

**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**

The background of the text is a blue-toned graphic. It features a faint world map with glowing white lines representing global connections or data flow. In the foreground, two silver laptops are shown, one on the left and one on the right, both with their screens glowing. The overall aesthetic is clean, modern, and tech-oriented.

Тема: «Разработка практических предложений по формированию стратегий управления туристскими компаниями»

Аналитическая глава ВКР: Управление туристической компанией в современных условиях на примере ООО «Корал Тревел»

Глава 2. Управление туристической компанией в современных условиях на примере ООО «Корал Тревел»

2.1. Общая характеристика деятельности туристической компании ООО «Корал Тревел»

2.2. Структура и стратегия управления компанией ООО «Корал Тревел»

2.3. Разработка практических предложений по формированию стратегии туристической компании ООО «Корал Тревел»

Глава 2. Управление туристической компанией в современных условиях на примере ООО «Корал Тревел»

2.1. Общая характеристика деятельности туристической компании ООО «Корал Тревел»

Объектом исследования является туристическая компания, которая организована в форме Общества с ограниченной ответственностью, ООО «Корал Тревел». Компания работает под брендом Coral Travel. Бренд Coral Travel представлен на рынке с 1995 года. Сегодня туроператор предлагает лучшие курорты и отели в 35 странах мира, среди которых: Австрия, Азербайджан, Андорра, Белоруссия, Болгария, Вьетнам, Греция, Грузия, Доминиканская Республика, Израиль, Индия, Индонезия, Иордания, Испания, Италия, Камбоджа, Кипр, Китай, Куба, Маврикий, Мальдивы, Марокко, Мексика, ОАЭ, Россия, Сейшелы, Сингапур, Таиланд, Танзания, Тунис, Турция, Хорватия, Черногория, Шри-Ланка. Идет постоянная работа по открытию новых направлений. Туроператор организует групповые и индивидуальные туры FIT на базе собственных чартерных программ и регулярных рейсов, занимается развитием инсентив-, конгресс-, спортивного и других видов туризма, а также активно продает авиабилеты онлайн.

Сеть Турагентств Coral Travel в России начала работать в 2001 году, являясь продолжателем целей и миссии бренда Coral Travel, продолжая традиции профессионального подхода к продукту, взаимоотношениям с партнёрами и клиентами. На сегодняшний день турагентства Coral Travel - Сеть Турагентств №1 в России, как по количеству офисов, так и по стандартам обслуживания клиентов. В компании внедрены как международные стандарты, так и собственные уникальные наработки. Персонал, работающий с клиентами, регулярно проходит профильное обучение и повышает квалификацию¹.

¹ Coral Travel /Официальное турагентство. Туры. Путевки///coral.ru/

Слоганы компании «Мы рады быть рядом!» и «Ваш отдых в надёжных руках» как нельзя точно отражают суть и миссию бренда. Клиенты Coral Travel всегда могут рассчитывать на профессиональное обслуживание, поддержку в путешествиях, услуги самого высокого класса, рис. 15.



Рис.15. Миссия и цель компании ООО «Корал Тревел» (Coral Travel)²

² Coral Travel /Официальное турагентство. Туры. Путевки///coral.ru/

В целях Coral Travel - закрепление лидерских позиций как ведущего российского туроператора и увеличение занимаемой компанией доли рынка с одновременным повышением качества предлагаемого турпродукта. А также дальнейшее внедрение инновационных технологий, без которых невозможно динамичное развитие современного турбизнеса. Компания стала примером для многих российских турфирм, которые перенимают опыт Coral Travel. Это, в свою очередь, является стимулом для дальнейшего развития компании.

Благодаря использованию современных высоких технологий, профессионализму и постоянному контролю качества Сеть Турагентств Coral Travel продолжает неуклонно развиваться и расширяться. Сегодня Сеть насчитывает более 800 турагентств, работающих по всей России и в других странах под брендами Coral Travel и Coral Elite Service. Под брендом Coral Travel работают туроператоры не только в России, но и в Германии, Украине, Польше, Турции, Беларуси, Грузии, Латвии, Литве и Эстонии. Программы авиаперевозок осуществляются на чартерной и регулярной основе из всех аэропортов Москвы и более чем из 40 городов Российской Федерации, 5 городов Украины, 4 городов Беларуси, 13 городов Польши, 2 городов Турции, 10 городов Германии, а также из стран Балтии. Основными типами отдыха, которые предлагает ООО «Корал Тревел» являются: семейных отдых, элитный отдых, корпоративный отдых, экскурсионные туры, горнолыжные туры, спа-отдых и другие, рис.16.

В компании уделяют огромное внимание системе управления качеством и человеческими ресурсами. Бренд Coral Travel позиционируется на российском рынке как марка надежности и качества, что накладывает особую ответственность на деятельность компании и является стимулом для дальнейшего развития и совершенствования³.

³ Coral Travel /Официальное турагентство. Туры. Путевки///coral.ru/

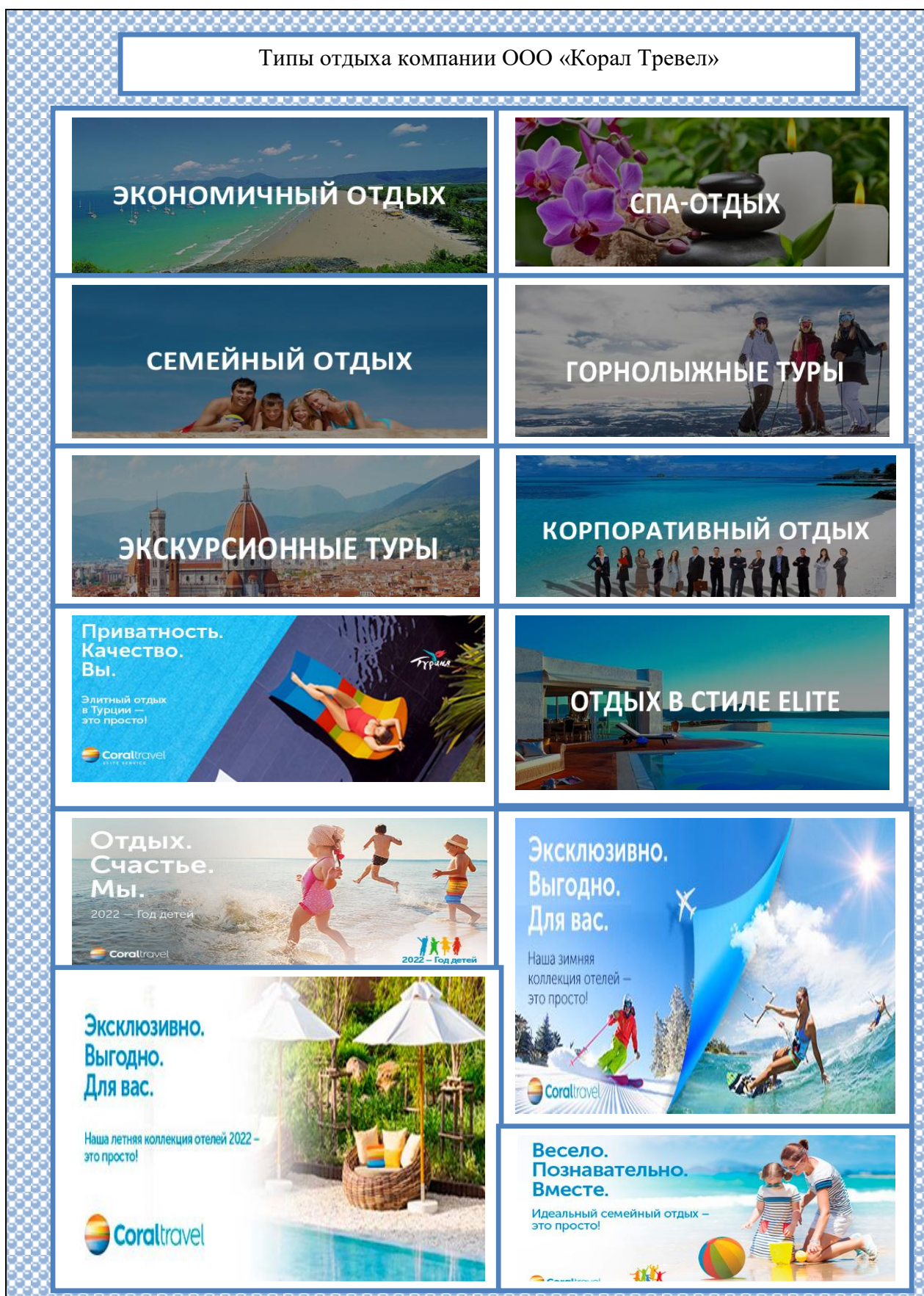


Рис.16. Основные типы отдыха компании ООО «Корал Тревелл» (Coral Travel)

Рассмотрим качество туристического продукта ООО «Корал Тревел». Компания уделяет большое внимание клиентоориентированности и практикует в своей работе комплексный подход к качеству. Это означает качество во всем, начиная с предлагаемого продукта и заканчивая работой сотрудников всех подразделений Coral Travel. Благодаря этому визитной карточкой компании ООО «Корал Тревел» является неизменно высочайшее качество предоставляемых услуг. Осуществляется всесторонний контроль качества всех составляющих турпродукта на каждом этапе его формирования, продвижения и реализации. Coral Travel занимается внедрением требований стандарта ISO 9001. В числе постоянных партнеров Coral Travel более 14 тыс. агентств по всей России, свыше 40 авиакомпаний и более 5 тыс. отелей. Отношения с партнерами основаны на принципах открытости и порядочности, без чего невозможно строить успешный бизнес.

Каждый агент, приобретая продукт Coral Travel, может быть уверен, что его клиенту будут предоставлены только качественные услуги, тщательно проверенные и отобранные экспертами компании Coral Travel. Именно поэтому продукт, предлагаемый на рынке под маркой Coral, является в глазах потребителей и партнеров синонимом надежности и качества.

Важную роль в деятельности ООО «Корал Тревел» играет социальная ответственность. Компания намерена способствовать повышению престижа российской туристской отрасли, установлению честной конкуренции и цивилизованных отношений между участниками рынка. Coral Travel вносит деятельный вклад в реализацию федеральных программ в сфере туризма. Компания ясно осознает свою ответственность перед обществом в целом. Многочисленные благотворительные акции компании направлены на поддержку малоимущих и нуждающихся слоев населения. Компания оказывает помощь детским домам, тесно взаимодействует с различными благотворительными фондами, уделяя особое внимание детям-сиротам и ветеранам.

Ценности и принципы компании представлены на рис.17.

| Ценности и принципы ООО «Корал Тревел» | |
|---|--|
| Абсолютная прозрачность и уважение к обычаям и традициям страны, где осуществляется деятельность компании. | Сотрудники компании – это не только неотъемлемая и важнейшая часть бизнес-процесса, но и члены большой дружной семьи Coral Travel. |
| Отношения с партнерами строятся на долгосрочной взаимовыгодной основе. Именно поэтому все партнеры компании являются ее верными друзьями. | Конкуренция на рынке является для компании Coral Travel естественным стимулом для дальнейшего развития. |
| В Coral Travel уважают мнение партнеров и конкурентов, непредвзято относятся к критике и всегда открыты для сотрудничества. | Участие в благотворительности и в социальной жизни страны является обязательным для компании. |
| Компания стремится к тому, чтобы каждый турист был доволен отдыхом под маркой Coral Travel. | Coral Travel всемерно способствует дальнейшему развитию туристского потребительского рынка, понимая, что успешное развитие компании возможно только при поступательном движении вперед всей отрасли. |

| Награды ООО «Корал Тревел» |  |
|---|---|
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Рис.17. Ценности и принципы компании ООО «Корал Тревел» (Coral Travel)

Компания ООО «Корал Тревел» имеет несколько наград: Премия Abu Dhabi Travel Awards, Премия Israel Travel Awards 2017, Премия «Права потребителей и качество обслуживания», Туроператор Coral Travel - лучший туроператор-партнер авиакомпании Qatar Airways, Награда «Лучший туроператор 2014 года в номинации «Рост продаж на рейсы авиакомпании Brussels Airlines», Сертификат «Прорыв года» от airberlin, Награда Best Partner Summer 2013 по итогам летнего сезона 2013, «Лучший туроператор 2012 года» от Sabre Travel Network, Сертификат «Лучший агент» по итогам 2012 г. за выдающиеся успехи в области продаж авиабилетов, Грамота в номинации «Лучший дебют» по итогам 2011 года за выдающиеся успехи в области продаж авиабилетов, Сертификат «Лучший агент» по итогам 2011 года за выдающиеся успехи в области продаж авиабилетов, Специальный диплом Национальной туристской премии им. Сенкевича 2011 в номинации «Социально ответственная компания», Почетный диплом победителя Всероссийского конкурса «100 лучших организаций индустрии туризма и гостеприимства России» в номинации «Лучший туроператор», организованного Всероссийским Форумом инновационных туристских проектов – 2010 при поддержке Совета Федерации ФС РФ, Награда и диплом Всероссийского экономического проекта «Лидеры модернизации» в номинации «Лидер развития туротрасли – 2010», Coral Travel - лауреат национальной туристской премии имени Юрия Сенкевича, «Лидеры туриндустрии - 2004» «За многопрофильность и надежность в туроператорской деятельности» и другие⁴.

Итак, компания ООО «Корал Тревел» много лет работает на туристическом рынке, предоставляет большое количество туров в различные страны, не однократно получала премии и награды. По рейтингам представленным в сети Интернет, Coral Travel занимает лидирующие места, например, по

⁴ Coral Travel /Официальное турагентство. Туры. Путевки///coral.ru/

рейтингу туроператоров России 2021года по надежности, компания Coral Travel заняла вторую сточку рейтинга после Tui, рис. 18.

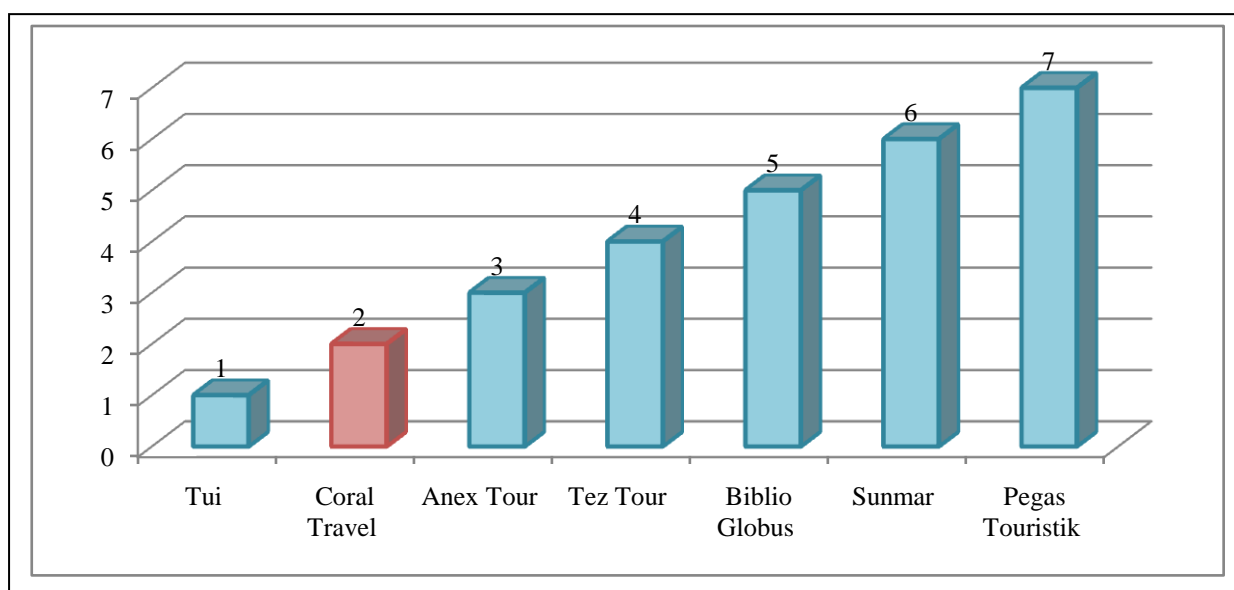


Рис.18. Место компании Coral Travel в рейтинге туроператоров России 2021 по цене и надежности⁵

Более подробная характеристика компаний, вошедших в рейтинг, представлена в Приложении 4. Успех работы на туристическом рынке ООО «Корал Тревел» подтверждается также финансовыми показателями, представленными в Приложении 5. По имеющимся данным⁶, видно, что в 2021 году компания получила выручку в сумме 157676,0 тыс. руб., объем выручки большой, однако в динамике показатель снижается. По отношению к 2019 году снижение составило 15,76%, рис. 2.5. Себестоимость продаж постоянно увеличивается, в 2021 году показатель составил 83006,0 тыс. руб., это на 31,95% выше уровня прошлого года и на 4,39% превышает значение показателя начала анализируемого периода, рис. 19.

По валовой прибыли также замечена динамика снижения, в 2021 году показатель составил 74670,0 тыс. руб., это самый низкий показатель за

⁵ Лучшие туроператоры 2022года в России-рейтинг по цене и надежности/pan.ru/lajfstajl/top-turoperatorov-2021-goda-rejting-samyx-deshevux-i-nadezhnyx-v-rossii/

⁶ Бухгалтерская отчетность ООО «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» //e-ecolog.ru/buh/2020/7707255341

анализируемый период, годом ранее валовая прибыль составляла 77556,0 тыс. руб., в 2019 году и того больше, 107260,0 тыс. руб.

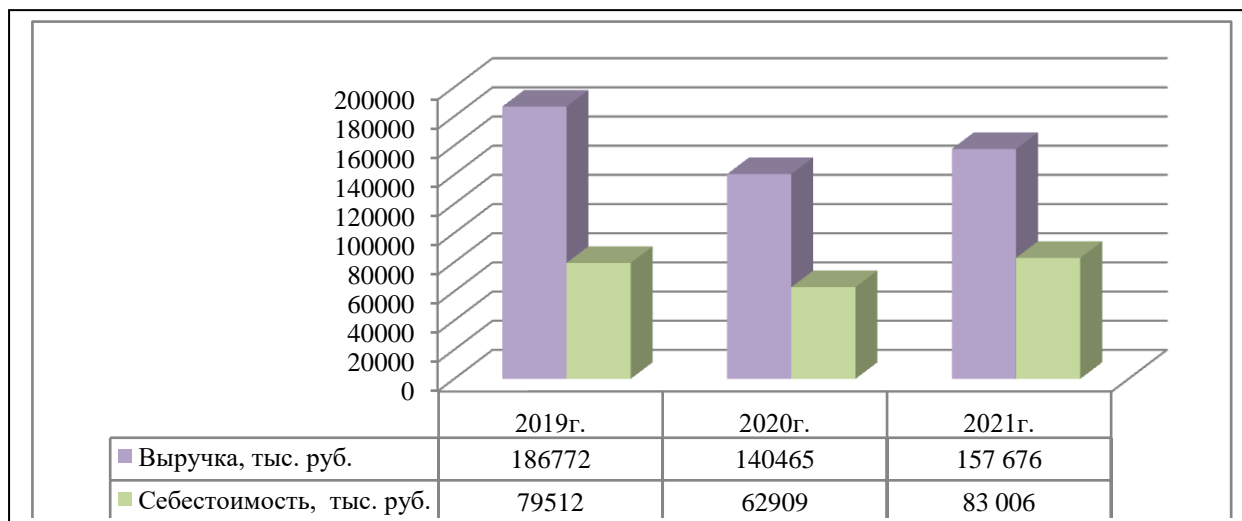


Рис. 19. Динамика выручки и ООО «Корал Тревел» с 2019-2021гг.

За три года валовая прибыль снизилась на 32590,0 тыс. руб., в процентном отношении снижение составило 30,38%. Прибыль от продаж в 2021 году и вовсе ушла в минус, который составил -11433 тыс. руб., годом ранее прибыль от продаж имела небольшой плюс и составляла 1375,0 тыс. руб. лучшим показателем являлся 2019год, компания получила прибыли от продаж в сумме 12199 тыс. руб., рис.20.

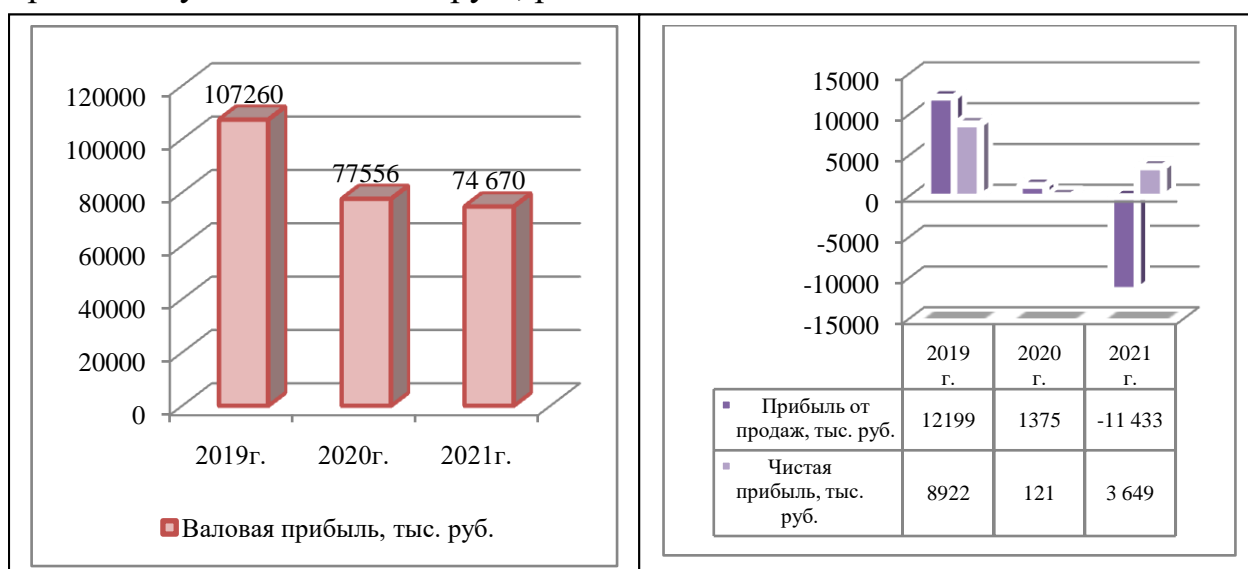


Рис.20. Динамика показателей валовой прибыли, прибыли от продаж и чистой прибыли ООО «Корал Тревел» с 2019-2021гг.⁷

⁷ Бухгалтерская отчетность ООО «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» //e-ecolog.ru/buh/2020/7707255341

Минус по прибыли от продаж образовался за счет высоких управленческих расходов. Чистая прибыль компании в 2021 году имела знак плюс и сформировалась на уровне 3649 тыс. руб., хотя это ниже 2019 года на 59,10%, а к уровню прошлого года произошел рост почти в 3000 раз., рис.21.

Общая сумма капитала на протяжении анализируемого периода росла и в 2021 году составила 977 519 тыс. руб., это на 55,48% выше показателя 2019 года, рис. 21.

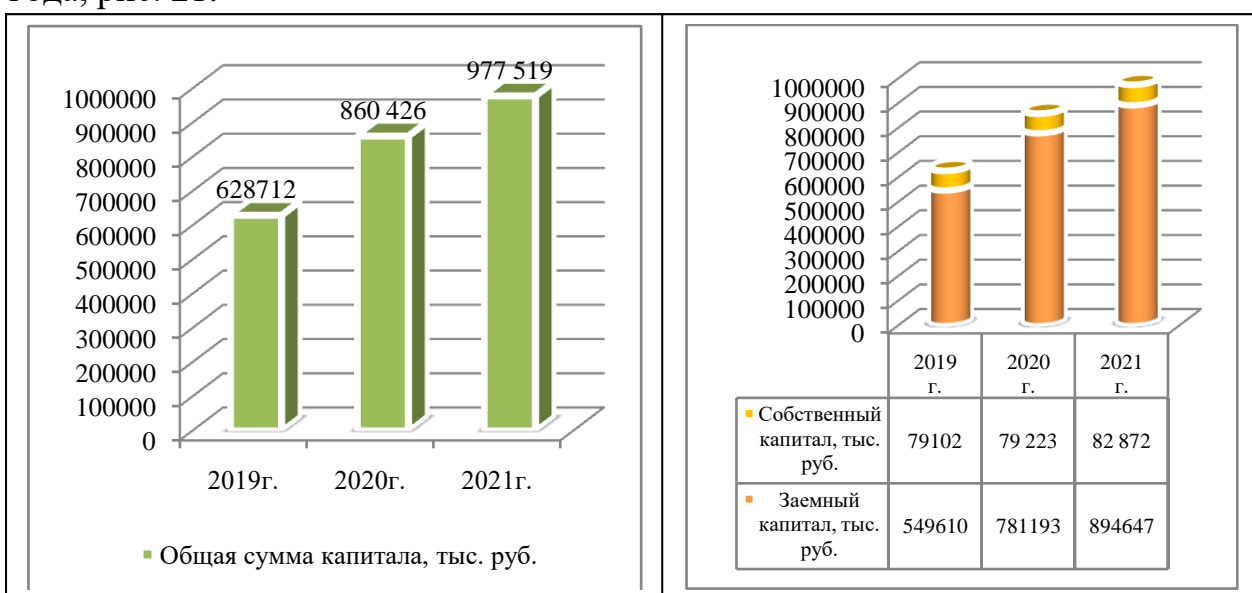


Рис. 21. Динамика суммы заемного и собственного капитала ООО «Корал Тревел» с 2019-2021 гг.⁸.

При этом, увеличение произошло как по заемным, так и по собственным средствам. Компания в целом является финансово зависимой, так как наибольший удельный вес в структуре капитала занимают заемные источники финансирования, в 2021 году на заемные средства пришлось 91,52%, доля собственных составила 8,48%, рис. 22.

Проведем расчет показателей рентабельности по формулам, представленным в Приложении 5. Показатели рентабельности ООО «Корал Тревел» за 2019-2021 гг. оставляют желать лучшего, хуже всего себя чувствует

⁸ Бухгалтерская отчетность ООО «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» //e-ecolog.ru/buh/2020/7707255341

рентабельность продаж, она в 2021 году со знаком минус 7,25%. Чистая рентабельность компании немного улучшилась к уровню 2020 года, хотя, так и не смогла выйти на показатель начала анализируемого периода и составила 2,31%.

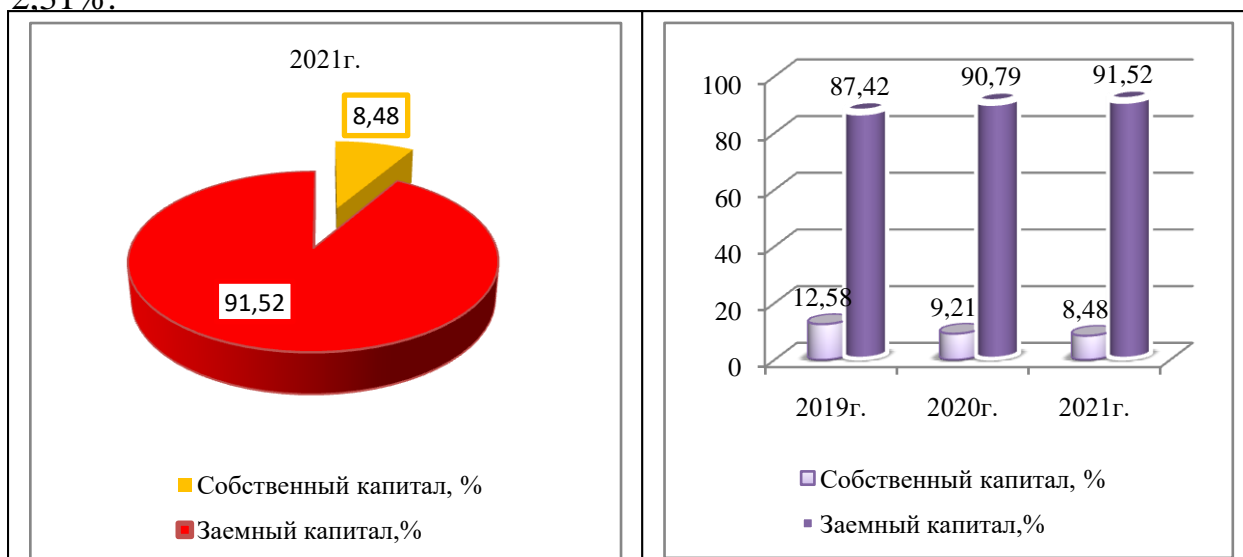


Рис. 22. Динамика структуры капитала предприятия ООО «Корал Тревел» с 2019-2021гг.

Валовая рентабельность имеет не плохое значение, на протяжении анализируемого периода она колеблется в пределах 47,35%-57,43%, при этом к концу анализируемого периода произошло снижение на 10,08%, рис.23.

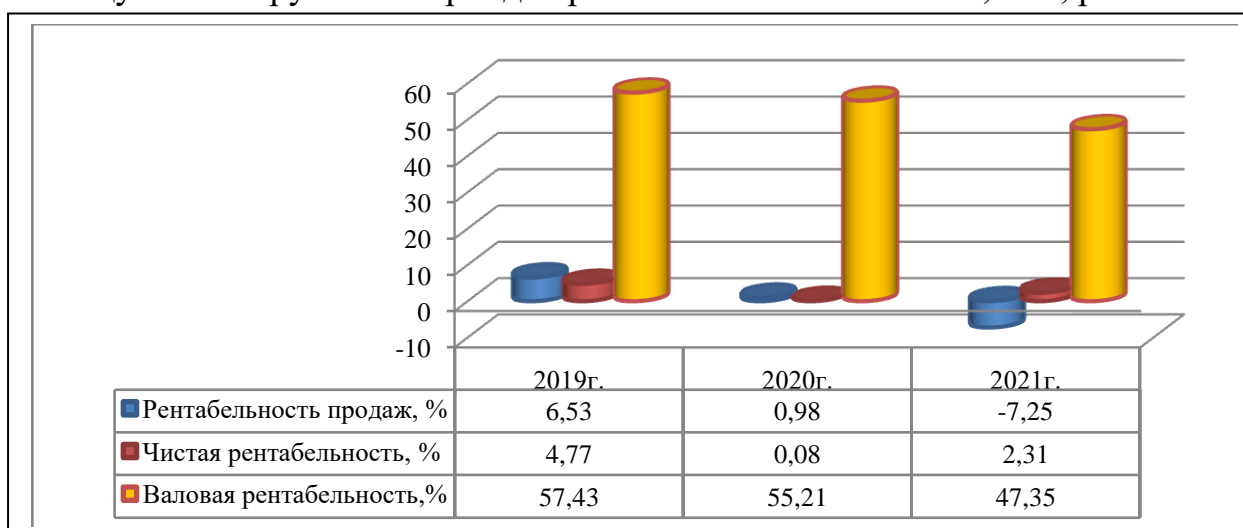


Рис.23.Динамика показателей рентабельности туристической компании ООО «Корал Тревел» с 2019-2020гг.

Таким образом, на протяжении анализируемого периода после 2019года показатели объемов продаж туристической компании направились в сторону

снижения, туда же направились и показатели прибыли и рентабельности. Финансовая устойчивость компании оставляет желать лучшего, так как компания является финансово-зависимой, наибольшая доля в структуре капитала приходится на заемные источники финансирования. Несмотря на то, что специалисты компании тщательно изучают рынок и прогнозируют дальнейшие направления развития спроса, работа планируется на основе полученных данных с тем, чтобы направлять объемы продаж в необходимое русло; а долгосрочные планы и планы на ближайшие 3, 5 и 10 лет постоянно обновляются и дополняются с учетом анализа тенденций на рынке мирового туризма и международной политики. Тем не менее, объемы продаж и прибыль ООО «Корал Тревел» пошли в нежелательную сторону. Компания предлагает клиентам туристические пакеты для любого бюджета, туры для медового месяца и прочие туристические продукты и услуги, предоставляющие много различных возможностей для отдыха.

Чартерные и регулярные рейсы выполняются из всех крупнейших городов России. Компания является многопрофильным туроператором и предлагает не только отдых по массовым, экзотическим и экскурсионным направлениям, но и организацию деловых корпоративных мероприятий, спортивных сборов и тематических выездов. Однако, очевидно, что существует не совершенство стратегий компании ООО «Корал Тревел».

В целях Coral Travel – закрепление лидерских позиций как ведущего российского туроператора и увеличение занимаемой компанией доли рынка с одновременным повышением качества предлагаемого турпродукта. А также дальнейшее внедрение инновационных технологий, без которых невозможно динамичное развитие современного турбизнеса. В связи с этим, является острой необходимостью формирование и совершенствование стратегических направлений Coral Travel. Для того, чтобы подробнее рассмотреть эту часть вопроса, перейдем к следующему параграфу исследования.

2.2. Структура и стратегия управления компанией ООО «Корал Тревел»

Структура управления компании ООО «Корал Тревел» построена по принципу линейно-функциональной, возглавляет компанию генеральный директор, в его подчинении находятся главный бухгалтер, начальник отдела рекламы и маркетинга, начальник отдела туризма, рис. 24.

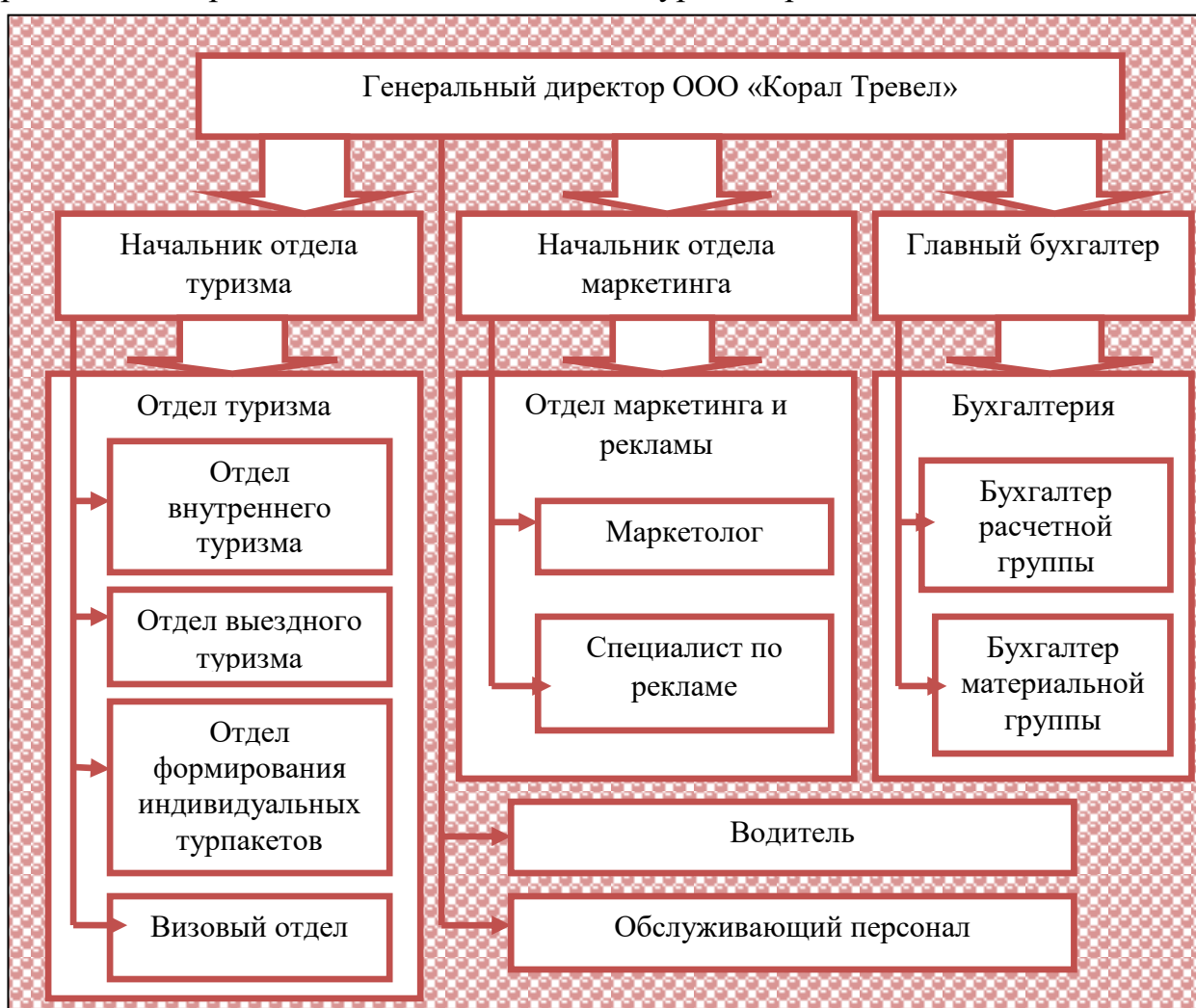


Рис.24. Организационная структура туристической компании ООО «Корал Тревел»

Отдел туризма включает в себя также отдел выездного и внутреннего туризма, визовый отдел, отдел формирования индивидуальных туристических пакетов. Отдел маркетинга занимается формированием стратегии развития компании, в том числе стратегией ценообразования, ассортиментной

политикой, системой стимулирования сбыта и программ лояльности, рекламной деятельностью по продвижению туристических продуктов. Каждый отдел выполняет свои функции на основании должностных инструкций. Среднесписочная численность работников ООО «Корал Тревел» по данным ФНС за 2021 год составила 59 чел., это не намного ниже начала анализируемого периода, рис. 25.

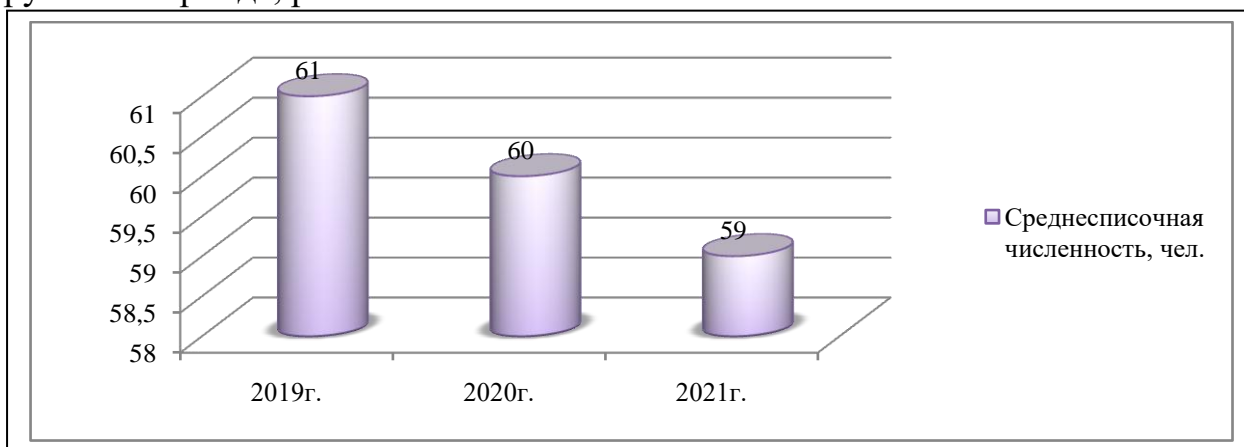


Рис. 25. Динамика среднесписочной численности работников ООО «Корал Тревел» с 2019-2021гг.

Важная роль в деятельности компании ООО «Корал Тревел» принадлежит отделу маркетинга, так как от эффективности разработки стратегических направлений, зависит успех продаж туров компании. Наиболее важными маркетинговыми стратегиями организации являются: товарная стратегия (ассортиментная), стратегия ценообразования и стимулирования сбыта; стратегия качества и продвижения туристических услуг. Рассмотрим кратко основные стратегии туристической организации ООО «Корал Тревел», рис.26.

Товарная стратегия компании ООО «Корал Тревел» заключается в предоставлении большого количества туров в различные страны. При этом, наиболее популярными направлениями являются: PALMERAS BEACH HOTEL (Конаклы, Аланья); ГРАНД ОТЕЛЬ ЖЕМЧУЖИНА (Сочи), HAMPTON BY HILTON MARJAN ISLAND (Рас-Аль-Хайма, Рас-Аль-Хайма (регион); КЛУБ-ОТЕЛЬ ЗОЛОТОЙ БЕРЕГ (Анапа), KAMELYA FULYA

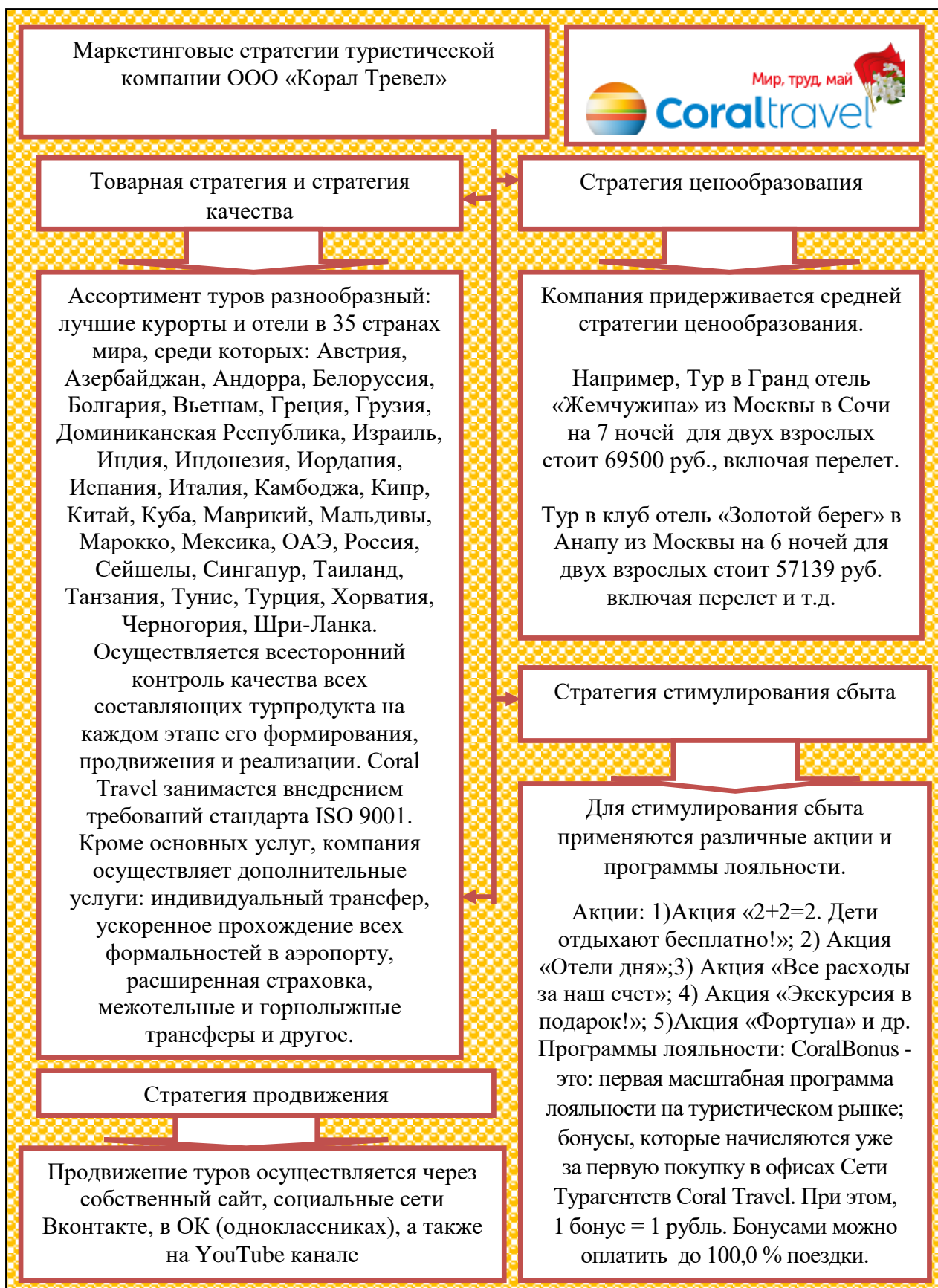


Рис.26. Маркетинговые стратегии туристической компании ООО «Корал Тревел»

HOTEL (Чолаклы, Сиде), MIRAMAR AL AQAH BEACH RESORT (Dibba, Фуджейра (регион)), EFTALIA AQUA RESORT (Турклер, Аланья), AJMAN HOTEL (Аджман), CHAMPION HOLIDAY VILLAGE (Бельдиби, Кемер), KAMELYA SELIN HOTEL (Чолаклы, Сиде) и другие. Туристическая компания ООО «Корал Тревел» осуществляет всесторонний контроль качества всех составляющих турпродукта. Ценовая стратегия организации представляет собой установление цены на туристический продукт с учетом среднеотраслевых цен, ориентируясь на среднюю стратегию ценообразования. Например, тур Гранд отель «Жемчужина» из Москвы в Сочи на 7 ночей для двух взрослых стоит 69500 руб., включая перелет. Тур в клуб отель «Золотой берег» в Анапу из Москвы на 6 ночей для двух взрослых стоит 57139 руб. Более подробно цены на некоторые виды туров с учетом перелета представлены на рис.27.

Кроме основных услуг, компания ООО «Корал Тревел» оказывается дополнительные услуги, с помощью которых турист может начать отдых с максимально комфортного перелета; понизить риски с помощью дополнительного страхования; сократить время трансфера и ожидания в аэропорту; скрасить пребывание в отеле; сделать путешествие незабываемым. К дополнительным услугам компании относятся: индивидуальный трансфер, ускоренное прохождение всех формальностей в аэропорту, питание на борту самолета, страховка от невыезда, дополнительное место багажа, выбор места на борту, расширенная страховка, Elite Group трансфер, межотельные и горнолыжные трансферы, vip-залы аэропорта, дополнительные-онлайн услуги авиакомпаний, SIP-терминал, мероприятия в отелях, привилегии в отелях, аренда авто с водителем, пакеты услуг в отелях ОАЭ, доставка цветов ОАЭ, рис. 28. Рассмотрим кратко некоторые дополнительные виды услуг ООО «Корал Тревел».

1)Привилегии в отелях. Для туров в Турцию и ОАЭ существуют специальные «Пакеты привилегий». Они включают в себя различный набор

Цены на лучшие туры в туристической компании ООО «Корал Тревел»

KAMELYA SELIN HOTEL (Чолаклы, Сиде)
Из Москвы - 6 ночей - 2 Взрослых.
Цена от 86 633,19₽

AJMAN HOTEL Аджман , Аджман (регион)
Из Москвы - 6 ночей - 2 Взрослых. Цена от
103123,97₽

CHAMPION HOLIDAY VILLAGE. Бельдиби,
Кемер .Из Москвы- 6 ночей - 2 Взрослых. Цена
от 62 795,79₽

ОТЕЛЬ & СПА ПРОМЕТЕЙ КЛУБ. Лазаревское,
Сочи. Из Москвы - 6 ночей - 2 Взрослых. Цена
113 107,11₽

INFINITY BY YELKEN KUSADASI Кадынлар
Денизи, Кушадасы .Из Москвы - 6 ночей - 2
Взрослых. Цена от 61748,50₽

PALMERAS BEACH HOTEL Конаклы, Аланья
Из Москва - 6 ночей - 2 Взрослых.
Цена от 61096,72₽

СВИССОТЕЛЬ РЕЗОРТ СОЧИ КАМЕЛИЯ
Сочи. Из Москвы- 7 ночей - 2 Взрослых.
Цена от 133 155,47₽

ГРАНД ОТЕЛЬ ЖЕМЧУЖИНА. Сочи
Из Москвы - 7 ночей . 2 Взрослых. Цена
69 500,17₽

ВАНИ AJMAN PALACE HOTEL. Аджман , Из
Москвы - 6 ночей- 2 Взрослых. Цена от
100 282,04₽

CHAMPION HOLIDAY VILLAGE. Бельдиби,
Кемер. Из Москвы - 6 ночей - 2 Взрослых. Цена
от 62 795,79₽

BM BEACH RESORT. Рас-Аль-Хайма, Рас-Аль-
Хайма (регион). Из Москва - 6 ночей - 2
Взрослых. Цена от 113 290,07₽



Рис.27. Цены на лучшие туры в компании ООО «Корал Тревел» по данным на 2022 год

услуг, подходящий к разным событиям. В ОАЭ предлагаются различные пакеты индивидуальных встреч с быстрым прохождением формальностей в аэропорту и другими услугами. В Турции можно приобрести следующие пакеты: а) «День рождения» для взрослого (букет цветов, праздничный торт, открытка, бутылка шампанского, индивидуальная встреча с гидом в отеле один раз за поездку, поддержка 24/7); б) «День рождения» для ребенка до 12 лет (5 воздушных шаров, праздничный торт, открытка, сувенир, индивидуальная встреча с гидом в отеле один раз за поездку, поддержка 24/7); в) «Романтический» (букет цветов и бутылка воды в аэропорту по прилете, бутылка местного вина в номер, фруктовая тарелка в номер, открытка, индивидуальная встреча с гидом в отеле один раз за поездку, поддержка 24/7); г) «Сохрани момент» (фотосессия 2 часа для 1-4 человек, прическа и макияж для девушки в номере, фотоальбом или USB с 50 или менее фотографиями на следующий день, индивидуальная встреча с гидом в отеле один раз за поездку, поддержка 24/7).

| Дополнительные услуги компании Coral Travel | |
|---|-------------------------------------|
| индивидуальный трансфер | vip-залы аэропорта |
| ускоренное прохождение всех формальностей в аэропорту | межотельные и горнолыжные трансферы |
| страховка от невыезда | мероприятия в отелях |
| привилегии в отелях | аренда авто с водителем |
| пакеты услуг в отелях ОАЭ | доставка цветов ОАЭ |






Рис.28. Дополнительные услуги компании Coral Travel

2) Мероприятия в отелях. Coral Travel поможет организовать настоящий праздник, с праздничным тортом, с расселением гостей, услугами аниматоров и желаемым меню. Те же самые услуги доступны и для тех, кто хочет организовать корпоративную вечеринку для сотрудников.

3) СІР-терминал. СІР-терминал – это уникальная услуга индивидуальной встречи и проводов в аэропорту, в случае если турист хочет не просто быстрое прохождение всех формальностей, но и полную конфиденциальность и индивидуальный комфорт по прилету. Услуга включает в себя встречу у входа в отдельный СІР-терминал или у трапа самолета, отдельный паспортный контроль, доставка багажа, питание и напитки, помощь в осуществлении покупок в Duty Free. При обратном вылете персонал СІР-терминала помогает в ускоренной регистрации на самолет и в быстром прохождении досмотра багажа и ручной клади. Услуга доступна в аэропортах Анталии и Бодрума (Турция).

4) Аренда авто с водителем. Название услуги говорит само за себя. Аренда автомобиля с водителем доступна в курортных городах Крыма.

5) Пакеты услуг в отелях ОАЭ. Пакет дополнительных услуг в отеле ОАЭ- это гарантировано обеспечит наличие денежных средств на отельном счете клиента. С этой услугой туристу проще просчитать бюджет и расходы поездки. Для туристов доступны семь вариантов пакетных услуг: «Стандарт» - 100,00 USD; «Бронза» - 250,00 USD; «Серебро» - 500,00 USD; «Золото» - 1000,00 USD; «Бриллиант» - 2500,00 USD; «Платина» - 5000,00 USD; «VIP» - 10000,00 USD. Необходимый вариант пакета услуг можно выбрать на сайте в разделе дополнительных услуг при бронировании тура. В некоторых отелях пакетные услуги являются обязательным условием для заселения. Кроме этого, каждый отель предлагает свои услуги, в рамках приобретенного пакета дополнительных услуг.

Итак, выше были кратко рассмотрены некоторые виды дополнительных услуг туристической компании Coral Travel. В рамках данной работы,

крайне сложно подробно описать все виды дополнительных услуг. Перейдем к стратегии продвижения компании. Для продвижения своих туров у компании есть сайт, с помощью которого можно купить туристические продукты. Также компания продвигает свои услуги в различных социальных сетях: ВКонтакте, в ОК (одноклассниках), а также на YouTube канале, рис. 29.

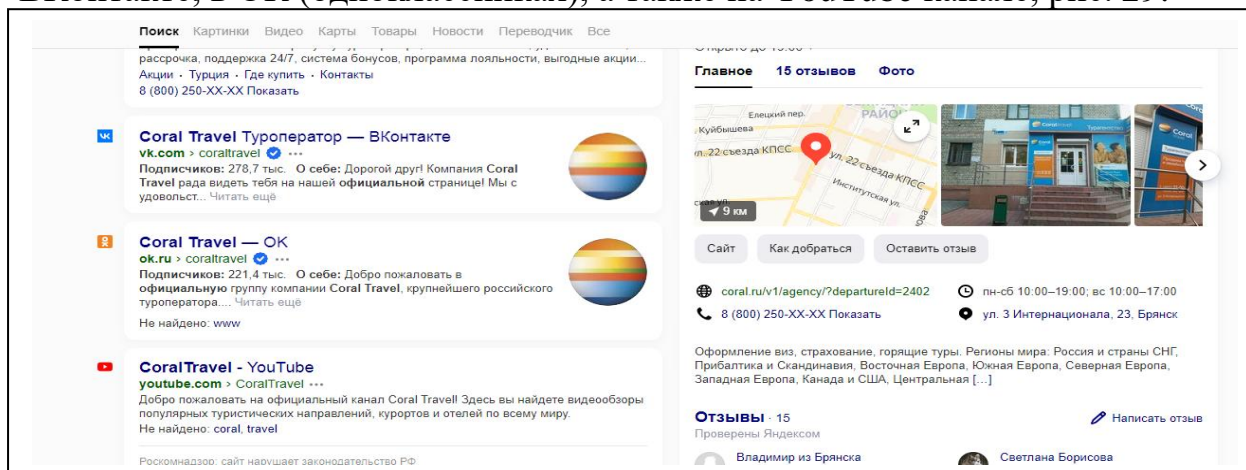


Рис.29. Скан (фото) социальных сетей: ВКонтакте, ОК и YouTube компании ООО «Корал Тревел»

Стратегия стимулирования ООО «Корал Тревел» представляет собой различные акции и программы лояльности. В настоящее время разработаны следующие акции: 1) Акция «2+2=2. Дети отдыхают бесплатно!»; 2) Акция «Отели дня»; 3) Акция «Все расходы за наш счет»; 4) Акция «Экскурсия в подарок!»; 5) Акция «Фортуна».

Программа лояльности CoralBonus - это возможность путешествовать чаще и с большим комфортом. Оформив карту лояльности потребитель автоматически становится участником акций и Клуба Привилегий, в котором собраны эксклюзивные предложения от партнеров компании. CoralBonus - это первая масштабная программа лояльности на туристическом рынке; бонусы, которые начисляются уже за первую покупку в офисах Сети Турагентств Coral Travel. При этом, 1 бонус = 1 рубль. Бонусами можно оплатить до 100,0 % поездки. В настоящее время действуют следующие программы лояльности: 1) CoralBonus: Включи весну! 2000 бонусов; 2) CoralBonus: 1000 бонусов за подписку!; 3) CoralBonus «Самолет»; 4) CoralBonus: Летнее притяжение! До 10000 бонусов

на путешествии!; 5) CoralBonus: Включи весну! 3000 бонусов; 6) другие, рис.30.

Акции и программы лояльности туристической компании ООО «Корал Тревел»

CoralBonus! самолет
 Покупай квартиру и путешествуй!
 Получите до **80 000 бонусов**
 на путешествие в подарок
 от группы «Самолет»
 Coraltravel

CoralBonus! Включи весну
 SPRING ON
 Coraltravel

CoralBonus! Включи весну
 SPRING ON
 2 000 бонусов
 уже на твоей карте
 1 бонус = 1 рубль
 Coraltravel

CoralBonus! Летнее притяжение
 Получите до **10 000**
 на бонусный счет
 1 бонус = 1 рубль
 Coraltravel

Позволь себе больше
 ЛЕТНИЙ ОТДЫХ СО СКИДКОЙ
 ДО **65%**
 Минимальная предоплата,
 остальное - перед вылетом
 по акции «Раннее бронирование»
 Подробнее

1 000 бонусов за подписку на CoralBonus!
 Подписывайся на CoralBonus
 в социальных сетях и получи
1 000 бонусов на путешествие
 VK Telegram @coralbonus

Экскурсия в подарок!
 Бесплатная обзорная экскурсия по Дубаю
 при бронировании туров в ОАЭ на рейсах
 авиакомпаний Emirates и Air Arabia
 Emirates AirArabia
 Подробнее

CoralBonus! Подарок!
 Купи подарочный сертификат
 на путешествие онлайн
 и получи 25% от суммы
 номинала бонусами
 travelcards.ru

Акция ФОРТУНА
 Это отдых по очень выгодным ценам!
 Подробнее

ОТДЫХАЙ СЕЙЧАС - ПЛАТИ ПОТОМ
 12 месяцев рассрочки на первую покупку
 по промокоду HALVACORAL
 Подробнее
 ПАО «Совкомбанк». Ген. лицензия ЦБ РФ №963
 Coraltravel

акция 2+2=2
 Дети отдыхают бесплатно!

Акция «Все расходы за наш счёт»
 Неожиданных расходов не будет!

Рис. 30. Акции и программы лояльности туристической компании ООО «Корал Тревел»

Более подробно программа лояльности и акции компании ООО «Корал Тревел» представлены в Приложении 6. Кроме того, что компания оказывает туристические услуги, у нее также есть интернет-магазин по продаже туристических товаров с брендом компании, рис. 31.

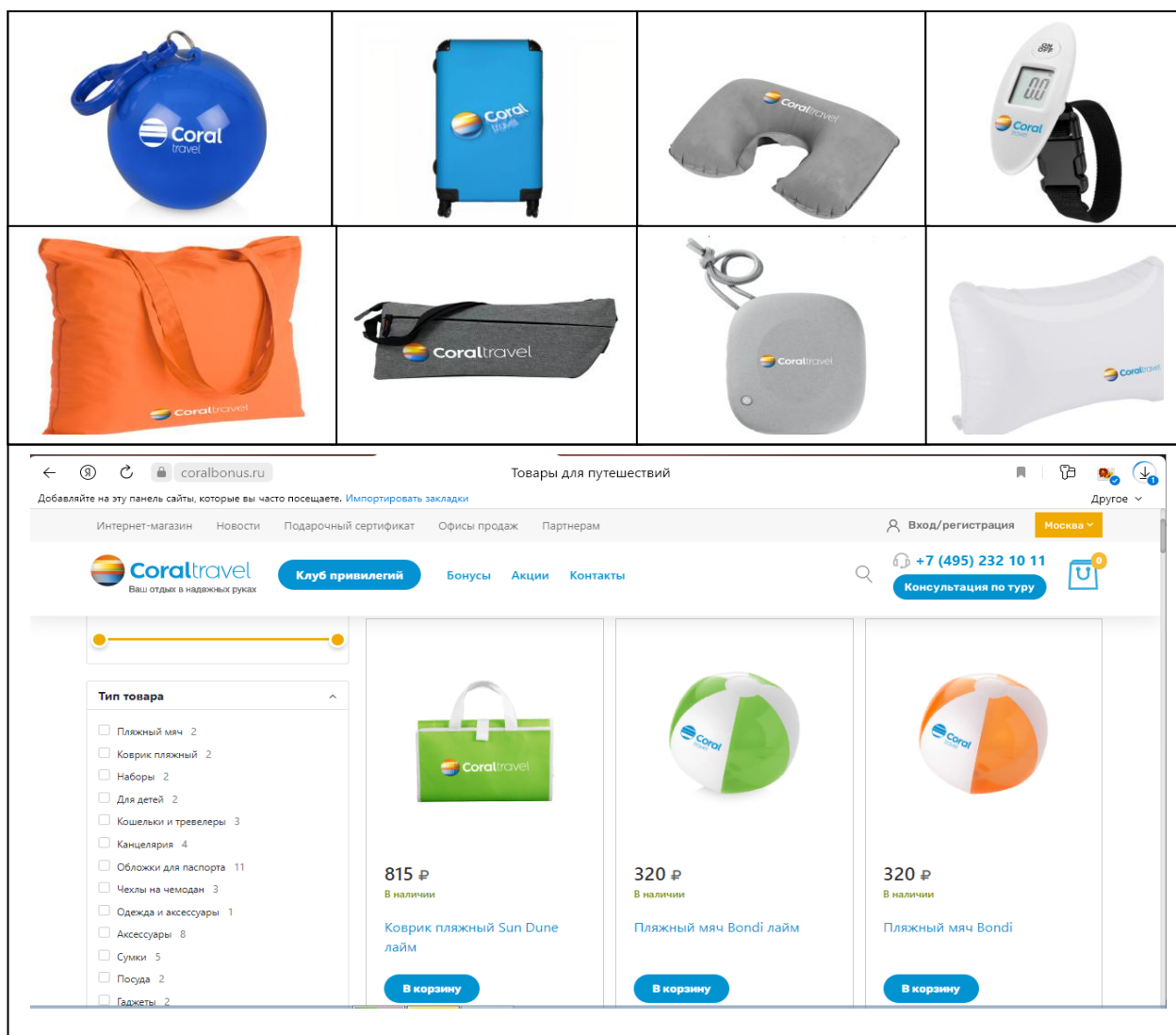


Рис.31. Интернет-магазин по продаже туристических товаров компании ООО «Корал Тревел»

Итак, представленный выше анализ показал, что компанию возглавляет генеральный директор, в его подчинении находятся все службы предприятия, разработана структура управления и маркетинговые стратегии, которые включают в себя товарную стратегию и стратегию качества, ценовая стратегия, стратегия стимулирования сбыта и продвижения. Несмотря на то, что компания предлагает широкий ассортимент туров, разработано мно-

жество акций и программ лояльности, компания следит за качеством и продвигает свои услуги в сети Интернет, тем не менее можно выделить слабые места и предложить пути совершенствования, для этого перейдем к этой части вопроса в следующем параграфе.

2.3. Разработка практических предложений по формированию стратегии туристической компании ООО «Корал Тревел»

Существующие стратегии туристической компании ООО «Корал Тревел» позволили выявить слабые места и требуют совершенствования по трем основным направлениям: 1) товарная стратегия - не развивается экологический туризм, который очень актуален в период пандемии; 2) стратегия стимулирования сбыта - не применяются программные продукты CRM-системы для разработки программ лояльности; 3) стратегия продвижения - туристические услуги не продвигаются с помощью туристических маркетплейсов, которые в последнее время являются очень популярны в сети Интернет. В связи с выше изложенным, является необходимым формирование стратегических направлений, рис. 32. Рассмотрим подробнее.

Последние два года индустрия туризма находится в состоянии стабильной неопределенности: страны открывают и закрывают свои границы, одни регионы вводят новые ограничения, другие отменяют их. Однако, рынок постепенно учится существовать и развиваться в рамках новых условий. Ориентация на развитие устойчивого туризма, безопасные путешествия, заботу о здоровье, экотуризм и прочие тенденции по-прежнему будут развиваться в 2022 году и далее. Эксперты не раз отмечали огромный потенциал России в плане развития экологического туризма⁹. Развитие новых эко-

⁹ Тренды в туризме в 2022 году//welcometimes.ru/opinions/trendy-v-turizme-v-2022-godu



Рис.32. Совершенствование стратегий туристической компании ООО «Корал Тревелл»

маршрутов в стране станет приоритетом не только 2022 года, но и последующих лет и позволит увеличить поток, как местных, так и иностранных туристов. В связи с этим, целесообразно совершенствовать товарную стратегию ООО «Корал Тревел» за счет развития экологических туров. Это могут быть как туры внутри России по экологическим регионам, такие как: Камчатка, Сахалин, Алтай, Байкал, Карелия и другие. А также одним из интересных направлений экологического туризма могут быть глэмпинг-туры. Современные глэмпинги - это совокупность технологий и простоты решений. Они представляют собой привычный комфорт под куполом тканевого шатра: кровать, тёплый пол, интернет, душ и другие радости жизни. В настоящее время в России не мало мест, где есть глэмпинги, это и в районе Москвы, Сочи, в Крыму, на Алтае, в Калининградской, Ленинградской, Новгородской областях, Карелии, Самары, Уфы, Екатеринбурга и другие районы России. Некоторые глэмпинги работают круглогодично, в некоторых районах только в летнее время. Цена в сутки глэмпинг-отеля может составлять от 5000 до 15000 руб., в зависимости от района (региона) и условий глэмпинга (очень комфортные, средняя комфортность и т.д.). Глэмпинг тур включает в себя не только ночевку в палатке с комфортом, но и различные виды развлечений: конные прогулки, баня, гончарная мастерская, отдых на воде, рыбалка, велосипеды, квадроциклы, йога с инструктором, байдарки, экскурсии и другое.

Не менее значимыми в развитии экологического туризма являются домики на деревьях. Все больше людей в последнее время приходит к решению освободиться от жизненных стрессов и воссоединиться с природой, потому отели на деревьях становятся все более популярными. Путешественники во всем мире все чаще решают провести время в удобном доме на дереве где они могут отдохнуть, перезарядиться и возвратиться к природе. За последние несколько лет появилось множество специальных предложений по всему миру, от Азии и Австралии до Северной Америки, Европы и Африки.

Наиболее интересными и известными отелями на деревьях являются следующие: Treehouse Point(США), Aqua Wellness в Никарагуа, Daintree EcoLodge & Spa(Австралия), отель Meisters Irma (Италия), Шато Лес Арбес (Франция), Tsala Treetop Lodge(ЮАР), Хапуку(Новая Зеландия), дом на дереве в Тонгабези (Замбия), Chewton Glen (Англия) и другие, рис.33 (Приложение 7).

Однако, в связи с закрытием границ большинства стран для туристов, экологический вид туризма с посещением домиков на деревьях, можно отложить на более поздний срок и рекомендовать компании ООО «Корал Тревел» эту стратегию в долгосрочной перспективе; а в краткосрочной возможна организация такого туризма внутри страны, в России также есть места, где можно отдохнуть в домике на деревьях.

Для совершенствования стратегии стимулирования сбыта целесообразно внедрение программного продукта CRM-системы для разработки программ лояльности. В настоящее время программных продуктов для туристических организаций не мало, наиболее популярные представлены в Приложении 3. Стоимость программы CRM-системы не большая, может составлять в среднем 50,0 тыс. руб. при этом, согласно различных разработчиков данных систем, CRM позволяет увеличивать объемы продаж в среднем на 20,0% в год.

Для совершенствования стратегии продвижения необходимо усилить с помощью туристических маркетплейсов. В настоящее время маркетплейсы получили большую популярность. Среди гостиничного бизнеса и туризма маркетплейсов не так много, но они начинают развиваться. Наиболее известными являются: Ятурист, Aving. У каждого маркетплейса существуют свои условия размещения туристических продуктов (туров). Компания, которая размещает свои туры на маркетплейсе, может оплачивать в среднем 5,0-10,0% комиссии. Маркетплейсы могут существенно увеличивать объемы продаж туров. Если рассмотреть на примере известного и лидирующего

маркетплейса Wildberriiss¹⁰, компания специализируется на продаже различных товаров (одежда, обувь и другое), объемы продаж достигают очень больших сумм, маркетплейс Wildberriiss занимает первое место в строчке рейтинга российских маркетплейсов по объемам продаж, прибыли и надежности. Поэтому будущее за маркетплейсами, в том числе и за туристическими маркетплейсами. Поэтому для компании ООО «Корал Тревел», туристический маркетплейс позволит существенно увеличить объемы продаж, даже если первоначально в первый год реализации проекта, объемы продаж увеличатся на 30,0%, а CRM- система позволит хотя бы на 20,0% увеличить продажи, то в совокупности за счет этих мероприятий, выручка компании может увеличиться на 50,0%. Крайне сложно сказать на сколько могут возрасти продажи за счет увеличения ассортимента туров-экологические и глэмпинг- туры, в любом случае, за счет этого мероприятия, можно планировать рост продаж на 10,0%. В целом, за счет совершенствования выше перечисленных стратегий, выручка компании возрастет на 60,0% и составит 252281,0 тыс. руб. Себестоимость проданных услуг в среднем составляет 50,0% от выручки, следовательно, прогнозный показатель себестоимости сформируется на уровне 126140,0 тыс. руб. Отсюда валовая прибыль будет равна 126140,0 тыс. руб.

В 2021 году в компании ООО «Корал Тревел» управленческие расходы превышали валовую прибыль и составили 86103,0 тыс. руб. в связи с этим показатель прибыли от продаж образовался со знаком минус. После проведения мероприятий по совершенствованию стратегий, объемы продаж возрастут, однако, сильного роста управленческих затрат ждать не стоит. Расходы на CRM-систему не значительные и составляют в среднем 50,0 тыс. руб. Другие виды затрат по продвижению на маркетплейсах и себестоимость экологических туров, следует учитывать в себестоимости продаж. Таким

¹⁰ Бухгалтерская отчетность: ООО «Вайлдберис» // <https://e-ecolog.ru/buh>

образом, если управленческие расходы останутся на уровне прошлого года, увеличившись лишь на 50,0 тыс. руб., то сумма этих затрат сформируется на уровне 86153,0 тыс. руб. В результате, прибыль от продаж составит 39988,0 тыс. руб., а это на 51421,0 тыс. руб. выше показателя 2021года, рис.34.

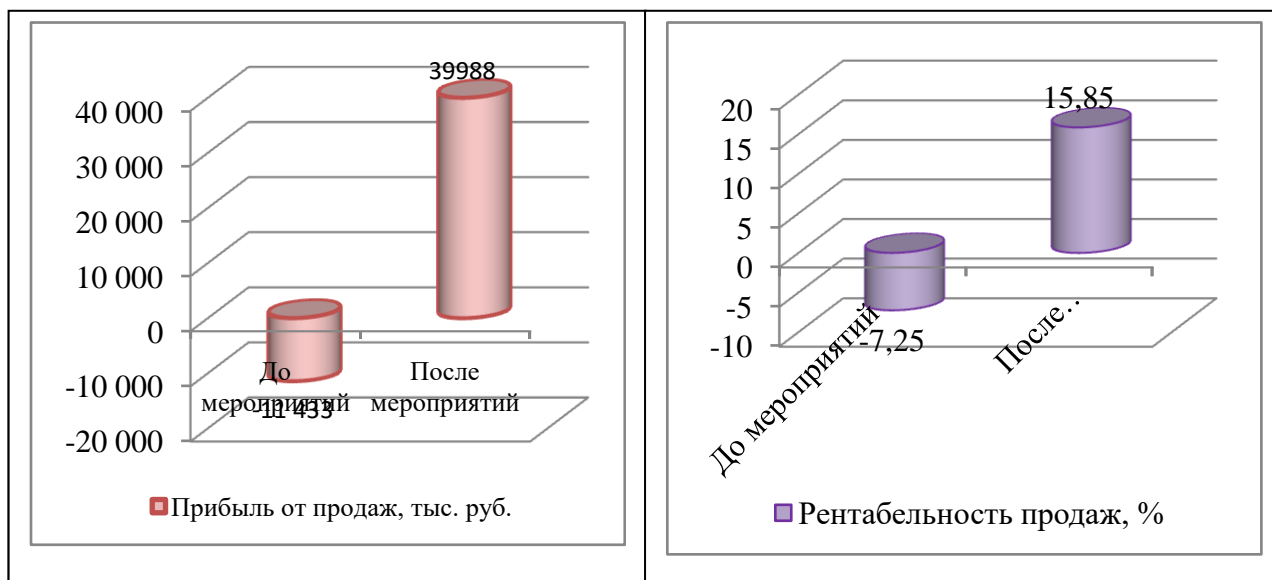


Рис.34. Прогнозные значения экономических показателей ООО «Корал Тревел» после совершенствования стратегических направлений

В таком случае показатель рентабельности продаж увеличится на 23,1% и составит 15,85%, рис. 34. Все выше представленные расчеты по экономической эффективности являются прогнозными, на самом деле, объемы продаж туристических продуктов будут зависеть от множества факторов, в том числе и от внешней среды, развития пандемии и конфликтов в мировой экономике.

В настоящее время население России, да и в целом в мире не располагает излишними финансовыми ресурсами, на фоне российско-украинского конфликта, не мало потребителей потеряли или снизили доходы. Тем не менее, ничего не остается делать, как надеяться на скорое развитие российско-украинских и иных отношений, происходящих в мировой экономике, а это положительно повлияет на развитие бизнеса, в том числе и туристического.

Список использованных источников

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ (с изм.от 02.07.2021);
2. Аналитика АКИТ / Официальный сайт-Электронные данные. М, 2010-2020гг. // akit.ru/wp-content/uploads/2021/02/Аналитика-АКИТ-2020.pdf;
3. Антипина, П.В. Электронная коммерция: учеб. пособие/ П.В. Антипина. – Иркутск: Изд. дом БГУ, 2020г.
4. Анализ практики разработки туристских маркетплейсов и их применения: зарубежный и отечественный опыт
[//scienceforum.ru/2020/article/2018020030](http://scienceforum.ru/2020/article/2018020030);
5. Ансофф И. Стратегическое управление. Учебник// И. Ансофф. – СПб, «Питер», 2017г.
6. Бандурин, А.В. Стратегический менеджмент организации: Учебник / А.В. Бандурин. - М: ИНФРА, 2018г.
7. Будущее туристического рынка – за «маркетплейсами отдыха»
[//https://retail-loyalty.org/expert-forum/budushchee-turisticheskogo-rynka-za-marketpleysami-otdykha/](https://retail-loyalty.org/expert-forum/budushchee-turisticheskogo-rynka-za-marketpleysami-otdykha/);
8. Бухгалтерская отчетность ООО «Корал Тревел» [//e-ecolog.ru/buh/2020/7707255341](http://e-ecolog.ru/buh/2020/7707255341);
9. Бухгалтерская отчетность: ООО «Вайлдберис» [//https://e-ecolog.ru/buh](https://e-ecolog.ru/buh)
10. В АТОР подвели туристические итоги 2021 года (дата публикации 22.12.2021г.) [//atorus.ru/news/press-centre/new/58171.html](http://atorus.ru/news/press-centre/new/58171.html);
11. Голова Е. Майкопова О. Что такое глэмпинг? Привычный уют внутри и дикая реальность снаружи (дата публикации 14.08.2021г.)
<https://www.championat.com/lifestyle/article-4429293-что-такое-glemping-prostymi-slovami-chem-otlichaetsya-ot-kempinga-что-brat-s-soboj-kak-otkryt-glemping.html/>;

12. Как мы сделали первый в России маркетплейс туров для активных путешествий//<https://blog.wbtech.ru/kak-my-sdielali-piervyi-v-rossii-markietplieis-turov-dlia-aktivnykh-putieshiestvii/>;

13. Как маркетплейс защищает интересы покупателей и продавцов//<https://spark.ru/startup/cdek-market/blog/48741/kak-marketplejs-zaschischaet-interesi-pokupatelej-i-prodavtsov/>;

14. Лучшие туроператоры 2022 года в России - рейтинг по цене и надежности//pan.ru/lajfstajl/top-turoperatorov-2021-goda-rejting-samyx-//;

15. Маркетплейс как инновационная технология продвижения в туризме в условиях современных вызовов//<https://scienceforum.ru/2021/article/2018024479//>;

16. «Маркетплейсы станут инструментом развития малого и среднего бизнеса» <https://plus.rbc.ru/news/5be648587a8aa936b7799375//>;

17. Маркетинг в туризме 2022: особенности, коммуникации, сервисы, тренды//<https://marketing-tech.ru/kb/marketing-v-turizme-2022/>

18. Официальный сайт компании CORAL TRAVEL//www.coral.ru/

19. Обзор популярных CRM-Систем для туризма: изучаем и выбираем лучшую систему//crm-systems.info/crm-dlya-turizma/;

20. ООО «Корал Тревел»: бухгалтерская отчетность и финансовый анализ//audit-it.ru/buh_otchet/7707255341_ooo-koral-trevel/;

21. Первый российский маркетплейс в гостеприимстве //<https://welcometimes.ru/opinions/pervyy-rossiyskiy-marketpleys-v-gostepriimstve//>;

22. Правила участия в программе лояльности CoralBonus. Редакция от 16.02.2022г. //<https://coral.ru/>;

23. Российский туризм после пандемии: перспективы восстановления турбизнеса//delprof.ru/press-center/open-analytics/rossiyskiy-turizm-posle-pandemii-perspektivy-vosstanovleniya-turbiznesa/;

24.Расторгуева М. Что такое эко-отели и почему они набирают популярность //https://www.biletik.aero/handbook/blog/oteli/что-такое-эко-отели-i-pochemu-oni-nabirayut-populyarnost//;

25.Система стратегического менеджмента: что это такое и зачем нужно компаниям//finacademy.net/materials/article/sistema-strategicheskogo-menedzhmenta;

26.Самые посещаемые страны //https://miraxtravel.com/ru/blog/5-подборки/155-самые-посещаемые-страны//;

27.Стратегия развития внутреннего туризма в России в 2021 году// https://welcometimes.ru/opinions/strategiya-razvitiya-vnutrennego-turizma-v-rossii-v-2021-godu//;

28.CRM для туризма/ //a2is.ru/catalog/crm-dlya-turizma;

29.Стратегия компании: виды, примеры, алгоритм//blog.iteam.ru/strategiya-kompanii-vidy-primery-algoritm/;

30.CRM для турагентства //crmindex.ru/for/travel;

31.Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года// Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р. Москва;

32.Стратегия развития внутреннего туризма в России в 2021 году (дата публикации 04.03.2021г.) //welcometimes.ru/opinions/strategiya-razvitiya-vnutrennego-turizma-v-rossii-v-2021-godu;

33.Савицкая, Г.В. «Анализ хозяйственной деятельности предприятий»: Учебник. Мн.: ИП «Экоперспектива», 2019 г.-494 с.

34.Статистические показатели, характеризующие туристическую отрасль в РФ с 2011-2020гг.

35.Турсезон - 2022: где и как отдохнуть «санкционному» россиянину //https://newizv.ru/news/society/12-04-2022/tursezon-2022-gde-i-kak-otdohnut-sanktsionnomu-rossiyaninu//;

36.Туристический маркетплейс и путеводитель//itourist.info/;

37.Тренды в туризме в 2022 году//welcometimes.ru/opinions/trendy-v-turizme-v-2022-godu;

38.Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: материалы XVI Международной научно-практической конференции (Московская обл., г.о. Химки, 5 октября 2021 г.). – М.: Университетская книга, 2021. – 694 с.

39. Уникальные отели на деревьях//
<https://alexkolos.livejournal.com/1574828.html>;

40.Швец И.Ю. Региональное управление конкурентоспособностью туристических услуг: методология и практика. - Симферополь: ЧП Предприятие Феникс, 2018. -364 с.

41.85 глэмпингов России от Калининграда до Камчатки //https://perito-burrito.com/posts/glamping-russia//;

42.10 лучших глэмпингов России //https://ru.rbth.com/watch/757-russia-glamping//;

43.10 самых удивительных отелей на деревьях// <https://bigpicture.ru/10-samyx-udivitelnyx-otelej-na-derevyax/>.

Приложения