

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 5 курса 561 группы
направления 38.03.01 «Экономика»
Профиль «Экономика предпринимательства»
экономического факультета
Арстановой Джамили Бериковны

Научный руководитель
к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

О.Ю. Челнокова

подпись, дата

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой
к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

Е.В. Огурцова

подпись, дата

инициалы, фамилия

Саратов 2025 год

Введение. Туризм - это глобальное явление современной мировой экономики. Данное явление проявляется в увеличении количества туристических потоков в большинстве стран мира и в появлении огромного числа новых туристических маршрутов.

Развитие предпринимательства в сфере туристических услуг играет важную роль в экономике любой страны, включая Россию. Эта сфера не только способствует созданию новых рабочих мест, но и оказывает значительное влияние на международные экономические связи, способствует культурному обмену и развитию инфраструктуры. В последние годы рынок туристических услуг стал более доступным благодаря глобализации, росту мобильности населения и цифровизации. Однако, несмотря на эти позитивные тенденции, предпринимательство в туризме в России сталкивается с рядом проблем: сезонностью, высокими административными барьерами, недостаточной поддержкой со стороны государства и отсутствием квалифицированных кадров. Таким образом, развитие предпринимательства в сфере туризма требует внимательного анализа для определения эффективных способов поддержки и улучшения условий для ведения бизнеса.

Актуальность данной темы заключается в том, что сфера туризма является одним из наиболее динамично развивающихся сегментов мировой экономики, который оказывает существенное влияние на национальные экономики, создавая рабочие места, привлекая инвестиции и способствуя развитию инфраструктуры.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты, определяющие сущность и особенности предпринимательской деятельности в сфере туризма;
- проанализировать факторы, влияющие на развитие данного сектора;
- изучить показатели и методы стимулирования предпринимательства в сфере туристических услуг;
- провести анализ развития предпринимательской деятельности на примере ООО «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» и дать рекомендации по совершенствованию

туристических услуг данного предприятия.

Предметом исследования в данной работе являются социально-экономические отношения между хозяйствующими субъектами в процессе развития предпринимательства в сфере туристических услуг.

Объектом исследования является предпринимательская деятельность в сфере туристических услуг.

Теоретической базой данной работы послужили монографии, статьи периодической печати, научные труды ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области предпринимательства в сфере туризма.

Информационную базу исследования составляют нормативно-правовые акты, учебная и научная литература, публикации в периодических изданиях, средства Интернет.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав: ГЛАВА 1. Теоретические аспекты развития предпринимательства в сфере туристических услуг, ГЛАВА 2. Анализ развития предпринимательской деятельности в сфере туристических услуг в России на примере ООО «КОРАЛ ТРЕВЕЛ». Также работа состоит из шести параграфов, заключения, списка использованных источников. Дипломная работа изложена на 92 страницах. Список литературы включает 45 наименований.

Основная часть. Предпринимательство в сфере туризма - это экономическая деятельность, направленная на организацию и предоставление туристических услуг с целью удовлетворения потребностей клиентов и получения прибыли. Оно охватывает широкий спектр процессов, включая разработку и внедрение туристических продуктов, таких как пакеты услуг, транспорт, проживание, экскурсионные маршруты и культурно-развлекательные мероприятия. Важно отметить, что предпринимательство в туризме включает в себя не только традиционные формы бизнеса, такие как туристические агентства и гостиницы, но и новые, более гибкие модели, такие как онлайн-платформы и инновационные туристические сервисы.

Предпринимательство в сфере туризма имеет несколько ключевых особенностей, которые отличают его от других видов бизнеса.

Туризм - это отрасль, в которой сезонность играет важную роль. Пиковые периоды (лето, зимние каникулы) обеспечивают крупные потоки туристов, что требует от предпринимателей организации гибкого подхода в плане маркетинга, ценообразования и кадровых ресурсов. Вне сезона предприниматели часто сталкиваются с дефицитом спроса, что может вынудить их искать новые формы привлечения клиентов.

Вторая особенность - наличие специфических лицензий и разрешений. Предпринимательская деятельность в сфере туризма часто требует наличия специальных лицензий и разрешений, особенно если речь идет о транспортных услугах, гостиничном бизнесе или организации экскурсионных программ. Это необходимо для обеспечения безопасности клиентов и соблюдения нормативных актов.

Третья особенность заключается в необходимости специальных знаний и квалификации. Успех в сфере туристических услуг зависит от наличия профессиональных знаний о рынке, потребностях клиентов, правилах безопасности и туристических трендах. Кроме того, необходимы навыки в управлении бизнесом, маркетинге, финансовом планировании и взаимодействии с государственными и частными организациями.

Четвертая особенность - зависимость от внешних факторов. Экономические колебания, изменения политической ситуации, природные катастрофы и даже эпидемии (например, пандемия COVID-19) могут оказывать значительное влияние на туристический бизнес. Поэтому предприниматели должны уметь эффективно управлять рисками и планировать свою деятельность с учетом этих факторов.

Наконец, важной особенностью является необходимость создания партнерских сетей. В сфере туризма важно взаимодействовать с различными партнерами - транспортными компаниями, гостиницами, экскурсионными бюро,

местными властями и прочими организациями. Эффективные партнерства помогают предпринимателям создавать комплексные туристические пакеты, расширять клиентскую базу и улучшать качество предоставляемых услуг.

Развитие предпринимательства в сфере туристических услуг в России зависит от множества факторов, включающих экономические, социальные, культурные, политические, а также технологические аспекты.

На текущий момент, рынок туристических услуг выделяется как один из наиболее перспективных среди потребительских рынков, что подтверждается рядом законодательных актов, сформированных как на федеральном, так и региональном уровнях.

Региональные туристические рынки отличаются друг от друга и могут быть классифицированы по различным признакам: территориальным, видовым, составу потребителей, ценовым характеристикам и так далее. У каждого рынка есть своя теория и концепция функционирования. Важно отметить, что все эти рынки взаимосвязаны исключительно через интеграционные связи, поэтому необходимо анализировать их в контексте общей системы товарообращения в регионе. Безусловно, не требуется доказывать, что региональные туристические рынки разнообразны.

Синтетическое понятие, объединяющее рынок и туристскую отрасль, представляет собой современный рынок туристических услуг, независимо от их местоположения. Туристская отрасль - это сектор, включающий компании, занимающиеся производством и услугами, создающие аналогичные продукты с применением одинаковых ресурсов и технологий. Поэтому рынок объединяется потребностями, а отрасль - технологиями, которые используются. Следовательно, развитие туристической отрасли невозможно без формирования рынка туристических услуг.

В современные времена, наиболее востребованные туристические направления находятся в центре и на юге России. Используя всего лишь десятую часть своей территории, страна обладает огромным потенциалом для развития

массового туризма. Однако развитие туризма в Российской Федерации активно прогрессирует на сегодняшний день, и в 2023 году более 70% жителей страны провели отпуск на родине. В 2023 году количество граждан, купивших туры по России, увеличилось на 36,0% по сравнению с предыдущим годом.

Таблица 1 - Число турпакетов, реализованных населению в РФ за 2017-2023 гг., ед.

Годы	Число реализованных турпакетов		
	Гражданам России по территории России	Гражданам России по другим странам	Гражданам других стран по территории России
2017	1 330 747	2 481 971	211 234
2018	1 528 658	1 624 712	198 171
2019	1 552 462	2 605 361	231 786
2020	1 635 237	2 575 437	374 893
2021	2 111 001	2 910 942	314 560
2022	2 093 871	1 013 050	18 413
2023	2 856 155	1 942 650	12 284

Источник: составлено авторами по официальным данным Федеральной службы государственной статистики

Развитие предпринимательства в сфере туристических услуг требует комплексного подхода, учитывающего, как оценку текущего состояния отрасли, так и применение различных методов стимулирования. Оценка этого процесса основывается на нескольких ключевых показателях, которые позволяют не только понять уровень спроса на туристические услуги, но и выявить возможности для улучшения и дальнейшего роста.

Основные показатели для оценки развития предпринимательства в туризме:

1. Объем туристических услуг;
2. Экономические показатели;
3. Качество туристических услуг;
4. Инновации и цифровизация.

ООО «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» - это одна из ведущих туристических компаний в России, специализирующаяся на организации туров, продаже путевок, а также предоставлении различных туристических услуг, таких как бронирование отелей, трансферы, экскурсии и другие. Компания работает как на внутреннем, так и на международном туристическом рынке.

Сегодня Coral Travel занимает лидирующие позиции в туристической отрасли и позиционируется как марка надежности и качества.

На российском туристическом рынке компания занимает устойчивую позицию, имея широкий спектр предложений для различных категорий туристов. Она активно сотрудничает с международными и локальными туроператорами и поставщиками туристических услуг. Благодаря этому компания может предложить конкурентоспособные цены и разнообразные направления.

Туристский продукт включает в себя тур, дополнительные экскурсионные услуги и товары, представляя собой целостный пакет для клиента. Единицами туристского продукта являются место назначения, транспорт и размещение, которые образуют его основу. Основные услуги включаются в туристский пакет и приобретаются туристом на месте проживания, в то время как дополнительные услуги предоставляются потребителю на его выбор и не включены в ваучер или путёвку.

Таблица 2 - Основные услуги турагентства «КОРАЛ ТРЕВЕЛ»

Вид услуги	Информация по услуге
Выбор вида туризма и места отдыха	Осуществляется выбор одного из видов туризма: пляжный, экскурсионный, экстремальный, лечебный. Выбор внутреннего или зарубежного места отдыха
Определение продолжительности отдыха	По продолжительности туры можно разделить на категории: краткосрочные (2-5 дней), среднесрочные (6-14 дней) и долгосрочные (более недель). Большей популярностью пользуются среднесрочные туры и автобусные туры выходного дня

Выбор категории отеля	При выборе места проживания туристы обычно ориентируются на 3-х, 4-х и 5-ти звездные отели, которые выбираются в зависимости от цены и платежеспособности клиента
Выбор типа питания	Питание в туре предполагает следующие возможные варианты: одноразовое питание (как правило, завтрак); полупансион (двухразовое питание в сутки, обычно завтрак и ужин); пансион (завтрак, обед, ужин)
Выбор транспорта для перевозки туристов	Основным путем доставки туристов к месту отдыха в международных турах обычно является авиаперелет, реже - путешествие морским путем или по железной дороге. В отечественных турах в качестве трайлера, как правило, используются поезда и самолеты; реже практикуются речные и морские круизы, автотранспорт
Определение составляющих культурной программы	При организации культурной программы учитывается специфика страны (региона, города) тура в историческом, культурном, национальном, религиозном плане, а также продолжительность и вид тура (в шоп - туре, деловой поездке и бизнес - туре культурная программа сокращена), возможности принимающей стороны и, естественно, платежеспособность клиента
Уточнение цены тура с учетом системы скидок	С учетом определенных профильных услуг устанавливается окончательная цена тура, которая может быть скорректирована в связи с предоставлением дополнительных услуг и различных скидок. В качестве последних обычно фигурируют скидки с цены для детей (от 10 % до 20 %) и для постоянных клиентов (от 15 % до 30 %)

Источник: составлено автором на основе официального сайта «CORAL TRAVEL»

Агентство предлагает туры в различные популярные места: Турция,

Мальдивы, ОАЭ, Таиланд, Санаторно-курортное лечение на курортах Кавказских Минеральных вод, Краснодарский край, Египет. Тур агент реализует забронированные путешествия и продаёт их туристам от своего имени. Продвижение продукции на рынке происходит поэтапно, и каждый этап является ключевым для успешного функционирования ООО «КОРАЛ ТРЕВЕЛ».

За первые полгода работы 2023 года агентства было реализовано 415 туристских путевок. Из них 371 по выездному туризму и 44 по внутреннему. Из 371 путевки по выездному туризму 98 пришлось на Турцию (56 в Анталию, 14 в Кемер, 11 в Белек, 9 в Аланью и 8 - Мармарис), 83 - на Грецию (о. Крит - 44, о. Родос - 29 и о.Санторини - 10 туров), 75 туров - Испания (о. Тенерифе - 26, Майорка - 17, Каталония - 15, Канарские острова - 12, Валенсия - 5 туров), 63 тура - Китай (о. Хайнань - 37 туров, Гонконг - 18 туров, Тибет - 8), оставшиеся 52 тура разделили между собой Италия, Франция, Чехия, Индонезия, Таиланд и т.д. 44 путевки по внутреннему туризму были проданы по таким направлениям, как Сочи, Крым, Санкт-Петербург, Адыгея.

Внутренний потенциал компании ООО «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» обладает высоким уровнем, что позволяет ей оперативно реагировать на угрозы и использовать возможности внешней среды. Для анализа сильных и слабых сторон фирмы используется инструмент SWOT-анализ. Материальные денежные стимулы, такие как фонд заработной платы и специальные фонды премирования за экономию материалов, направлены на учет индивидуальных результатов труда, а также на стимулирование разработки и внедрения рационализаторских и изобретательских предложений.

Анализ SWOT - это инструмент, который позволяет оценить сильные и слабые стороны деятельности фирмы в сфере туристических услуг, учитывая возможности и угрозы внешней среды.

Основные генераторы выручки компании во втором полугодии 2023 года стали Испания, Греция, Китай и Турция, каждый из которых принес более 3 млн руб. выручки. Это традиционно популярные направления, что подтверждает

устойчивый интерес к ним со стороны клиентов.

Анализ объемов продаж туристического агентства «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» за 2023 год показывает уверенную положительную динамику по большинству направлений и значительное превосходство над конкурентом «Voyage». Общий объем продаж за второе полугодие увеличился с 17 123 785 руб. до 24 702 735 руб., что соответствует темпу роста 1,44 (или 44,26%). Это свидетельствует о высокоэффективной стратегии компании, направленной на расширение ассортимента, активное продвижение и цифровизацию бизнес-процессов.

«КОРАЛ ТРЕВЕЛ» демонстрирует устойчивый рост и эффективное использование рыночных возможностей. Сильные результаты по ранее слабым направлениям подтверждают высокий потенциал компании в части развития продуктовой стратегии, а также подчеркивают её конкурентные преимущества на туристическом рынке.

Заключение. Развитие предпринимательства в сфере туристических услуг является важным элементом экономики, играющим ключевую роль в стимулировании роста внутреннего и внешнего туризма, а также в укреплении международных связей и обмена. В условиях стремительных изменений, связанных с глобализацией, цифровизацией и социальной трансформацией, компании в этой отрасли должны быстро адаптироваться к новым реалиям, предлагая высококачественные, инновационные и конкурентоспособные услуги. ООО «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» - одна из крупнейших и наиболее успешных туристических компаний на российском рынке, которая на протяжении многих лет демонстрирует способность адаптироваться к изменениям и оставаться лидером в своем сегменте. Развитие предпринимательства в туристической отрасли на примере этой компании позволяет глубже понять, как эффективное использование современных технологий, подходов и стратегий может привести к успеху.

Туристическая индустрия, как и любая другая отрасль, подвергается влиянию различных внешних факторов: экономических, политических,

социальных и технологических. Например, на протяжении последних лет российский рынок туризма переживает резкие изменения, вызванные геополитической ситуацией, изменениями валютных курсов, а также пандемией COVID-19.

ООО «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» проявило гибкость в условиях изменений внешней среды. Например, с началом пандемии компания оперативно перенастроила свои предложения, предложив новые форматы туров, ориентированные на внутренний рынок и более безопасные виды отдыха, такие как курорты в России, туры в менее популярные страны с низким уровнем заражения, а также программы, сочетающие отдых с медицинскими и оздоровительными процедурами. Этот подход позволил компании не только выжить в условиях кризиса, но и поддержать высокие темпы роста в постковидный период.

Кроме того, важным аспектом, который позволил ООО «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» адаптироваться к изменениям внешней среды, является активная работа с международными партнерами и обновление направления в сторону новых, более безопасных и востребованных туристических продуктов. Сотрудничество с зарубежными операторами и отелями, диверсификация предложения и внимание к изменениям в предпочтениях туристов стали важными стратегическими шагами компании.

Сфера туризма является одной из самых динамичных в плане внедрения цифровых технологий. С развитием интернета и мобильных приложений появился новый подход к организации туризма: от онлайн-бронирования и поиска туров до персонализированных рекомендаций и автоматизации большинства процессов. ООО «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» активно использует эти инструменты, что стало важным фактором для укрепления позиций компании на рынке.