

ТРАДИЦИИ И ИННОВАЦИИ В РОССИЙСКОМ ТУРИЗМЕ

УДК 338.2

Ю.Н. Бондаренко¹

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА СОЗДАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ТУРИНДУСТРИИ

Yu.N. Bondarenko

DEVELOPMENT OF A BUSINESS PLAN FOR ESTABLISHMENT OF AN ENTERPRISE IN TOURISM INDUSTRY

Развитие предпринимательской деятельности в сфере туризма предполагает разработку долгосрочной стратегии, которая может быть представлена в форме бизнес-плана [1]. Взаимосвязь бизнес-планирования и стратегии предприятия представлена на рис. 1. Бизнес-план побуждает предпринимателя тщательно изучить каждый элемент возможных рисков, оценить вероятность их возникновения и последствия рисков. Вполне вероятно, что в этом процессе обнаружится множество слабых сторон, мест и пробелов, на устранение которых придется потратить материальные и финансовые ресурсы. Там же, где с такого рода проблемами справиться невозможно, сам факт их выявления даст возможность принять решение об отказе от предпринимательской деятельности до того, как в него будут вложены соответствующие материальные средства.

Потенциальные инвесторы требуют от предпринимателя обоснованный бизнес-план, а в случае его отсутствия либо попросят подготовить, либо, в худшем случае, больше не воспримут всерьез предпринимателя с инновационной идеей, но без плана. Бизнес-план должен быть обязательно представлен инвесторам, если бизнесмен хочет привлечь инвесторов для финансирования своего проекта. Несмотря на все сложности предпринимательской деятельности, в России миллионы людей заняты частным бизнесом, при этом предпринимательство – это

совершенно особый стиль жизни, предполагающий готовность принимать самостоятельные решения и способность рисковать. Решив всерьез заняться бизнесом, начинающий предприниматель должен тщательно спланировать его организацию. Речь идет о бизнес-планах, с которых во всем мире принято начинать любое коммерческое мероприятие.



Рис. 1. Взаимосвязь бизнес-плана со стратегией предприятия

По данным РБК, с июля 2014 по июль 2015 года количество турагентств в пятнадцати городах России с населением более 1 миллиона человек, учитывая Москву и Санкт-Петербург, снизилось на 13,9% – с 14,41 до 12,39 тыс. [2].

¹ Студентка АНО ВО «Российский новый университет».

© Бондаренко Ю.Н., 2016.

Примерно половина всех агентств расположена в Москве и Санкт-Петербурге, но и отрицательная динамика по ним больше, чем в других городах-миллионниках: в течение одного года количество турагентств в Москве и Петербурге сократилось на 17,4%, до 5,98 тыс. Из этих данных можно сделать соответствующий вывод, что прекратило работу каждое шестое турагентство.

Турагентства являются посредниками между покупателями и туроператорами, получая за свою работу процентное материальное вознаграждение. Чаще всего, одно агентство работает с большим количеством операторов, при этом ответственность за оказание услуг несет именно туроператор. Он заключает договоры с перевозчиками, гостиницами, ресторанами, экскурсоводами и страховщиками.

На рис. 2 представлена информация о количестве турфирм и тенденции их изменения в Москве и Санкт-Петербурге за два года.

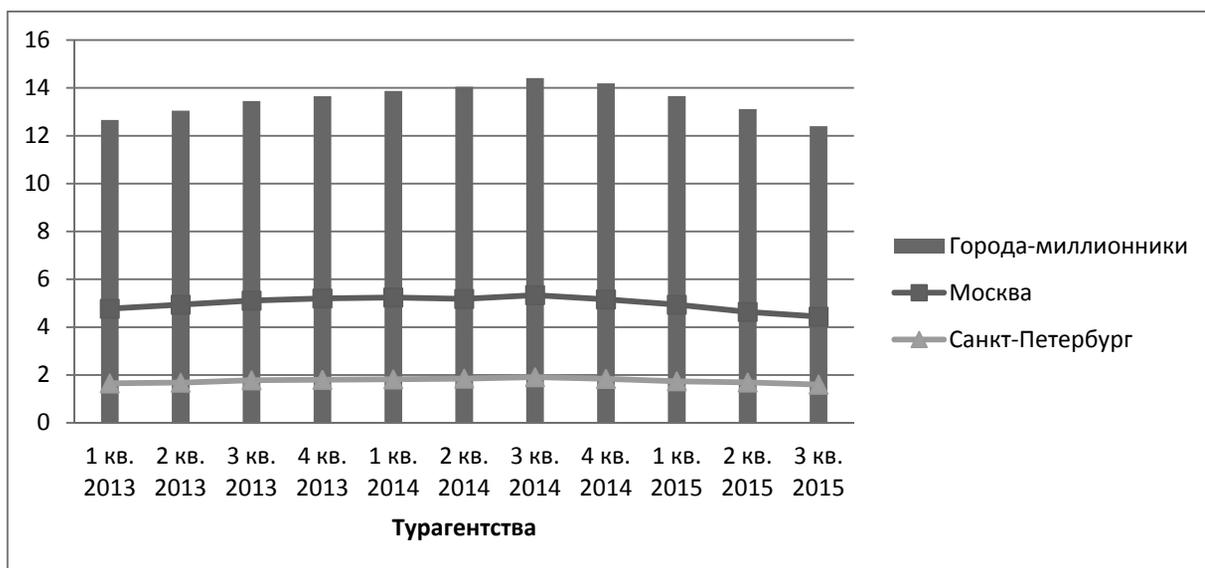


Рис. 2. Количество турагентств в России по городам

В июле 2014 года, когда количество турфирм было максимальным, произошло сразу несколько банкротств крупных туристических компаний. Так, один из первых туроператоров России «Нева» в августе был признан банкротом, так как не мог выполнить своих обязательств перед туристами. После «Невы» стали банкротиться такие известные туроператоры, как «Лабиринт», «Роза ветров Мир», «Идеал тур», «Инт-Аэр», «Экспо-тур», «Нордик стар». Основные причины банкротства – резкое снижение турпотока из-за ухудшения экономической ситуации в 2014 году и санкции.

Президент туроператора Natalie Tours Владимир Воробьев считает, что за 2015 год количество турагентств в Москве сократилось примерно на 20%, а в регионах падение было еще большим – на 30%. «Чем дальше город удален от Москвы, тем сложнее его жителям выехать за границу, – объясняет Воробьев. – Доходы потребителей из-за кризиса падают, а авиабилеты в Европу для жителей Сибири или Урала стоят дороже, чем для москвичей» [2].

Исполнительный директор Ассоциации туроператоров России Майя Ломидзе считает, что закрываются в основном мелкие игроки. В. Воробьев рассказал, что из-за сокращения числа туристов с 1 апреля прекратили работу представительства Natalie Tours в Новосибирске и Красноярске. «В прошлом году рентабельность нашего бизнеса была отрицательной, – рассказывает Воробьев. – Однако в этом году, несмотря на снижение турпотока, она будет на уровне 5%. Это связано с тем, что были снижены цены на

полеты, плюс многие наши конкуренты закрылись, и теперь предложение в регионах в целом соответствует спросу» [2].

Под брендом туроператора «Пегас Туристик» в начале 2014 года в России работало 1,020 тыс. туристических агентств, сейчас их количество сократилось, но не очень существенно – до 990, отмечает гендиректор компании Анна Подгорная. «Некоторые агентства перестали с нами работать, – говорила она. – У всех разные причины, однако, конечно, нельзя исключать влияние кризиса: средний чек тура вырос, а турпоток уменьшился. Это привело к тому, что некоторые агенты приняли для себя решение уйти с рынка» [2].

В июне – июле 2015 года спрос по всем туристическим направлениям снизился на 25–28% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В Ростуризме уточняли, что с начала 2015 г. выезд российских туристов за рубеж сократился сразу на 40%. В будущем на сокращение количества турагентств могут внушительно повлиять и поправки к закону о туризме, которые уже были одобрены Госдумой в первом чтении в феврале. Не исключено, что в будущей перспективе турагентство сможет работать только от имени и по поручению туроператоров. Эти поправки – стремление регламентировать деятельность турагентств, которая сейчас никак не контролируется.

В 1998 году в стенах Российского нового университета начала свою работу туристическая фирма под названием «ДИО-ТУР». Эта фирма занималась турагентской деятельностью. В фирме «ДИО-ТУР» можно было приобрести путевки во многие страны мира: Египет, Турцию, Испанию, Италию, Кипр, ОАЭ, Скандинавию, Словению, Словакию, Таиланд, Францию, Чехию, Хорватию, Черногорию, а также экскурсии по России.

Для студентов и преподавателей РосНОУ «ДИО-ТУР» создавала интересные предложения по проведению студенческих каникул, выходных и праздничных дней. Также организовывались стажировки и практики для студентов факультета Бизнес-технологий в туризме (с 2015 года – Бизнес-технологий). По завершении стажировки каждому участнику выдавался сертификат и засчитывались учебная и производственная практики. К сожалению, проработав около 12 лет, турфирма «ДИО-ТУР» закрылась.

Проанализировав работу данного агентства и просмотрев все его направления, по которым оно работало, было принято решение в будущем разработать план по восстановлению данного агентства с целью организации стажировок и практик для студентов и сотрудников Российского нового университета.

Для усиления практической подготовки студентов и обеспечения базы практик предлагается бизнес-идея создания тренингового турагентства. В соответствии с образовательным стандартом по туризму 3+, выпускники программы бакалавриата направления «Туризм» должны освоить такие виды профессиональной деятельности, как: проектная, организационно-управленческая, научно-исследовательская, производственно-технологическая и сервисная.

Проектная деятельность – это постановка задач проектирования туристического продукта

при заданных критериях и нормативных требованиях; использование инновационных и информационных технологий для создания туристического продукта с учетом основных требований информационной безопасности; проектирование туристических услуг и туристических продуктов в соответствии с требованиями потребителей [3].

Организационно-управленческая деятельность – это распределение функций и организация работы исполнителей в организациях и предприятиях туристической индустрии; принятие оперативных управленческих решений в области туризма; расчет и оценка затрат по организации деятельности предприятия туристической индустрии [3].

Научно-исследовательская деятельность – это исследование и мониторинг рынка туристических услуг; применение прикладных методов исследовательской деятельности в профессиональной сфере; адаптация инновационных технологий к деятельности предприятий туристической индустрии [3].

Производственно-технологическая деятельность – это применение современных технологий в реализации туристического продукта и предоставлении услуг в соответствии с требованиями потребителей и туристов; использование информационных и коммуникативных технологий в процессе разработки и реализации туристического продукта [3].

Сервисная деятельность – это организация процесса обслуживания потребителей и туристов, формирование клиентурных отношений; разработка внутренних нормативных документов по обеспечению качества и стандартизации услуг туристической индустрии [3].

Из данных определений можно сделать вывод, что турагентство, план которого планируется в последующем разработать, полностью подходит для организации практик и стажировок для студентов с целью освоения всех видов профессиональной деятельности, относящихся к направлению «Туризм».

Литература

1. Морозова Н.С. Современные проблемы управления предпринимательской деятельностью в туризме // Вестник Российского нового университета. – 2013. – Выпуск 2. – С. 196–200.
2. Статистика турагентств [Электронный ресурс]. – <http://www.rbc.ru/business/15/07/2015/55a52a929a794762a8a0f01c> (дата обращения: 15.03.2016).
3. ФГОС ВО направление 43.03.02 «Туризм» (уровень бакалавриата).