

## ОСОБЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

*Хазиахметова Ю.Ю., студент 22321 гр.  
Научный руководитель – к.э.н., доцент Никонова Т.В.  
Поволжский государственный университет  
физической культуры, спорта и туризма  
Казань, Россия*

Актуальность. Туризм как отрасль стал неотъемлемой частью жизни людей после того, как произошла индустриальная революция, которая постепенно начала охватывать весь мир с 18 века. Необходимость в его продуктах существенно возросла из-за роста городского населения, появления свободного времени и необходимости и юридического права на отдых. Государствам для развития туризма стали нужны не просто рабочие руки, а мотивированные для достижения результатов предприниматели. Туризм имеет яркую социальную значимость. Он позволяет поддерживать силы и мотивацию людей посредством предоставления им большого разнообразия механизмов психофизической разгрузки.

С макроэкономической точки зрения, туризм, как сфера предпринимательства, благодаря большому разнообразию подотраслей внутри, предлагает и набор рабочих мест для занятости населения определенной страны, и процент занятости в данной отрасли зависит от туристского потенциала и наличия заинтересованности внутри государства к развитию предприятий отрасли. Поэтому для поддержки развития имеющегося потенциала и создания новых туристских услуг необходимо учитывать, какие инструменты предпринимательства способствуют этому, а какие составляют барьер.

Цель исследования: выявление современных особенностей предпринимательства в туризме и формулирование «узких мест», являющихся барьером в его развитии.

Результаты исследования и их обсуждение. Такие термины, как «предприниматель» и «предпринимательство» в отрасли туризма и путешествий обладают определенными особенностями и требуют соответствующих принципов организации. Предпринимательство в туризме классифицируется по разнообразным критериям (таким как, способ оказания услуги, особенности результирующего турпродукта, модель взаимодействия потребителя с обслуживающим менеджером и т.д.) и отличается от предпринимательской деятельности в других отраслях. Так, предпринимательская деятельность в отрасли туризма значительно реагирует на изменение внешних факторов, являясь услугой роскоши, она наименьшим образом сказывается на всех областях жизни общества по сравнению с прочими отраслями, поэтому выступает объектом экономии госфинансирования. Такие выводы следуют исходя из того, как менялось бюджетное регулирование государственных программ развитых стран в период пандемии коронавируса.

Благополучность предпринимательства в туризме зависит от множества факторов: доступность разного рода ресурсов (природных, культурно-исторических), удаленность процесса производства туристского продукта от его потребителя, трудности регулирования из-за взаимодействия с рынками и законами других государств, рост конкуренции, появление новых видов туризма и многое другое [1].

Как и в прочих отраслях предпринимательства, необходимой составляющей в распространении туристских услуг выступает маркетинг и реклама. Они также имеют специфику и характеризуют отраслевые особенности туризма.

Рекламе туризма, прежде всего, должна иметь четко сформулированность целевой аудитории. Это предполагает изучение портрета наиболее вероятного потенциального туриста как пользователя данного турпродукта: его социальный статус, семейное положение, величину дохода, уровень образования, интересы, личностные характеристики и так далее [2]. Маркетологи, опираясь на портрет клиента, потребляющего туристский продукт, выявляют приоритеты, к примеру, семейному туристу не следует предлагать размещение в

отеле, позиционирующем себя только на совершеннолетних гостей, не рекомендуется также поездка на недельный фестиваль, проводимый в пустыне. Маркетинговые исследования спроса направлены на уточнение и корректировку «адресности» турпродукта.

Логистика также является необходимой частью предпринимательства в сфере туризма, так как нужно учитывать тот факт, что туристские предприятия вынуждены удовлетворять базовые потребности туристов, сохранять и создавать новые объекты инфраструктуры: закупать необходимые материальные ресурсы; транспортировать туристов; формировать запасы провизии; определять каналы сбыта и заниматься реализацией туристского продукта [3].

Особенно важной чертой развития в туризме является инициативность, это напрямую касается предпринимательской части данной сферы. Стоит отметить, что именно она и креативность имеют решающее значение для развития туризма, так как развитие и создание туристских продуктов непременно упираются в эти качества. [2]

Также для предпринимателя, который занят в сфере туризма, важны и такие качества: рискованность, адаптация в новых условиях, ориентация на клиента [1]. Данные черты необходимы и в иных сегментах экономики, но одной из самых необходимых и отличающих предпринимательство в туризме является способность к налаживанию связи с туристами, работать с целевой аудиторией (например, для работы с детьми нужны определенные навыки, умения и квалификация). Взаимодействие очень важно, так как именно процесс обслуживания туристов непосредственно происходит в контактной зоне, потому что производство и потребление услуг неразрывны. Эти качества предпринимателей являются залогом успеха в формировании туристских впечатлений, которые очень важны для удачного ведения туристского бизнеса и повышения конкурентоспособности предприятия [1].

Предвидение, развитие и формирование идеи – важные способности и задачи предпринимателя. Он должен обладать такими качествами, как видеть и предвидеть то, чего не видят и не предвидят другие, особенно, если речь идет о потенциальных конкурентах. В то время когда другие видят проблемы, способный предприниматель должен видеть и определить альтернативы, оценить, сделать выбор и воплотить его в практику. Знать и видеть возможности - первый этап деятельности. Важно решение и других проблем: анализ и оценка возможностей, сбор, обработка и систематизация информации, исследование рынка и оценки рисков, формирование команды и мотивирование их для реализации стратегии, внедрение инновационной идеи по производству продуктов и услуг, в соответствии с установленной стратегией [1].

При разработке поддерживающих мер развития предпринимательства в сфере туризма, которые необходимы для продвижения туристского продукта и привлечения большого туристского потока, нужно учитывать множество факторов, оказывающих влияние на потребительский выбор.[5]

Так в сентябре 2016 года крупнейшей туристской компанией по бронированию Booking.com были собраны и проанализированы отзывы путешественников из 13 стран. Согласно полученным результатам, в туристской индустрии прослеживаются следующие тенденции, касающиеся непосредственно предприятий отрасли [4]:

1) усиление влияния информационных технологий, применяемых в отрасли, так как при планировании и организации путешествий в настоящее время активно используются мобильные приложения смартфонов;

2) увеличение востребованности продуктов делового туризма (командировки, конференции, выставки), так как происходит совмещение деловых целей и экскурсионных и развлекательных программ;

3) запрос на формирование новой логистики маршрутов и изменение привычных туристических направлений, особенно заметно его проявление в Бразилии, Индии, США, Китае и Таиланде;

4) запрос на формирование бюджетных вариантов продукта туризма. Данный тренд включает в себя социальный туризм, где наряду со снижением стоимости поездок остаются востребованными оздоровительные туры, позволяющие укреплять физическое здоровье;

5) запрос на развитие экологического туризма. Выбор все чаще падает на наиболее экологичные туристские маршруты, а также новые направления экотуризма, так как тема экологии на сегодняшний день является мировым трендом, который таким же образом влияет на развитие современной туристской индустрии и открывает перед ней совершенно новые рынки.

Все перечисленные выше тенденции необходимо учитывать предпринимателю при работе в туристской индустрии.

#### Вывод:

Туризм – необходимая составляющая часть для экономического сектора, она имеет свои особенности, в частности связанные с коммуникациями с потребителями, так как результат работы – туристский продукт – должен удовлетворить потребность туриста в отдыхе в полной мере. Необходимо также учитывать, что успех предпринимателя во многом зависит от его личных качеств: рискованность, склонность к инновационным идеям, адекватное отношение к нововведениям и прочее.

#### Список литературы

1. Гасанов А.Н., Аббасова С.Г. Специфические особенности предпринимательства в туризме // Sciences of Europe. 2019. №38-3 (38). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsificheskie-osobennosti-predprinimatelstva-v-turizme>

2. Валиева, А. Р. Проблемы предпринимательства в сфере сервиса / А. Р. Валиева, Л. Н. Закирова, Т. В. Никонова // Актуальные проблемы теории и практики физической культуры, спорта и туризма : Материалы V Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов, Казань, 20 апреля 2017 года / Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма. Том 3. – Казань: Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма, 2017. – С. 138-140. – EDN ZWXUGN.

3. Крутик Александр Борисович Содержание и структура предпринимательского потенциала в туризме // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2015. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/soderzhanie-i-struktura-predprinimatelskogo-potentsiala-v-turizme>

4. Карпова Галина Алексеевна, Богданова Индира Мусафендиевна Роль и место предпринимательства в сфере туристских услуг // Известия СПбГЭУ. 2019. №3 (117). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-mesto-predprinimatelstva-v-sfere-turistskih-uslug>

5. Пашина, А. С. Предпринимательская деятельность в сфере туризма / А. С. Пашина, Г. Р. Муртазина // Предпринимательская деятельность в поведенческой экономике: формы реализации и механизмы обеспечения : Материалы Ежегодной Всероссийской научно-практической конференции, Казань, 06 декабря 2019 года / Под редакцией Н.М. Прусс, А.Н. Грязнова. – Казань: Университет управления "ТИСБИ", 2019. – С. 180-185. – EDN RAGFSH.