

УДК 331

Петров Роман Сергеевич, студент 2 курса института экономики и управления Курского государственного университета.

email: smailbb@yandex.ru

ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО КОНСАЛТИНГА В ТУРИЗМЕ

Аннотация. В статье анализируется развитие управленческого консалтинга и аудиторских проверок в сфере туризма

Целью исследования является изучение тенденции развития управленческого консалтинга, развитие туристической деятельности в стране, и внедрения аудиторских проверок. Метод исследования: логический и структурный анализ. Методы сравнительного анализа и синтеза. Раскрывается сущность основных видов управленческого консалтинга: стратегия, финансы, развитие. Делается вывод тенденция развития управленческого консалтинга- это направлению в развитии индустрии, рациональному использованию предложенных направлений, развитию отрасли туризма и потенциального укрепления нашей страны.

Ключевые слова: туризм, консалтинговые услуги, развитие, аудит.

Roman Petrov, 2nd year student of the Institute of Economics and Management of Kursk State University.

email: smailbb@yandex.ru

DEVELOPMENT TENDENCY OF MANAGEMENT CONSULTING IN TOURISM

Annotation. The article analyzes the development of management consulting and auditing in the field of tourism.

The aim of the study is to study the tendency of development of management consulting, the development of tourism activities in the country, and the introduction of audits. Research method: logical and structural analysis. Methods of comparative analysis and synthesis. The essence of the main types of management consulting is revealed: strategy, finance, development. The conclusion is drawn that the development of management consulting is a direction in the development of the industry, the rational use of the proposed directions, the development of the tourism industry and the potential strengthening of our country.

Keywords: tourism, consulting services, development, audit.

Развитие управленческого консалтинга в России. Для нашей страны бизнес туризма приходится исключительным явлением, имеющий свои особенности, которые отличающий его от любого другого товара или услуги. Включает в себя неосязаемость, значительную стоимость, недалекость использования потенциала, безопасного кредитования клиентов, риск повышения катастроф технических и природных, вероятности террористических актов. Чем можно пояснить динамику подвижности количества изменения туристических фирм, и сроки небольшого существования. В большем случаи характерной чертой приходится опыт неиспользования привлечения сторонних специалистов, а выполнять расчет на основе личных знакомств. Рынок консалтинга не может войти в данную сферу, причиною не полноценной готовность туризма к маркетинговым исследованиям, и работе на собственных силах. Итогом вовлечения в степень работы туристических фирм консалтинговых компаний не высока. Возможности оплаты исследований доступ ныне многим компаниям. Но ряды существующих исследований, по которым нуждаются все компании: маркетинговые исследования и аудит. Данные обязательные процедуры несут свою специфику в туристической сфере [1, с.176].

Главные финансовые проблемы внутри туристских фирм, присутствие большого количества игроков на данном рынке, и исключительное представительство значимых компаний, имеющие опыт в сфере туризма и выполняющие консалтинговые услуги. Показывающее необходимость последующего изучения, а также совершенствования методов и моделей финансового исследования. Природные и политические условия влияют на туризм, испытывая нежелательные последствия, российский рынок имеет такие проблемы как: функционирование значимого количества туристических фирм, отсутствие объема потребительского рынка, основанного за счет клиентов, включающих отдых в разряд первостепенных потребителей. В такие случаи главной задачей тур фирм становится уменьшение своих зависимостей от локальных колебаний спроса на рынке туризма, и готовность появления всевозможных изменений. Стратегическое планирование туроператоров идет более тяжелым путем, им нужно осуществлять планирование своей рабочей деятельности на несколько месяцев, ведя сокращение своих финансовых рисков. И в данной ситуации полноценная верная информация состояния рынка туризма в целом, а также в отдельных направлениях играет роль. По текущему моменту времени крупные операторы, ведущую работу стабильно традиционными направлениями, загружены поиском новых векторов, привлекая к себе клиентов и этим балансируя рынок[2, с.335].

Постоянно увеличивается количество таких компаний, категорий сокращения в которых не наблюдается. В следствии чего туроператоры постоянно ищут новые возможности по развитию своего бизнеса различными путями, что повышает необходимость точной информации состояния рынка, и понимания картины внутри предприятия. Сфера туризма выделяет три основные группы заказчиков, заинтересованных больше в степени исследования. Представительства зарубежных стран, которым необходимо отследить уровень интереса к их странам со стороны России, и найти пути эффективного продвижения. Активные

туроператоры стараются удерживать рыночную позицию, поисками новых возможностей направления своего бизнеса в целом. Предприятия, которые имеют непосредственную связь с туризмом (рекламные, информационные, юридические).

Обязанностями крупных туроператоров, гостиниц и ресторанов входят в аудиторские проверки, процесс которой несет специфические черты, данному виду консалтинговых услуг. Аудит отелей и гостиниц содержит в себе ряды особенностей, который отличает их от аудита предприятий других отраслей. Главным аспектом при проведении проверки, является наличие опыта проводимой компании. Гостиницы сами по себе достаточно сложный хозяйственный механизм непростой структуры, в наибольшие случаи содержащий дополнительные виды деятельности по различным направлениям. Аудиторская проверка гостиниц выделяет собою несколько наиважнейших отличительных черт: идентификацию и оценку риска мошенничества, специфические аспекты аудита выручки, аспекты аудита расходов, аспекты аудита основных средств [4, с.576].

Также, важным аспектом гостиничного бизнеса является его постоянное развитие, повышение спектра услуг и средств, поставки клиентам наиболее высокого уровня обслуживания. Аудиторы должны иметь в виду что гостиницы и отели сфера деятельности, которая постоянно развивается и совершенствуется. Это дает появлению дополнительных и смежных возможностей: ресторанной, игровой, арендной, развлекательной, информационной, медицинской, оздоровительной, и организационной деятельности.

Привлечение консалтингового рынка в сферу туризма не велико, появление которых возникает следующими причинами: в России более 90 % туристического бизнеса представлена мелким предпринимательством, что ограничивает финансовую возможность проведения дорогостоящих исследований, понимание консалтинговой услуги как дорогостоящего пакета услуг, по своей очереди который может быть разбит на мелкие компоненты с гораздо меньшей

стоимостью, непонимание пользы консалтинговых услуг владельцами компаний, малое представительство специалистов в консалтинговых компаниях, имеющие знания и опыт в проведении финансового исследования предприятий сферы туризма, реальное отсутствие точных статистических данных необходимые для исследования по рынку туристических услуг, непоследовательное проведение учета внутри туристических фирм, отсутствие метода финансового исследования, раскрывающие сферу туристической специфики и применимой именно предприятиям данной индустрии [6, с.204].

Учитывая обширные перспективы развития консалтинговых услуг в экономике России, принимая во внимание перечисленные причины минимального вовлечения данного сектора услуг в сферу туризма, а также обозначения основные направления развития предприятий сферы туризма как внутренней и въездной туризм, можно на этом сделать вывод, что приоритетным видом консалтинговых услуг является финансовый консалтинг, позволяющий компаниям расширить области применения данного сектора услуг, а для предприятий сферы туризма привести финансовую отчетность и финансовое состояние туристского предприятия в приемлемый для взаимодействия с зарубежными партнерами вид. Повышению эффективного предприятия сферы туризма с использованием консалтинговых услуг необходимо разработать адаптированную методику финансового исследования, учитывающую специфику организации данной индустрии.

Список источников:

1. И.Т. Балабанов, А.И. Баланов- Экономика туризма: Учебное пособие. [Текст]/-М.: Финансы и статистика, в ред.2017. -176 с.
2. П.Н. Алексеева -Туризм: Учебное пособие. [Текст]/- М.: Флинта, 2016. - 335 с.
3. В.С. Боголюбов, П.В. Орловская – Экономика туризма: Учебное пособие.[Текст]/- М.: Академия, в ред. 2017. -192 с.

4. Е.Л. Драчева, Ю.В. Забаев, Д.К. Исмаев. Экономика и организация туризма: международный туризм: Учебное пособие. [Текст]/- М.: Кнорус, 2016. - 576 с.
5. А.Ю. Карташева, Консалтинговые услуги в системе управления туристическим потенциалом дестинации. [Текст]/- М.: Санкт-Петербург, 2016. - 136 с.
6. О.В. Курбатова, Развитие рынка консалтинговых услуг в России [Текст]/- М.: Экономика, 2016-204 с.