10. Однако создать эти туры – это еще не успех, необходимо их еще продавать, а для этого нужно правильное продвижение. На сегодняшний день, наиболее эффективным способом будет SEO продвижение. Не менее значимым будет рекомендация по наполнению сайта и групп в социальных сетях информацией, которой на данном этапе не достаточно. В качестве решения проблемы по недостаткам продвижения через социальные сети, предлагается обратить внимание, в первую очередь, на Instagram,

являющийся одной из наиболее популярнейших сетей. На рис.3 представим основные рекомендации по продвижению в Instagram.

Рисунок 3– Рекомендации продвижения в Instagram

11. Цена тура из расчета получения фирмой прибыли в 20% составит 23 508 тенге (19 590*1,2=23 508). Прибыль с одного туриста составит 23 508 - 19 590 =3 918 тенге, а с группы 3 918*25=97 950 тенге. (табл.5).

Таблица 5 – Калькуляция тура на 2 дня, тенге

Затраты	Всего на 25 человек	На одного человека
Постоянные затраты		
Аренда автобуса	75 500	3020
Зарплата экскурсовода	57 250	2290
Переменные затраты		
Питание	105 000	4200
Проживание в гостинице	148 000	5920
Дополнительные затраты на билеты для входа в заповедники, музеи	90 000	3600
Страховка	14 000	560
Итого	489 750	19 590

Источник: Таблица составлена автором

Следовательно, если агентство будет организовывать данный тур каждые выходные, то сможет в месяц получить дополнительную

97950*4=391800 тенге. В данном случае расчет проведен для одного вида туров внутреннего туризма, а их может быть несколько.

Заключение. Таким образом, целью данной работы стало исследование особенностей предпринимательской деятельности в сфере туризма на примере ТОО «КазТур».

Для этого необходимо было решить ряд задач.

В первую очередь, был проведен теоретический анализ.

Установлено, что предпринимательство в индустрии туризма набирает обороты. Роль предпринимателей в сфере туризма имеет жизненно важное значение для развития различных привлекательных направлений.

Стимулирование предпринимательства в секторе туризма ведет к снижению безработицы, повышению производительности труда людей и, как следствие, к увеличению доходов местного населения.

Предпринимательство предопределяет достаточно развитый рынок туристских услуг. Указанный рынок определяет функции и виды деятельности субъектов предпринимательства – туристских операторов и туристских агентов и связанной с ними предприятий туристской инфраструктуры.

На развитие предпринимательской деятельности в сфере туризма, как было отмечено, оказывают большое влияние риски. В числе таких рисков риски ответственности туроператоров, риски неисполнения обязательств контрагентами туроператора, валютные риски, риски сезонности, риски потери репутации, политический риск.

Анализ условий развития предпринимательства в сфере туризма в Казахстане позволил определить, что данная деятельность по причине пандемии находиться в затруднительном положении.

В рамках данной работы был проведен анализ одной из ведущих туристических организаций Казахстана – «Казтур».

Основанная в 2001 году, компания «КазТур» стала одной из первых туристских организаций в Казахстане, которая начала внедрять актуальные

на тот момент технологии и применять зарубежный опыт для развития отечественного рынка туризма и улучшения уровня обслуживания казахстанских туристов.

проведенный анализ финансового состояния выявил факт снижения выручки.

Общая рентабельность предприятия находиться на достаточно высоком уровне, при этом рентабельность продаж, активов значительно ниже.

Значение коэффициента платежеспособности ТОО «КазТур» свидетельствует о том, что предприятие платежеспособно, однако имеет место снижение показателя. Оценка значений коэффициента автономии показывает, что общество финансово независимо от кредиторов, однако значение показателя также снижается.

Коэффициент обеспеченности собственных средствами свидетельствует о том, что в 2018 г. у общества отсутствовали собственные источники для формирования запасов и затрат. При этом в 2017 г. и 2019 г. обеспеченность на должном уровне.

Анализ ликвидности выявил ряд проблем, поэтому для определения типа финансовой устойчивости был также применен «трехкомпонентный анализ», который выявил кризисный тип в 2017 г. и неустойчивость в 2018 г. и в 2019 г.

Среди основных проблем при этом можно выделить такие как: не ликвидный баланс ТОО «КазТур», отсутствие возможности покрывать немедленно кредиторскую задолженность с помощью ликвидных средств. Также негативным является обеспеченность запасами предприятия, рост дебиторской задолженности.

В свою очередь, пандемия COVID-19 оказала влияние не только на снижение выручки, но и привела к потерям в сфере выездного туризма и росту спроса на внутренний туризм. Именно поэтому необходимо дать рекомендации по повышению эффективности предпринимательской деятельности ТОО «КазТур».

Развитие внутреннего и въездного туризма является одним из приоритетных направлений государственной политики. В Казахстане идет активная работа по формированию имиджа и привлекательности местной туристской среды.

В условиях пандемии именно развитие внутреннего туризма позволит ТОО «КазТур» повысить свою выручку и снизить негативное влияние на деятельность компании.

Туры выходного дня также все больше набирают популярность среди населения. Такие туры уже довольно развиты вокруг Нур-Султана и Алматы. При этом, ядром этих туров стали национальные природные парки страны.

В рамках повышения эффективности своей предпринимательской деятельности ТОО «КазТур» может создать несколько вариантов туров выходного дня.

Однако создать эти туры – это еще не успех, необходимо их еще продавать, а для этого нужно правильное продвижение.

Не менее значимым будет рекомендация по наполнению сайта и групп в социальных сетях информацией, которой на данном этапе не достаточно.

В качестве решения проблемы по недостаткам продвижения через социальные сети, предлагается обратить внимание, в первую очередь, на Instagram, являющийся одной из наиболее популярнейших сетей.

Следовательно, если агентство будет организовывать данный тур каждые выходные, то сможет в месяц получить дополнительную 97950*4=391800 тенге.

В данном случае расчет проведен для одного вида туров внутреннего туризма, а их может быть несколько.

Соответственно, все эти рекомендации позволят ТОО «КазТур» в условиях пандемии предлагать туристам альтернативные варианты на случай повторного закрытия границ и ухудшения ситуации с выездным туризмом.