

Анучина Наталья Николаевна
Студентка 2 курса магистратуры 1 группы,
факультета управления
ФГАОУ ВО «Южный Федеральный Университет»
Ростов-на-Дону, Россия
Natanuchina@yandex.ru

Аутсорсинг в сфере туризма: классификация и применение

В статье рассматривается понятие аутсорсинга и его влияние на повышение эффективности бизнеса. Проводится анализ возможности применения аутсорсинга для туристической сферы. Предлагаются варианты совершенствования деятельности туристических компаний.

Ключевые слова: аутсорсинг, туристический бизнес, аутсорсер

Natalya N. Anutchina
Master's student
Faculty of Management
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
Natanuchina@yandex.ru

Outsourcing in the Tourism Field: Systematization and Application

The article considers the notion of outsourcing and its influence on increase in business effectiveness. The author has made an analysis of possibility of application of the outsourcing in the tourism field. The options for improving the travel agencies' performance have been proposed in the work.

Keywords: outsourcing, tourist business, outsourcer

Современное состояние бизнес деятельности можно охарактеризовать как высоко конкурентное, в связи с чем, руководители компаний принимают решение о передаче ряда профессиональных функций от своих внутренних подразделений – организациям, специализирующимся на оказании конкретных услуг. Данный феномен получил название аутсорсинг. В настоящее время, модель функционирования организации с использованием

привлечения внешних исполнителей доказала свою состоятельность и показала высокую эффективность для отдельных видов бизнеса. В своем исследовании, мы бы хотели рассмотреть модель аутсорсинга применительно к туристическому бизнесу и сформировать основные направления развития компаний в данном направлении.

Туристическая сфера в настоящее время не столь активна по внедрению аутсорсинга в деятельность компаний, по сравнению с другими сферами экономики. Тем не менее, данный инструмент обладает всеми необходимыми качествами для того, чтобы оптимизировать работу туристических компаний и способствовать более эффективной реализации их услуг. Кроме того, как показывает практика внедрения аутсорсинга в другие отрасли, данный инструмент также обеспечивает рост налоговых отчислений в бюджеты различных уровней, способствует развитию смежных отраслей экономики и увеличивает занятость населения[1].

Аутсорсинг в сфере туризма – это передача туристской организацией, являющейся заказчиком, на выполнение функций, процессов исполнителю – специализированной фирме (аутсорсеру) – или использование его ресурсов[2].

Следует заметить, что вопросы, связанные с аутсорсингом, нашли отражение в научных трудах отечественных и зарубежных ученых. К наиболее значимым, на наш взгляд, можно отнести работы: Шмелева К.В., Павлова А.Ю., Грибову Ю.Н., Хейвуда Дж. Б.

Одной из главных проблем освященных данными авторами является проблема формирования классификационной системы аутсорсинговых услуг.

Рассматривая вопрос классификации аутсорсинговых услуг, в том числе, в туристической сфере, следует обратить внимание, что, прежде всего, выделяют данные услуги по **объекту передачи**, под которыми подразумеваются различные функции, процессы и ресурсы. Таким образом,

на основании данного критерия выделяют функциональный, процессный и ресурсный аутсорсинг[3].

В функциональном аутсорсинге предметом передачи являются функции, которые представляют собой операции конкретных служб в бизнесе, которые выполняются для реализации поставленной цели. Следует заметить, что в процессе реализации коммерческой деятельности любой предпринимательской структуры осуществляется большое число функций, которые могут быть переданы для реализации компаниям-посредникам. На примере туристической сферы функциональный аутсорсинг представляет собой процесс передачи компании узкой направленности функций, которые не связаны с базовой деятельностью компании.

Также в процессе классификации аутсорсинговых услуг принято выделять подкатегории, так, в функциональном аутсорсинге выделяют следующие направления: аутсорсинг ученых функций, аутсорсинг информационных технологий и аутсорсинг сферы обслуживания.

Так, как правило, под аутсорсингом ученых функций принято понимать систему предоставления функций, связанных со специфическими процессами в компании, к которым относят бухгалтерию, налоговые выплаты, кадровый учет и юридическое обеспечение. Следует заметить, что компании, осуществляющие деятельность в туристической сфере, в особенности, которые имеют не большой размах деятельности, как правило, обращаются за помощью к сторонним компаниям для осуществления ученых функций.

Необходимо отметить, что туристическая компания в значительной мере сокращает расходы при переходе на аутсорсинг. Связано это прежде всего с тем, что отсутствуют затраты на фонд оплаты труда, а также сопутствующие налоги. Тем не менее, в туристической сфере существуют компании разной величины, и следует отметить, что заинтересованность в переходе на аутсорсинг также разная.

Так крупные компании при переходе на аутсорсинг, прежде всего, заинтересованы в повышении качества различных функций, связанных с расчетами и планированием, что позволяет реализовать именно сотрудничество со сторонними компаниями, чем расширение отдела бухгалтерии, в то время как малый и средний туристический бизнес ориентирован прежде всего на экономию финансовых средств за счет передачи бизнес-функций на аутсорсинг.

На основании исследования, было выявлено, что большинство туристических компаний сталкивается со сложностью найма в штат бухгалтера, который был бы достаточно компетентен в реализации бухгалтерской деятельности в рамках туристической сферы, в связи с тем, что данная сфера обладает некоторой спецификой и требует более узкой направленности. В связи с этим туристическим компаниям не рентабельно осуществлять найм сотрудников связанных с учеными функциями, а более выгодно как в плане финансовых затрат, так и временных, отдать данные функции на аутсорсинг[4].

Еще одно из направлений, которое является весьма актуальным для компаний туристической сферы – аутсорсинг информационных технологий. Информационное развитие общества влияет на бизнес-структуры различных сфер, вследствие чего, компании совершают визуализацию собственной деятельности и предоставляемых услуг посредством собственных сайтов, осуществляют внутреннюю коммуникацию с помощью различных корпоративных программ, а также автоматизация различных бизнес-процессов. Вместо того, чтобы нести затраты на формирование рабочего места и найма сотрудника, который будет справляться с данным направлением деятельности, туристические компании прибегают также к помощи аутсорсинговых компаний, которые способны выполнить

поставленные задачи в кратчайшие сроки и при этом предоставляют достаточно выгодные финансовые условия для сотрудничества[5].

Кроме вышеперечисленных примеров, туристические компании зачастую обращаются к помощи сторонних компаний с целью передачи второстепенных функций, касающихся обслуживания, например: уборка рабочих помещений, предоставление корпоративного питания сотрудникам компании и другие услуги, которые могут быть возложены на аутсорсинговые фирмы. Следует заметить, что в данном случае не имеет значение размер компании, цель обращения к аутсорсингу в данном случае единая – экономия финансовых и временных ресурсов предприятия.

Следующим критерием для классификации аутсорсинговых услуг служит **объем**, так аутсорсинг может быть полным либо частичным.

Рассмотрим более подробно каждый вид[2]:

– полный аутсорсинг – данный вид аутсорсинговой деятельности предполагает, что компания отдает на реализацию не некоторые функции собственной компании, а функции целого отдела, например который отвечает за производственную деятельность либо сервисную. В туристической сфере на полный аутсорсинг могут быть отданы обязанности отдела бухгалтерии или информационного снабжения, ведь если турфирма не планирует реализацию данных отделов в собственной компании, следовательно, они отдаются сторонней компании на полное осуществление.

– частичный аутсорсинг – предполагает выполнение некоторых функций, которые могут быть выполнены действующим сотрудником компании, однако с целью быстрого и качественного исполнения отдаются на аутсорсинг. В туристической сфере в качестве примера может вновь служить отдел бухгалтерии, если он функционирует в компании, то бухгалтер может выполнять рядовые рутинные функции, а аутсорсинговая компания реализует годовую отчетность туристической фирмы, таким

образом, турфирма экономит временные ресурсы и не перегружает бухгалтера.

На основании проведенного исследования можно сделать заключение, что аутсорсинговая деятельность в современных реалиях является эффективным инструментом, который способен оптимизировать деятельность компании и способствовать улучшению конкурентных позиций на занимаемом рынке посредством быстрого и качественного выполнения функций различных бизнес-процессов. Как показало исследование, аутсорсинг в туристическом бизнесе пока не носит массовый характер, но при этом имеет все предпосылки для того, чтобы стать одной из популярных моделей повышения эффективности бизнеса в данной сфере.

Список источников и литературы

1. Елиферов В.Г. Бизнес-процессы: регламентация и управление / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. – М: ИНФРА-М, 2013 – С. 77-83.
2. Демендьева А.В. Аутсорсинг – современный инструмент по оптимизации бизнеса // Вестник экономической науки МАДИ. – 2015 - №3 – С. 56-61.
3. Золотов В.А. Аутсорсинг – бизнес-стратегия и метод повышения эффективности деятельности туристической компании // Инновации в бизнесе. – 2016. - №7. – С. 60-68.
4. Туманная Р.М. Аутсорсинг – новейшая форма организации бизнес-процессов компании / Р.М. Туманная, Д.В. Дума // Финансы Деньги Инвестиции – 2016. - №5 – С. 5-14.
5. Курьянович В. Реструктуризация фирмы и переход на аутсорсинг / В. Курьянович // Sales business – 2015. - №6. – С. 39-47.

References

1. Eliferov V.G. Biznes-processy: reglamentaciya i upravlenie. M: INFRA-M, 2013. Pp. 77-83.
2. Demend'ev A.V. Outsorsing – sovremennyy instrument po optimizacii biznesa. Vestnik ehkonomicheskoy nauki MADI, no. 3, 2015. Pp. 56-61.
3. Zolotov V.A. Outsorsing – biznes-strategiya i metod povysheniya ehffektivnosti deyatel'nosti turisticheskoy kompanii. Innovacii v biznese, no. 7, 2016. Pp. 60-68.
4. Tumannaya R.M. Outsorsing – novejschaya forma organizacii biznes-processov kompanii. Finansy Den'gi Investicii, no.5, 2016. Pp. 5-14.
5. Kur'yanovich V. Restrukturizaciya firmy i perekhod na outsorsing. Sales business, no. 6, 2015. Pp. 39-47.

Выходные данные статьи:

АНУЧИНА, Наталья Николаевна. Аутсорсинг в сфере туризма: классификация и применение. Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы., [S.l.], n. 2, май 2018. ISSN 2500-2309. Доступно на: <<https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/134>>. Дата доступа