

УДК 327.8

О ПРОБЛЕМЕ ГОТОВНОСТИ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМ РИСКАМ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

О. О. Салюкова*, О. Л. Панченко

www.salyukova@mail.ru

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. При постоянном пополнении списка существующих предпринимательских рисков в современной туристской индустрии происходит их актуализация, как с научной точки зрения, так и со стороны предоставления туроператорами услуг.

Ключевые слова: риски, туристская индустрия, сфера услуг, предпринимательство, туроператор

Изменение социальной структуры современного общества способствует развитию новых технологий в туризме. Именно это становится ведущей тенденцией динамики мировой экономики. В каждой стране определяются собственные экономические задачи государственной политики в сфере туристических услуг, поэтому Российская Федерация не является исключением. Для нашей страны важной задачей является превращение туризма в конкурентоспособный и инновационный сектор национального бизнеса, который будет оставаться устойчивым и высокодоходным на протяжении длительного времени.

Сегодня туристский бизнес – один из самых рискованных видов предпринимательства в сфере рынка услуг. Риски в данном виде бизнеса остаются высокими. Эти риски направлены как на туристические предприятия, так и на потребителей турпродуктов. В число подверженных рискам туристических предприятий входят турагентства и гостиницы, рестораны и авиакомпании, а также другие предприятия индустрии туризма.

Под «риском» понимается «конкретное явление или совокупность явлений, потенциальная возможность причинения ущерба объекту страхования». В туристской деятельности риском можно считать определенную вероятность наступления потерь и убытков, которые являются итогом неверной реализации управленческих решений и невыполнения конкретных мероприятий под влиянием ожидаемых и, к сожалению, чаще всего неминуемых факторов, а также при совершении ошибок и просчетов в утвержденных решениях. Мы придерживаемся более широкой трактовки: риск в туристской деятельности – это вероятность наступления неблагоприятных событий для продавца или покупателя туристских услуг.

Стоит отметить, что всеми рисками, с которыми приходится сталкиваться предпринимателям в сфере услуг, не только можно, а даже необходимо управлять, таким образом используя различные современные инструменты при прогнозировании наступления рискованного события и принятии определенных мер по снижению степени риска. Постоянно изучая классификацию видов существующих рисков и методы борьбы с ними, можно повышать эффективность организации управления опасностями.

В том случае, если в предпринимательской деятельности туристского предприятия наступает риск, то это без сомнений вызывает незапланированные расходы и убытки, уменьшение числа ожидаемых доходов, а значит, происходит отклонение от заранее намеченных планов компании.

В условиях нестабильного состояния экономики серьезно страдает любая предпринимательская деятельность, где туристский бизнес не является исключением. Именно в это время происходит усиление фактора риска, что вызывает повышение ставок кредитования и колебания рыночной конъюнктуры. Поэтому не стоит забывать, что риск играет немаловажную роль в туристской деятельности, требуя постоянной актуализации данных по разработке мероприятий, связанных с управлением возникшего риска.

Следует понимать, что распределение риска на конкретные группы по определенным признакам для достижения поставленных целей, является классификацией риска, а если она научно обоснованная, то обращение к ней позволит четко определить место каждого риска в их общей системе. А также в любом туристском предприятии классификация позволит эффективно применить соответствующие методы и приемы управления риском для его устранения.

Рассматривая все риски, которые существуют в сфере туризма на данный момент, их можно разделить на две категории:

Когда рискует турист, покупающий туристические услуги. Здесь немаловажными факторами становятся незнакомое место пребывания, незнание иностранного языка, различного рода неожиданности и катаклизмы.

Когда рискует именно туристическое предприятие, которое также должно предоставить услуги питания, проживания и отдыха. Чаще всего это связано с финансовыми потерями при возникновении рискованных обстоятельств.

Всю совокупность рисков в туристической индустрии можно условно подразделить на эндогенные и экзогенные. Если первыми туристская фирма может управлять, а также влиять каким-либо образом на них, то со вторыми это сделать невозможно практически никогда. Суть управления рисками в таком случае сводится к их предупреждению, прогнозированию с целью минимизации последствий.

В список потенциальных рисков предприятий туризма можно включить: риск неверного размещения капитала на развитие сети туристических услуг; риск согласно выбору направлений туристской деятельности (маркетинговый); общеэкономические риски; финансовые (кредитные) риски; экологические.

По характеру происхождения все риски в сфере туризма можно поделить на: экономические, финансовые, социальные, политические, экологические, юридические, внутрифирменные.

Не стоит забывать о списке некоторых особенностей, которыми обладает любой риск в деятельности туристических предприятий. К ним относятся: нестабильность спроса и предложения; влияние конкуренции; эластичность цены и прибыли; фактор сезонности; влияние внешних непредсказуемых факторов.

Поэтому для успешной реализации новых проектов с самого начала необходимо составить описание всех возможных опасных ситуаций в выбранной отрасли и на рынке сбыта продукта, после чего в бизнес-плане определить размер риска, вероятность его наступления и степень управляемости каждым.

Каждый риск в индустрии туризма можно разделить на 2 группы: абсолютный и относительный. Первый оценивается в денежном эквиваленте, второй же – в процентах.

Таким образом, предпринимательским риском в сфере туризме является возможность наступления убытков или потерь, с которыми столкнутся клиент туристической фирмы или само предприятие вследствие внешних и внутренних причин.

Мы предлагаем анализировать готовность к рискам как понятие, регулирующее взаимоотношения между субъектами туристской сделки (понимая под ней подбор и продажу туристических услуг клиенту). В таком случае следует рассматривать обе стороны как субъектов не только экономических, но и субъектов психологических. Именно субъектность как психологическое качество [13] формирует готовность к предпринимательским рискам в туристической индустрии. Таким образом, мы рассматриваем готовность к рискам среди предпринимателей как наличие высоких субъектных качеств личности. В современной практике исследований на данную тематику не достаточно. В основном, все они сводятся к анализу экономической среды, то есть, экономически детерминированы. Мы же ставим вопрос по-другому: в какой мере личность предпринимателя обладает потенциалом готовности к множеству рисков в туристической индустрии? Ответ на данный вопрос требует новых исследований, разработки отдельного инструментария.

Литература

1. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 304 с.
2. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. - Новое знание, 2005. - 408 с.
3. Киселева И.А., Трамova А.М. Моделирование инвестиционной привлекательности туристической отрасли региональной экономики (на примере Кабардино-Балкарской Республики) / Аудит и финансовый анализ. 2010. № 5. С. 241-246.
4. Киселева И.А., Трамova А.М. Риски при реализации инновационного проекта в туристической отрасли // Аудит и финансовый анализ. 2012. № 2. С. 182–185.
5. Киселева И.А., Цэцгэ Б. Оптимизационная модель развития туризма / Аудит и финансовый анализ, 2005. № 2. С. 244-245.
6. Киселева И.А. Методологические аспекты управления банковскими рисками / Финансовый менеджмент, 2001. № 1. С. 13-26.
7. Киселева И.А. Моделирование оценки рисков в процессе принятия банковских решений / Аудит и финансовый анализ, 2002, № 1, С.118-124.
8. Кобяк М.В. Мировой рынок гостинично-туристских услуг // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2000. № 2, С. 46.
9. Котлер Ф., Боуен Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 2005, 1063 с.
10. Леонтьева Л.С., Кузнецов В.И. Производственный менеджмент. Учебник для бакалавров, М.: Юрайт, 2014. – 305 с.
11. Морозов М.А., Володоманова Н.Ю. Экономика гостиничного предприятия. – М.: ИПФ «Талер», 2001. – 116 с.
12. Морозов М.А., Морозова Н.С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 240 с.
13. Мухаметзянова Ф. Г., Панченко О. Л. Феномен субъектности в семантическом пространстве // Мир психологии. 2017. № 4 (92). С. 137-148.
14. Смит С.Л., Татаринov А.А., Пошнагов С.Л., Трехлеб П.С. Туризм как фактор регионального экономического развития в России. Проблемы измерения роли туризма в региональной экономике. – М.: СЕРРА, 2002. -456с.
15. Туризм и туристическое хозяйство. Учебник /Под ред. Чудновского А.Д. – М.: Изд. ЭКМОС, 2000. – 400 с.
16. Экономическая теория. Концептуальные основы и практика/Под общ. ред. В.Ф. Максимовой. -М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. -751 с.

Авторы публикации

О. О. Салюкова, магистрант, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия, email: www.salyukova@mail.ru

О. Л. Панченко канд. социол. наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

READINESS TO ENTREPRENEUR RISKS IN THE TOURISM INDUSTRY

O. Salyukova*, O. Panchenko
www.salyukova@mail.ru

Kazan Federal University, Kazan, Russia

Abstract: with constant replenishment of the list of existing entrepreneurial risks in the modern tourist industry, their actualization takes place, both from a scientific point of view and from the provision of services by tour operators

Keywords: risks, tourism industry, services, entrepreneurship, tour operator

Authors of the published work

O. Salyukova, graduate student, Kazan Federal University, Kazan, Russia, email: www.salyukova@mail.ru

O. Panchenko, Cand. sociol. in Science, Associate Professor, Kazan Federal University, Kazan, Russia

Дата поступления 14.03.2018