

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**

**АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

Студентки 4 курса 412 группы  
38.03.01

---

код и наименование направления (специальности)

«Экономика»

---

профиль подготовки

экономического факультета

Хмариной Инессы Дмитриевны

---

фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

К.В. Фенин

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Е.В. Огурцова

инициалы, фамилия

Саратов 2024

**Введение.** На современном этапе развития экономики и общества предпринимательская деятельность является неотъемлемой составляющей большинства бизнес-структур. Туризм представляет собой определенную зону предпринимательства туристического бизнеса, который включает в себя производство всех видов услуг, направленных на удовлетворение потребностей туристов, а развитие предпринимательства в сфере туристических услуг является одним из ключевых факторов экономического роста и социального благополучия.

Туризм в России – это развивающийся комплекс. Поэтому постоянно ведется поиск новых форм работы на рынке, путей решения, возникающих в данной индустрии проблем. Развитие туризма способствует большей открытости экономики и гармонизации общества.

Сложность и нерешенность ряда проблем, связанных с влиянием глобальных экономических процессов на деятельность компаний индустрии туризма обуславливает актуальность исследования развития предпринимательской деятельности в сфере туризма в современных условиях.

Теоретические основы и условия развития в области туристического предпринимательства рассматриваются в работах А.Н. Овчарова, О.П. Образцовой, А.В. Чепуренко, Л. М. Григорьева, З. С. Ёлкиной, П. А. Медниковой, Д. А. Серовой, М. Ф. Стародубцевой, Е. С. Филипповой и других авторов. Практические аспекты исследуются в трудах Н. А. Розинской, Е. В. Фроловой, Н. В. Медведевой, Е.Н. Александровой, Н.В. Андреевой, В.Е. Поклоновой.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является туристический оператор ООО «Корал Тревел».

Информационной базой по теме исследования послужили также электронные ресурсы, отчет о финансовых результатах (прибылях и убытках) ООО «Корал Тревел».

Цель данной работы – исследование направлений совершенствования предпринимательской деятельности в сфере туризма на примере ООО «Корал Тревел».

Для достижения поставленной цели в работе решались следующие задачи:

1. Охарактеризовать сущность, функции и виды предпринимательской деятельности в сфере туризма;
2. Изучить особенности предпринимательской деятельности в сфере туризма;
3. Рассмотреть проблемы и ограничения развития предпринимательства в сфере туристических услуг;
4. Выделить перспективы развития предпринимательской деятельности в сфере туризма в России;
5. Дать социально-экономическую характеристику организации ООО «Корал Тревел»;
6. Проанализировать уровень развития и эффективность функционирования предпринимательства в сфере туристических услуг в организации ООО «Корал Тревел»;
7. Выявить направления совершенствования развития туристского предпринимательства на примере организации ООО «Корал Тревел».

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников.

В заключении изложены основные результаты выпускной квалификационной работы.

**Основная часть.** Предпринимательство - это сложный и многогранный процесс, связанный с созданием и реализацией бизнес-идей, направленных на получение прибыли. Целью предпринимательской деятельности является удовлетворение потребностей клиентов путем производства товаров и оказания услуг. Туристская деятельность является одним из видов предпринимательства, который имеет свои особенности и специфику. Она

включает в себя разработку и реализацию туристических продуктов, бронирование транспорта и мест размещения, предоставление экскурсионных и других дополнительных услуг.

Туристская деятельность имеет ряд отличительных особенностей, которые отличают ее от других видов предпринимательства:

- сезонность спроса на туристические услуги;
- высокая зависимость от внешних факторов (экономическая ситуация в стране, политическая нестабильность, природные катаклизмы и т.д.);
- необходимость соблюдения большого количества законодательных и нормативных требований;
- высокая конкуренция на рынке туристических услуг.

Несмотря на эти сложности, туристская деятельность является привлекательной для предпринимателей.

Рассматривая предпринимательскую деятельность в разрезе туристского рынка выделим двух важных субъектов:

- туристического оператора, который является ключевой фигурой в процессе формирования туристского продукта и продвижения его потребителям либо напрямую, либо через посредника (туристического агента);
- туристического агента, который осуществляет реализацию турпродуктов туристического оператора конечным потребителям или в крайнем случае фирмам-перекупщикам.

Туристическая компания - это юридическое лицо, которое производит и продает туристические продукты. Эти продукты являются результатом деятельности, которая направлена на организацию отдыха, рекреации, оздоровления и лечения населения и реализуемой путем выполнения следующих функций:

- производство услуги;
- продажа (сбыт);

- маркетинг;
- организация производственного процесса
- финансово-хозяйственная деятельность.

Эти функции отражают суть процесса управления, который направлен на достижение максимально возможного результата при ограниченных ресурсах.

Туристический бизнес - одна из самых развитых форм предпринимательства, имеющая свои уникальные особенности. Предпринимательство и индустрия туризма растут быстрыми темпами, поэтому понимание особенностей этой деятельности спрогнозировать ее дальнейшее развитие.

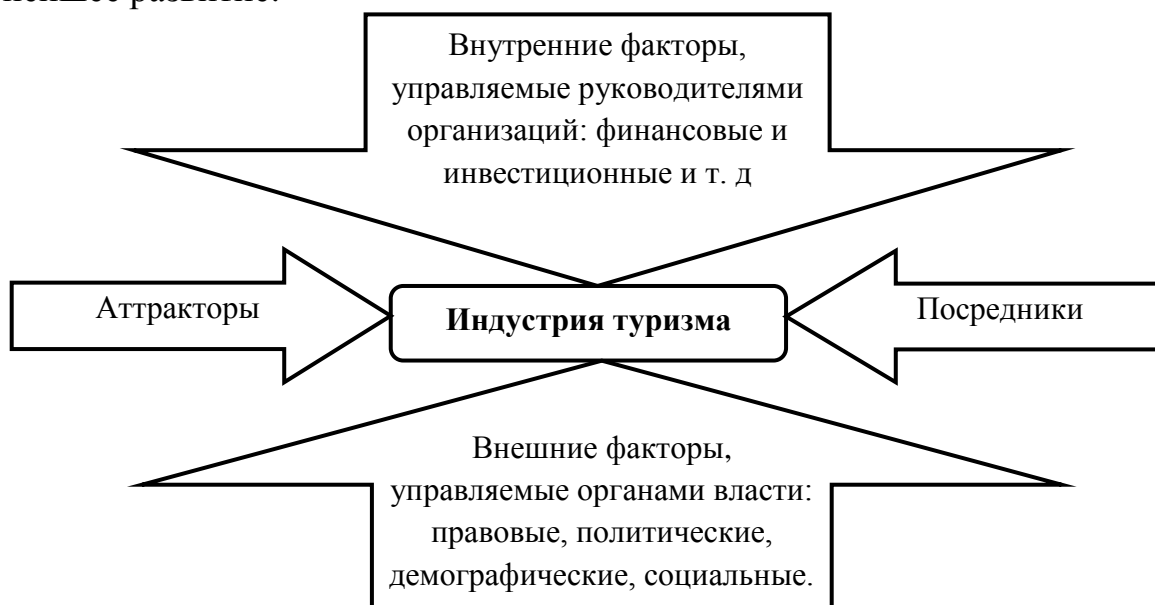


Рисунок 1 - Факторы, влияющие на туристскую деятельность

Предпринимательская деятельность в сфере туризма особенно «чувствительна» к влиянию внешней среды, а перечень внешних факторов, непосредственно влияющих на туристскую деятельность, достаточно широк. Природные ресурсы, ограниченные факторы производства туристской продукции и услуг, сезонность, удаленность процессов производства и потребления туристской продукции, сложность конъюнктуры туристского рынка, проблемы качества услуг, усиление конкуренции, достаточное предложение аналогичных туристских продуктов и др. Внутренние факторы, в свою очередь, характеризуются тем, что в системе управления туризмом

существует множество видов цен, отличающихся определенными классификационными характеристиками.

Предпринимательство в туризме - это вид экономической деятельности, основанный на инициативе и инновационной предпринимательской идее, ориентированной на производство и продажу туристской продукции с целью получения прибыли.

Известно, что для предпринимателей в бизнесе инициативность является важнейшей чертой характера. Это редкий дар, который обладают лишь 5-7% населения. Предприниматели, функционирующие в сфере туризма, должны обладать такими чертами, как:

- способность работать с целевой аудиторией, социальными группами, наладить связь с общественностью;
- владеть коммуникативными навыками, в совершенстве владеть культурой поведения и речи;
- ориентироваться на обеспечение качества обслуживания.

Эти качества предпринимателей являются залогом в формировании туристских впечатлений, которые имеет решающее значение для успешного туристического бизнеса и повышения конкурентоспособности компании.

Туристское предпринимательство находится в центре интересов современного общества, затрагивает жизнь всего населения. Немногие сектора экономики могли бы функционировать без его нескончаемого потока продукции и услуг.

Правительство активно обсуждает вопросы поддержки предпринимательства в этой сфере, разрабатывает программы развития путем принятия законодательных и нормативных правовых актов в целях улучшения условий. Но, несмотря на эти усилия, все еще остаются проблемы, которые сдерживают развитие предпринимательства в данной сфере.

1. Ограниченный доступ к ресурсам является одной из ключевых проблем, с которыми сталкиваются субъекты предпринимательства в

туристической сфере. Это создает трудности для развития и расширения бизнеса, особенно для малых и средних предприятий на начальном этапе и в течение первых трех лет работы, так численность турфирм в России сократилась на 1,8% в 2020 году с 12,7 до 12,5 тыс.

В 2023 году количество ликвидированных компаний превысило число зарегистрированных. Компании, столкнувшиеся с финансовыми трудностями и неспособные адаптироваться к изменениям, не выдержали конкуренции и были вынуждены закрыться.

2. Несовершенство законодательной базы. В настоящее время не существует единой и всеобъемлющей законодательной основы, регулирующей деятельность в этой сфере.

3. Качество услуг в туристической сфере остается на недостаточном уровне, в связи с чем возникает необходимость повышения уровня обслуживания и улучшения качества предоставляемых услуг.

4. Ценовая политика.

5. Недоступность информационных ресурсов. В современном мире информация играет ключевую роль в развитии общества, экономики и государства.

6. Проблема кадрового обеспечения.

7. В сфере туристических услуг существует ряд социально-психологических проблем.

Развитие предпринимательской деятельности позволило выделить туризм как отдельную высокодоходную сферу национальной экономики. Предпринимательство способствует освоению новых сегментов туристического рынка, удовлетворяя потребности разных слоев населения. При этом в туристический оборот входят относительно новые туристические регионы РФ, создаются условия для специализации туристской деятельности, характеризующейся обязательным наличием инновационного момента, который может быть связан с созданием нового турпродукта, внедрением

информационных технологий и использованием новых форм на отдельных направлениях и видах туризма.

Выход на траекторию устойчивого развития предпринимательства в сфере туризма связан с рядом условий.

Во-первых, требуется создание благоприятных условий для предпринимательской деятельности.

Во-вторых, наличие квалифицированных кадров является необходимым условием для устойчивого развития предпринимательства.

В-третьих, ключевым фактором стабильного развития может стать наличие информации о существующих возможностях для развития туризма на данной территории, а также активное информационное обеспечение предпринимательской деятельности со стороны местных органов власти.

И наконец, наиболее важным фактором формирования устойчивого развития можно назвать местные инновационные ресурсы.

Исходя из условий устойчивого развития предпринимательства, для системного развития бизнеса в сфере туризма можно выделить следующие перспективы:

1. Развитие цифровых платформ продвижения туристских продуктов и брендов, цифровых средств навигации и формирования туристского продукта;
2. Подготовка и формирование программных мероприятий содействия развитию предпринимательства в сфере туризма и гостеприимства;
3. Повышение уровня сервиса и кадрового обеспечения развития туризма;
4. Создание нового турпродукта или направления деятельности, внедрение инноваций и стратегий, которые не имеют аналогов на рынке;
5. Определение туристического потенциала региона;
6. Создание общественных объединений, действующих в разных направлениях туризма и гостеприимства;



7. Создание информационных продуктов, направленных на формирование имиджа региона как многофункционального туристического центра.

В качестве примера для исследования был выбран туроператор Корал Тревел.

Эта компания является одной из наиболее успешных на мировом туристском рынке, имея высокий уровень профессионализма и многолетний опыт работы.

Марка Coral появилась в России еще в 1995 году. Основная цель ООО «Корал Тревел» — дальнейшее повышение эффективности деятельности компании и ее конкурентоспособности на рынке.

Структура управления компании ООО «Корал Тревел» построена по линейно-функциональному принципу, на вершине управленческой пирамиды находится генеральный директор, который несет полную ответственность за стратегическое и тактическое управление компанией. По данным ФНС, среднесписочная численность сотрудников «Корал Тревел» в 2023 году составила 48 человек, что на 19 человек меньше, чем в предыдущем 2022 году.

Успех работы на туристическом рынке ООО «Корал Тревел» подтверждается также финансовыми показателями, представленными в таблице 2.

Таблица 2 – Отчет о финансовых результатах ООО «Корал Тревел» за 2019 – 2023 гг

| Показатели, тыс.руб               | Код         | 2019 г.        | 2020 г.       | 2021 г.        | 2022 г.        | 2023 г.        |
|-----------------------------------|-------------|----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| Выручка                           | 2110        | 186 772        | 140 465       | 157 676        | 178 614        | 223 834        |
| Себестоимость                     | 2120        | -79 512        | -62 909       | -83 006        | -73 566        | -83 178        |
| <b>Валовая прибыль (убыток)</b>   | <b>2100</b> | <b>107 260</b> | <b>77 556</b> | <b>74 670</b>  | <b>105 048</b> | <b>140 656</b> |
| Управленческие расходы            | 2220        | -95 061        | -76 181       | -86 103        | -74 800        | -83 335        |
| <b>Прибыль (убыток) от продаж</b> | <b>2200</b> | <b>12 199</b>  | <b>1 375</b>  | <b>-11 433</b> | <b>30 248</b>  | <b>57 321</b>  |
| Проценты к получению              | 2320        | 864            | 520           | 368            | 20 381         | 10 274         |
| Проценты к уплате                 | 2330        | 0              | -24           | -41            | -1 812         | -983           |
| Прочие доходы                     | 2340        | 3 859          | 3 940         | 25 270         | 40 970         | 282            |

Продолжение таблицы 1

|                                            |             |               |              |              |               |               |
|--------------------------------------------|-------------|---------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
| Прочие расходы                             | 2350        | -5 080        | -4 772       | -10 143      | -35 515       | -12 600       |
| <b>Прибыль (убыток) до налогообложения</b> | <b>2300</b> | <b>11 842</b> | <b>1 039</b> | <b>4 021</b> | <b>54 272</b> | <b>54 294</b> |
| текущий налог на прибыль                   | 2410        | -2 920        | -918         | -372         | -12 130       | -12 866       |
| <b>Чистая прибыль (убыток)</b>             | <b>2400</b> | <b>8 922</b>  | <b>121</b>   | <b>3 649</b> | <b>42 142</b> | <b>41 428</b> |

Источник: составлено автором на основе бухгалтерской отчетности ООО "КОРАЛ ТРЕВЕЛ" за 2019-2023 гг.

Таким образом, на основе анализа финансовых показателей ООО «Корал Тревел», можно сделать вывод о том, в целом эффективность работы компании повысилась, поскольку каждый рубль, вложенный в активы, за анализируемый период стал приносить больше прибыли.

Последние четыре года индустрия туризма находится в состоянии стабильной неопределенности: страны открывают и закрывают свои границы, одни регионы вводят новые ограничения, другие отменяют их. Однако, рынок постепенно учится существовать и развиваться в рамках новых условий. Основываясь на этом можно порекомендовать такие направления совершенствования как: ориентацию на развитие устойчивого туризма, безопасные путешествия, заботу о здоровье, экотуризм.

За счет негативных показателей прибыли (убытка) от продаж и чистой прибыли, для уменьшения затрат и увеличения прибыли турфирмы, можно предложить:

1. Расширение ассортимента туристических продуктов и услуг (товарная стратегия) на примере внедрения экотуризма;
2. Внедрение новых технологий в процесс бронирования и продажи туров (маркетинговая стратегия), путем выхода на маркетплейсы.
3. Проведение регулярного анализа финансовых результатов и корректировка стратегии развития компании в соответствии с изменениями на рынке и внутренними показателями.

**Заключение.** В результате проведенного исследования, были получены следующие выводы. Туристическая деятельность является особой сферой

предпринимательства — инициативной деятельностью отдельных лиц и целых коллективов, связанной с новаторским использованием экономических ресурсов с целью достижения коммерческого и иного успеха на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой.

Предпринимательство в сфере туризма очень чувствительно к влиянию внешней среды, и перечень внешних факторов, влияющих на эту сферу, довольно обширен. Среди них природные ресурсы, ограниченные факторы производства, сезонность, удалённость процессов производства и потребления, сложность конъюнктуры рынка, проблемы качества услуг и усиление конкуренции.

Цены являются важным внутренним фактором, влияющим на предпринимательскую деятельность в сфере туризма. Они определяют уровень конкурентоспособности организации и предлагаемых ею услуг, а также влияют на прибыль и экономические результаты деятельности.

Внутренние факторы так же включают личностно-поведенческие факторы, например, отличительной чертой предпринимателя в туризме является предвидение тенденций в потреблении продуктов и услуг, прогнозирование приоритетных направлений развития туристского бизнеса.

В России сформировались условия для развития предпринимательства в сфере туризма. Однако существуют проблемы, сдерживающие это развитие. Они связаны с ограниченным доступом к ресурсам, несовершенством законодательной базы, недостаточным качеством услуг, ценовой политикой и недоступностью информационных ресурсов.

К основным перспективам развития предпринимательской деятельности в сфере туризма относятся:

1. Развитие новых видов туризма, таких как экотуризм, культурный туризм и другие.
2. Внедрение инноваций в туристические продукты и услуги, такие как использование новых технологий в бронировании и оплате, создание виртуальных туров и т. д.

3. Улучшение качества обслуживания и повышение квалификации персонала в туристических компаниях.

4. Содействие развитию малого и среднего предпринимательства в сфере туризма, поддержка создания новых туристических компаний и предприятий.

Следование перспективам сделает эту сферу привлекательной для малого и среднего бизнеса, и приведет к стабильному устойчивому развитию туризма в России.

В ходе исследования был проведен анализ состояния и пути развития туристического бизнеса на примере организации ООО «Корал Тревел». Компания успешно работает на туристическом рынке уже много лет, предлагая разнообразные туры в разные страны.

За счет негативных показателей прибыли (убытка) от продаж и чистой прибыли, для уменьшения затрат и увеличения прибыли турфирмы, можно предложить:

1. Расширение ассортимента туристических продуктов и услуг (товарная стратегия) на примере внедрения экотуризма;

2. Внедрение новых технологий в процесс бронирования и продажи туров (маркетинговая стратегия), путем выхода на маркетплейсы.

Несмотря на нестабильность финансовых показателей, команда специалистов тщательно анализирует рынок и прогнозирует будущие тенденции спроса, чтобы эффективно управлять продажами.

Так же следует отметить, что фирма активно участвует в экономической и социальной жизни страны. Руководство компании вносит деятельный вклад в реализацию федеральных программ в сфере туризма. Отношения с партнерами строятся на долгосрочной взаимовыгодной основе. Компания ясно осознает свою ответственность перед обществом в целом.