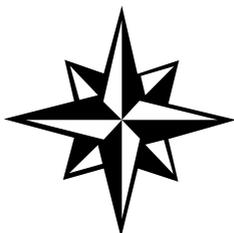


Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Сахалинский государственный университет»

Н. Н. ЛЫСЕНКО

**ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ
И ТУРИЗМЕ**

Учебно-методическое пособие



Южно-Сахалинск
Издательство СахГУ
2012

УДК 338.48(01)
ББК 65.433
Л88

Печатается по решению учебно-методического совета
Сахалинского государственного университета, 2011 г.

Рецензенты:

- М. А. Морозов, д. э. н., директор Сахалинского представительства
ОАО «Владивосток Авиа»;
М. Г. Колесникова, к. э. н., доцент филиала ДВФУ в г. Южно-Сахалинске;
Л. В. Хагулина, к. п. н., зав. кафедрой теории и методики сервисной
деятельности и туризма факультета сервиса и туризма СахГУ

Лысенко, Н. Н.

Л88 Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе
и туризме : учебно-методическое пособие / Н. Н. Лысенко. – Южно-Са-
халинск : ФГБОУ ВПО «СахГУ», 2012. – 228 с.
ISBN 978-5-88811-379-0

Учебно-методическое пособие содержит рабочую программу курса,
краткое изложение содержания лекционного курса в схемах и таблицах,
контрольные вопросы, тестовые и практические задания по дисциплине.

В лекционном курсе рассматриваются основные понятия и категории
экономики туризма, включая особенности управления основными и оборот-
ными фондами туристских предприятий, процессов формирования затрат,
ценообразования, финансового планирования и оценки эффективности дея-
тельности и управления туристскими фирмами в целом.

Работа предназначена для студентов высших учебных заведений, обу-
чающихся по специальностям 100103.65 – «Социально-культурный сервис
и туризм» и 080507 – «Менеджмент организации», очной и заочной форм
обучения, аспирантов, преподавателей, специалистов сферы туризма.

УДК 338.48(01)
ББК 65.433

Учебное издание

ЛЫСЕНКО Наталья Николаевна

**ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ
СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ**

Учебно-методическое пособие

Корректор *М. Ф. Шатохина*. Верстка *Е. Ю. Иосько*

Подписано в печать 26.03.2012. Бумага «Inасoria». Гарнитура «Arial».
Формат 60x84^{1/16}. Тираж 500 экз. Объем 14,25 усл. п. л. Заказ № 598-11.
Издательство Сахалинского государственного университета
693008, Южно-Сахалинск, ул. Ленина, 290, каб. 32.
Тел. (4242) 45-23-16, тел./факс (4242) 45-23-17. E-mail: izdatelstvo@sakhgu.ru

ISBN 978-5-88811-379-0

© Лысенко Н. Н., 2012
© Сахалинский государственный
университет, 2012

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ЛЕКЦИОННЫЙ КУРС.....	7
Тема: «Предмет и метод экономики и предпринимательства в социально-культурном сервисе и туризме»	7
Тема: «Сервис как деятельность и классификация его видов»	13
Тема: «Сущность туризма»	19
Тема: «Понятие, цели и задачи предпринимательства в туризме»	39
Тема: «Туристская индустрия»	49
Тема: «Туристский рынок»	63
Тема: «Туристский продукт»	71
Тема: «Эффективность туризма»	78
Тема: «Основной капитал туристского предприятия»	86
Тема: «Оборотный капитал туристского предприятия».....	98
Тема: «Персонал туристского предприятия».....	111
Тема: «Риск и страхование в туризме»	119
Тема: «Затраты и себестоимость в туризме».....	128
Тема: «Ценообразование в туризме»	138
Тема: «Валовой доход, прибыль и рентабельность в туризме»	149
Тема: «Финансы туристской фирмы»	161
Тема: «Планирование, прогнозирование и бюджетирование в туристском бизнесе».....	173
Тема: «Эффективность управления туристской фирмой».....	183
ПРАКТИКУМ.....	199
ОТВЕТЫ К ТЕСТОВЫМ ЗАДАНИЯМ.....	211
ГЛОССАРИЙ.....	213
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	226

ВВЕДЕНИЕ

Человечеству по его природе и историко-культурному пути становления свойственно стремление к путешествиям. Путешествие – термин, характеризующий перемещение людей в пространстве независимо от цели такого перемещения. Его разновидностью является туризм.

Туризм – это разновидность рекреации (расширенное воспроизводство физических, интеллектуальных и эмоциональных сил человека), система и форма проведения свободного времени путем использования сферы услуг в походах и поездках, которые сочетают активный отдых и укрепление здоровья человека с повышением его общей культуры и образованности. Туризм непосредственно участвует в создании национального дохода страны.

Развитие туризма обеспечивает создание дополнительных рабочих мест в туристской индустрии, повышение занятости населения, а также стимулирование развития слабых в экономическом отношении регионов. Для успешного решения большого количества проблем развития Сахалинской области необходимо знание отраслевых особенностей и экономических закономерностей развития туризма.

Экономика туризма представляет собой стремление к удовлетворению неограниченных потребностей туристов при ограниченных туристских ресурсах с определенной степенью эффективности их использования. По своей структуре экономика туризма представляет:

- 1) совокупность производственных отношений, возникающих в туризме;
- 2) рациональное использование всех ресурсов туризма;
- 3) науку, изучающую отраслевые аспекты экономических (производственных) отношений в туризме;
- 4) учебную дисциплину.

В условиях рыночной экономики в России происходят процессы расслоения общества. При наличии равноценных потребностей в отдыхе и рекреации у различных слоев населения имеются различные возможности по их удовлетворению. В связи с этим возникает необходимость более глубокого изучения экономических аспектов функционирования сферы туризма с целью изыскания возможностей для организации отдыха и путешествий максимально возможного в этих условиях числа туристов за счет различных финансовых источников.

В связи с этим изучение экономики и предпринимательства в социально-культурном сервисе и туризме как учебного курса имеет целью:

- формирование целостного мировоззрения и необходимых профессиональных знаний и расчетно-аналитических умений у будущих специалистов, умения выбирать оптимальные варианты социально-экономических планов развития предприятия туристской отрасли, навыков планирования эффективного производства и реализации туристского продукта;
- исследование взаимозависимости социально-экономических отношений в сфере туризма, присущих рыночной системе хозяйствования;
- изучение методов планирования и анализа экономической эффективности предприятий туристской отрасли.

В настоящем учебно-методическом пособии рассматриваются понятие предпринимательства, сущность туризма, его формы и виды, раскрываются основы экономики туризма на уровне отрасли и туристской фирмы, дается характеристика туристского рынка и механизма его функционирования и др.

Учебный материал в пособии изложен в схемах и таблицах. Это обусловлено тем, что схемы позволяют рассматривать учебный материал на теоретическом уровне в его единстве, что обеспечивает возможность увидеть структуру изучаемой отрасли как системы, логические связи между ее элементами и логические подходы к их изучению. Это, в свою очередь, обеспечивает более глубокое изучение курса.

Для проверки закрепления изученного теоретического материала в каждом разделе размещены контрольные вопросы и тестовые задания.

Для выработки практических навыков анализа и закрепления изученного материала в учебно-методическом пособии имеется практикум, включающий практические задания по оценке эффективности деятельности туристской фирмы с использованием в качестве информационной базы анализа документов бухгалтерско-финансовой отчетности.

Для упрощения восприятия теоретического материала учебно-методическое пособие включает глоссарий с пояснениями к терминам, использованным в основной части.

В ходе подготовки данного учебно-методического пособия использовались работы многих авторов, опубликовавших свои работы в области экономики, организации и менеджмента в туризме, экономической теории, финансового менеджмента, экономики труда и прочих.

В ходе выполнения пособия были использованы нормативные акты, регулирующие предпринимательство и деятельность туристских предприятий, научная и специальная литература, освещающая особенности организации, анализа, планирования, финансирования и экономики гостиничных и ресторанных предприятий.

Пособие может использоваться для дистанционного обучения по курсу «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме», для самостоятельной работы над программным материалом, в подготовке к семинарам, практическим занятиям, зачетам. Оно предназначено для студентов, аспирантов, преподавателей, а также работников предприятий туристской индустрии.

ЛЕКЦИОННЫЙ КУРС

Тема: «ПРЕДМЕТ И МЕТОД ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ»

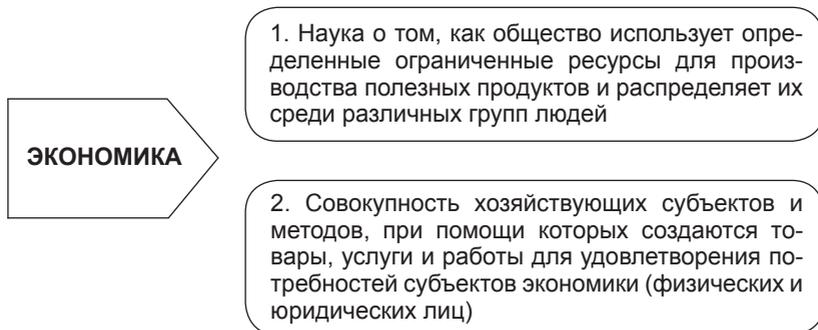


Рис. 1. Понятие экономики

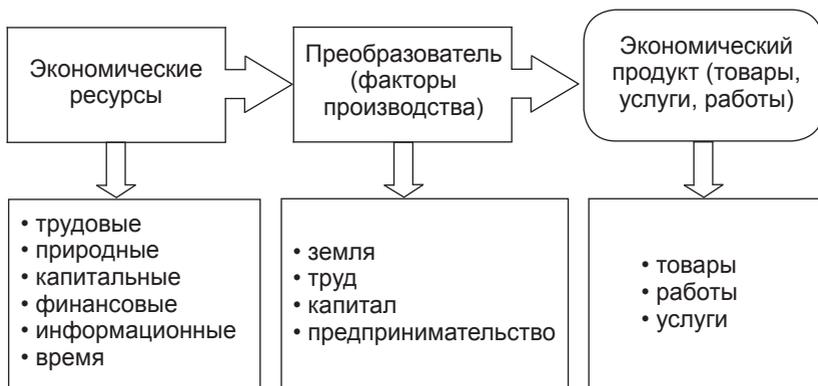


Рис. 2. Процесс производственно-хозяйственной деятельности

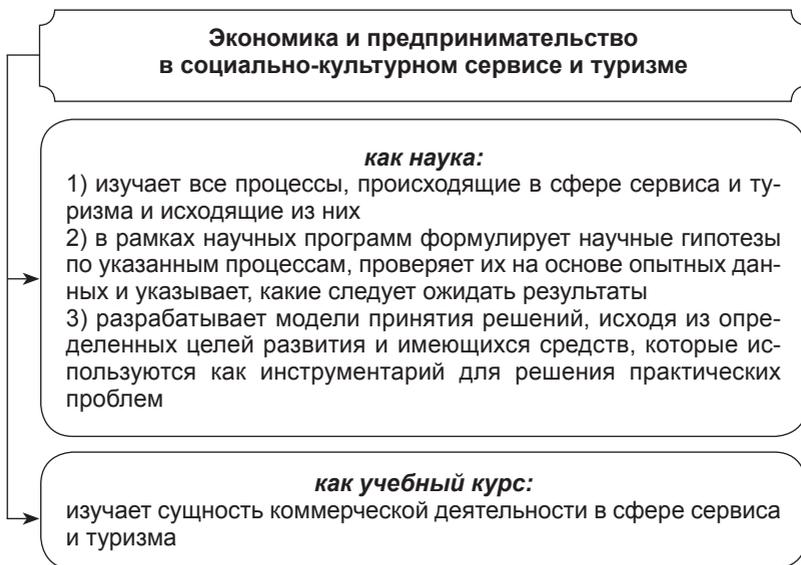


Рис. 3. Сущность дисциплины «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме»

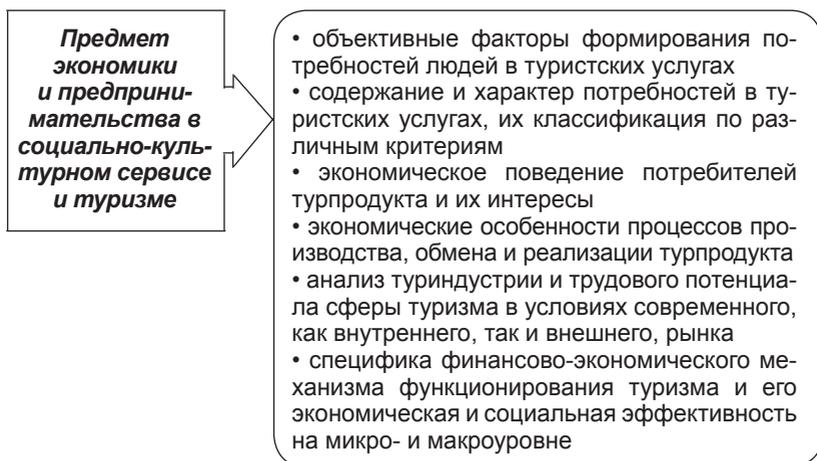


Рис. 4. Предмет дисциплины «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме»

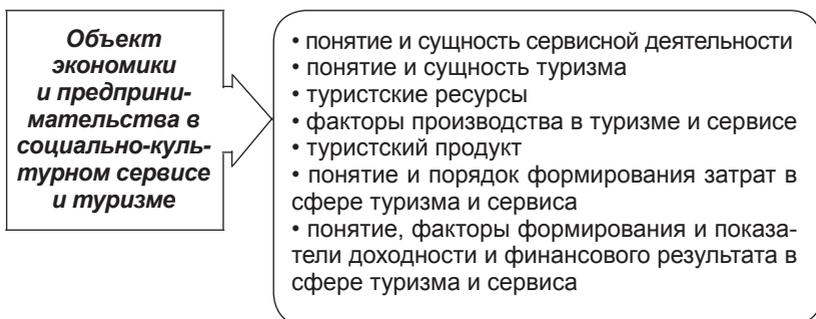


Рис. 5. Объект дисциплины «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме»

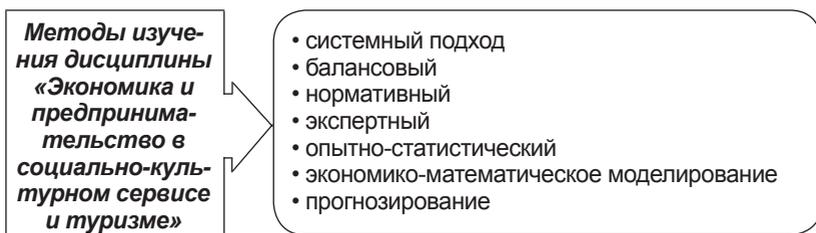


Рис. 6. Метод изучения дисциплины «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме»

Вопросы для закрепления

1. Сформулируйте понятие объекта дисциплины «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме».
2. Сформулируйте понятие предмета дисциплины «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме».
3. Сформулируйте понятие метода дисциплины «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме».
4. Сформулируйте понятие экономических ресурсов.
5. Сформулируйте понятие факторов производства услуг.
6. Дайте определение экономического продукта.

7. Что такое экономика?
8. Что представляет собой экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме как наука?
9. Что изучает экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме как учебный курс?
10. Сформулируйте понятие товара, услуги, работы.

ТЕСТЫ

1. Деятельность предприятий туристской индустрии по удовлетворению неограниченных потребностей туристов при ограниченных туристских ресурсах с определенной степенью эффективности их использования – это:

- а) туристская индустрия
- б) экономика туризма
- в) туристский рынок
- г) хозяйственная деятельность

2. Экономика туристского предприятия изучает:

- а) деятельность хозяйствующих субъектов в условиях рыночной экономики
- б) ограниченные возможности при неограниченных потребностях
- в) процессы, происходящие в отдельных хозяйствующих субъектах и исходящие из них
- г) партнеров турпредприятия

3. Вид деятельности, результатом которой является не физическое, а качественное изменение объекта, на который она направлена:

- а) товар
- б) услуга
- в) работы

4. Что из нижеперечисленного является товаром в экономическом смысле:

- а) стрижка
- б) пара ножниц

- в) визит к врачу
- г) совет юриста

5. Выберите правильное утверждение:

- а) экономика и предпринимательство в сервисе и туризме изучает особенности функционирования предприятий сферы туризма и сервиса в условиях рыночных отношений
- б) экономика и предпринимательство в сервисе и туризме изучает методику анализа результатов производственно-экономической деятельности предприятий сферы туризма и сервиса
- в) экономика и предпринимательство в сервисе и туризме изучает туристские ресурсы
- г) экономика и предпринимательство в сервисе и туризме изучает технологию продаж турпродукта

6. Решение вопроса о том, какие средства направлять на удовлетворение потребностей и предусматривать планомерные действия по сокращению дефицита экономического продукта, – это:

- а) экономика
- б) хозяйствование
- в) организация
- г) планирование

7. Выберите правильное утверждение:

- а) современная сфера сервиса и туризма как экономическое явление имеет индустриальную форму
- б) современная сфера сервиса и туризма как экономическое явление имеет постиндустриальную форму
- в) современная сфера сервиса и туризма как экономическое явление не имеет индустриальную форму
- г) все вышеперечисленное верно

8. Метод изучения дисциплины «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме», при котором используются результаты исследования динамики развития туризма в прошлом периоде, – это:

- а) балансовый метод
- б) нормативный метод
- в) опытно-статистический метод
- г) моделирование

9. Все то, что затрачивается на производство товаров, услуг и работ, – это:

- а) экономические продукты
- б) факторы производства
- в) экономические ресурсы
- г) затраты

10. Метод взаимного сопоставления ресурсов и потребностей в них – это метод изучения дисциплины «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме»:

- а) балансовый метод
- б) нормативный метод
- в) опытно-статистический метод
- г) моделирование

Тема: «СЕРВИС КАК ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ ЕГО ВИДОВ»

Сервис – это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми или организациями

Материально-преобразовательная деятельность – это изменение человеком вещества природы, создание окружающего нас мира вещей, а также преобразование общества и человеческого организма

Познавательная форма деятельности – направлена на удовлетворение не материальных, а духовных потребностей человека – предоставление знаний или информации:
1) эмпирический уровень сервиса – предоставление информации об отдельных фактах и событиях
2) теоретический уровень сервиса – анализ информации, выявляющий закономерности функционирования и развития данной сферы явлений

Ценностно-ориентационная форма деятельности – установление значения определенных явлений для человека, выработка определенного отношения к ним, их оценка через: рекламу; экспертизу; психодиагностику; имиджмейкерские услуги; художественно-оформительскую деятельность; услуги религиозного характера

Коммуникативная форма деятельности – это организация общения между отдельными людьми и/или организациями: организация презентаций, встреч, конференций, выставок, переговоров, общения в Интернет, услуги по переводу с одного языка на другой, психологический тренинг, деятельность средств массовой информации, услуги связи

Рис. 7. Сущность услуги как экономического продукта хозяйственной деятельности предприятия сферы услуг

<p><i>Услуга</i> – вид деятельности, результатом которой является не физическое, а качественное изменение объекта, на который направлена услуга; это любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо</p>
<p><i>Свойства услуги:</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • невозможность накопления • неспособность к транспортировке и хранению • непостоянство качества, тесно связанного с личностью исполнителя • нематериальность характера • совпадение во времени процесса производства и потребления и др.

Рис. 8. Сущность услуги как экономического продукта хозяйственной деятельности предприятия сферы услуг



Рис. 9. Классификация видов услуг

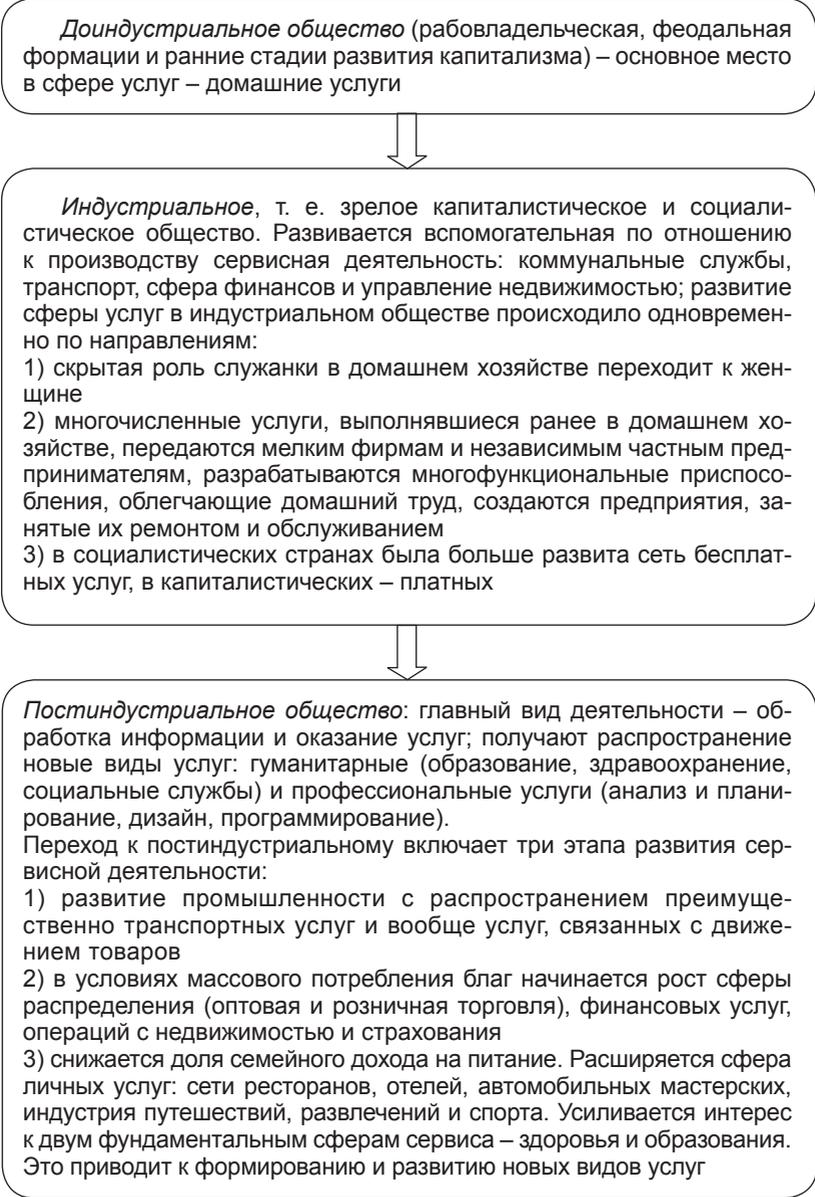


Рис. 10. Историческое развитие сервисной деятельности

Вопросы для закрепления

1. Сформулируйте определение сферы сервиса.
2. В чем заключается сущность материально-преобразовательной деятельности?
3. В чем заключается сущность познавательной формы деятельности?
4. В чем заключается сущность ценностно-ориентационной формы деятельности?
5. В чем заключается сущность коммуникативной формы деятельности?
6. С чем связано свойство совпадения во времени процесса производства и потребления услуг?
7. В чем заключается необходимость классификации услуг?
8. Сформулируйте понятие доиндустриального общества.
9. Сформулируйте понятие индустриального общества.
10. Сформулируйте понятие постиндустриального общества.

ТЕСТЫ

1. Изменение человеком вещества природы, создание окружающего нас мира вещей, а также преобразование общества и человеческого организма – это форма человеческой деятельности:

- а) материально-преобразовательная
- б) познавательная
- в) ценностно-ориентационная
- г) коммуникативная

2. Инжиниринг, лизинг, обслуживание и ремонт оборудования – это услуги:

- а) распределительные
- б) профессиональные
- в) производственные
- г) потребительские
- д) общественные

3. Общество, в котором главным видом деятельности является обработка информации и оказание услуг, происходит в:

- а) доиндустриальном обществе
- б) индустриальном обществе
- в) постиндустриальном обществе
- г) рыночном хозяйстве

4. Банковские, страховые, финансовые, консультационные, рекламные услуги – это услуги:

- а) распределительные
- б) профессиональные
- в) производственные
- г) потребительские
- д) общественные

5. По форме организации услуги подразделяются на:

- а) реальные и идеальные
- б) личные и коллективные
- в) государственные и негосударственные
- г) простые и сложные

6. Развитие вспомогательных услуг по отношению к сфере производства происходит в:

- а) доиндустриальном обществе
- б) индустриальном обществе
- в) постиндустриальном обществе
- г) рыночном хозяйстве

7. По внутреннему содержанию услуги подразделяются на:

- а) реальные и идеальные
- б) личные и коллективные
- в) государственные и негосударственные
- г) простые и сложные

8. По отношению государства и общества услуги подразделяются на:

- а) коммерческие и некоммерческие
- б) легитимные и нелегитимные
- в) государственные и негосударственные
- г) простые и сложные

9. По конечной цели обслуживания услуги подразделяются на:

- а) коммерческие и некоммерческие
- б) легитимные и нелегитимные
- в) государственные и негосударственные
- г) простые и сложные

10. Развитие домашних и личных услуг происходит в:

- а) доиндустриальном обществе
- б) индустриальном обществе
- в) постиндустриальном обществе
- г) рыночном хозяйстве

11. Комплекс побуждений, направленных на удовлетворение рекреационных и других потребностей в сфере туризма, – это:

- а) туристская мотивация
- б) туристская цель
- в) туристская психология
- г) туристская потребность

12. Все психологические и физические потребности, заставляющие людей думать о месте назначения с туристской целью, которое может удовлетворить их туристские потребности и желания, – это:

- а) туристские мотивы
- б) туристские цели
- в) туристские потребности
- г) туристская психология

Тема: «СУЩНОСТЬ ТУРИЗМА»

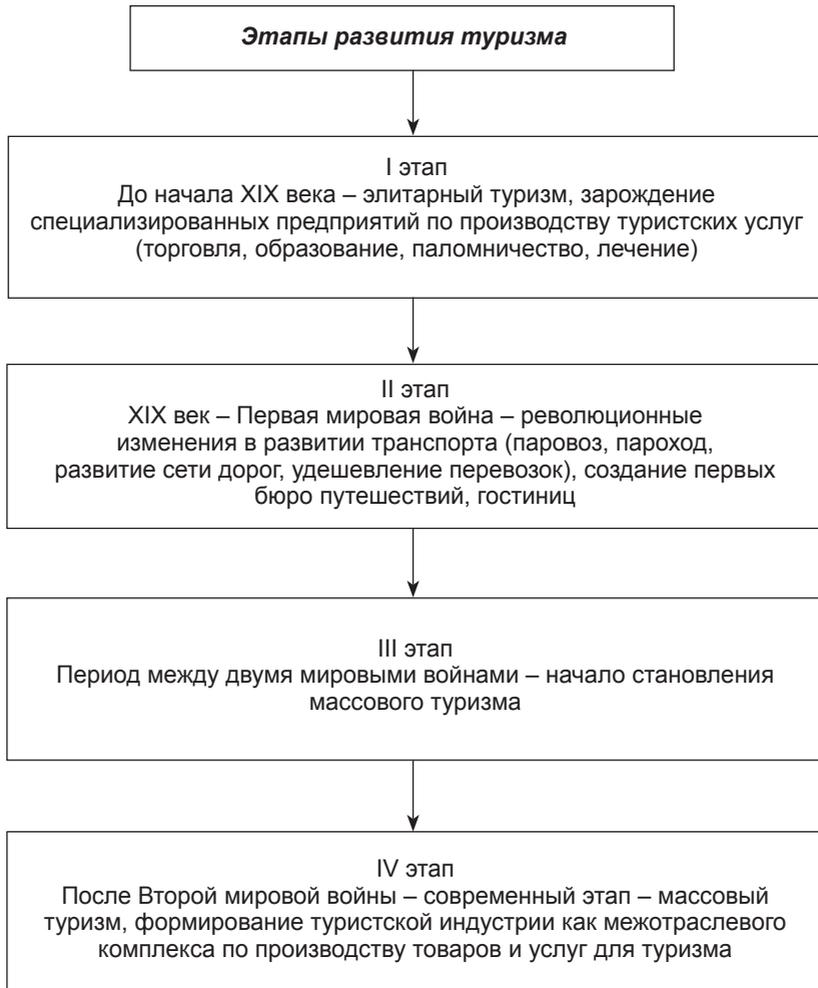


Рис. 11. Эволюция туризма

Таблица 1

Интерпретации понятия туризма

Источники и авторы	Туризм
Манильская декларация	– это один из видов активного отдыха, путешествия, совершаемые с целью познания тех или иных районов, новых стран и сочетаемые в ряде стран с элементами спорта [26]
Статистическая комиссия ООН	– это деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды обитания, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями [36, с. 15]
Международная ассоциация научных экспертов туризма	– это ряд явлений и взаимоотношений в результате путешествий людей до тех пор, пока это не приводит к их постоянному пребыванию в определенном месте и не связано с получением ими какой-либо выгоды (дохода) [там же]
Лукичева Л. И.	– это путешествие в свободное время, один из видов активного отдыха, распространенный в большинстве стран мира [23, с. 5]
Гуляев В. Г.	– временные выезды граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания [12, с. 5]
Квартальнов В. А.	– временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время в целях получения удовольствия и отдыха, оздоровительных, гостевых, познавательных или в профессионально-деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте [19, с. 24]

Источники и авторы	Туризм
Дурович А. П.	<p>– разновидность рекреации (расширенное воспроизводство физических, интеллектуальных и эмоциональных сил человека), система и форма проведения свободного времени путем использования сферы услуг в походах и поездках, которые сочетают активный отдых и укрепление здоровья человека с повышением его общей культуры и образованности [34, с. 9]</p> <p>– одна из форм миграции населения, акт движения, путешествия, преодоление пространства [там же, с. 10]</p> <p>– сложное социально-экономическое явление, выражающееся в единстве многообразия свойств и отношений, связей и явлений, возникающих во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного места проживания и не связанных с их трудовой деятельностью [там же, с. 15]</p>



Рис. 12. Характерные черты туризма

Виды потребностей человека в отдыхе и рекреации

<i>Потребности человека в отдыхе и рекреации</i>	
Субъективные	Объективные – непосредственно потребности
Мечты Интересы Желания Предпочтения Впечатления Соображения Побуждения	Необходимость в отдыхе и воспроизводстве физических сил Необходимость в оздоровлении Необходимость пополнения знаний и обмена информацией Необходимость развития организма, личности, социальной группы, общества в целом
Иницируют последовательность действий, представляющих собой поведение. Они целенаправленны	На рынке проявляются в виде платежеспособного спроса



Рис. 13. Содержание мотивов туриста

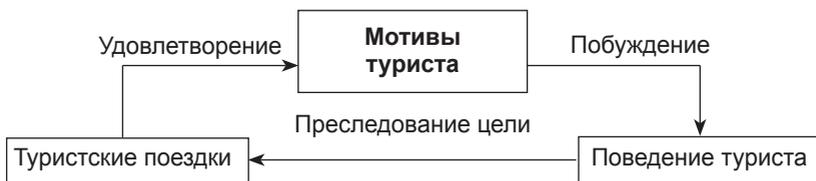


Рис. 14. Причинно-следственная связь мотивов и поведения туриста



Рис. 15. Место туризма в отраслевой структуре национальной экономики



Рис. 16. Туризм как социально-экономическая система



Рис. 17. Системные признаки туризма



Рис. 18. Структура системы «Туризм»
(по Швейцарской концепции туризма)



Рис. 19. Функции туризма



Рис. 20. Факторы, влияющие на развитие туризма

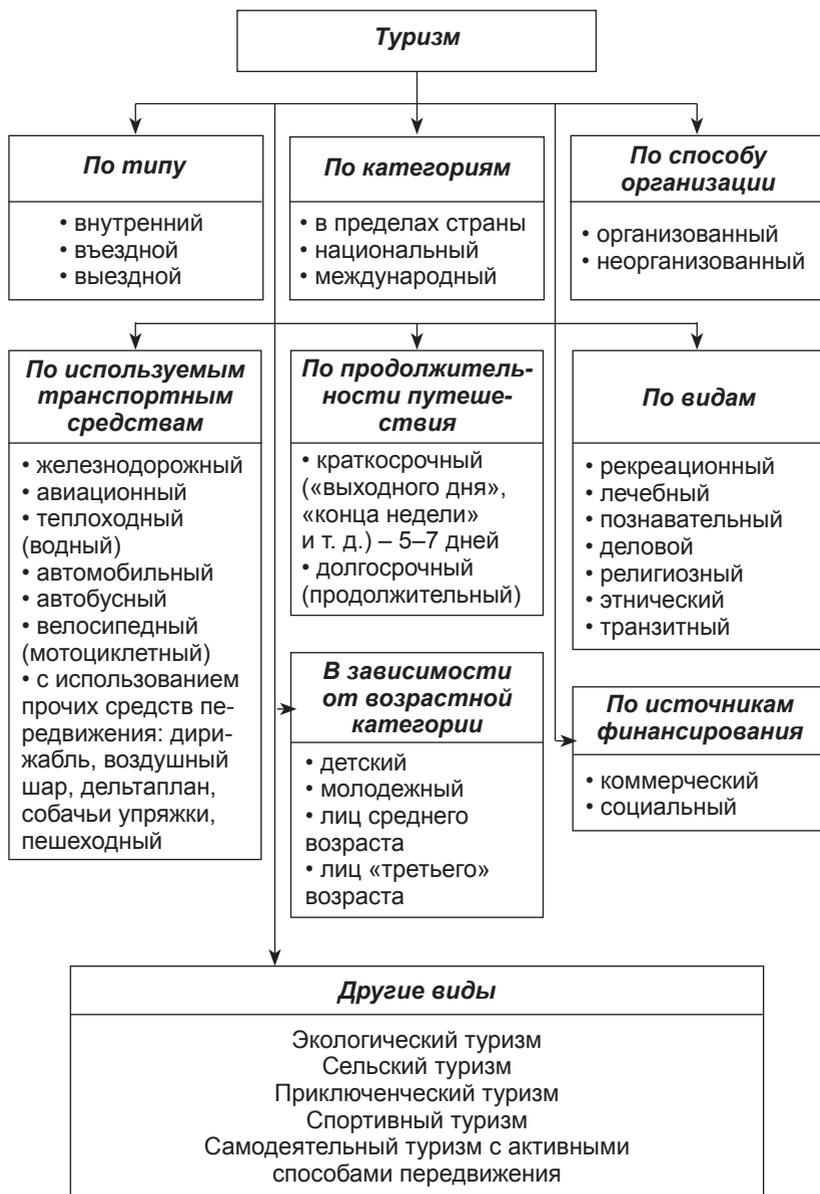


Рис. 21. Классификация видов туризма



Рис. 22. Классификация видов туризма

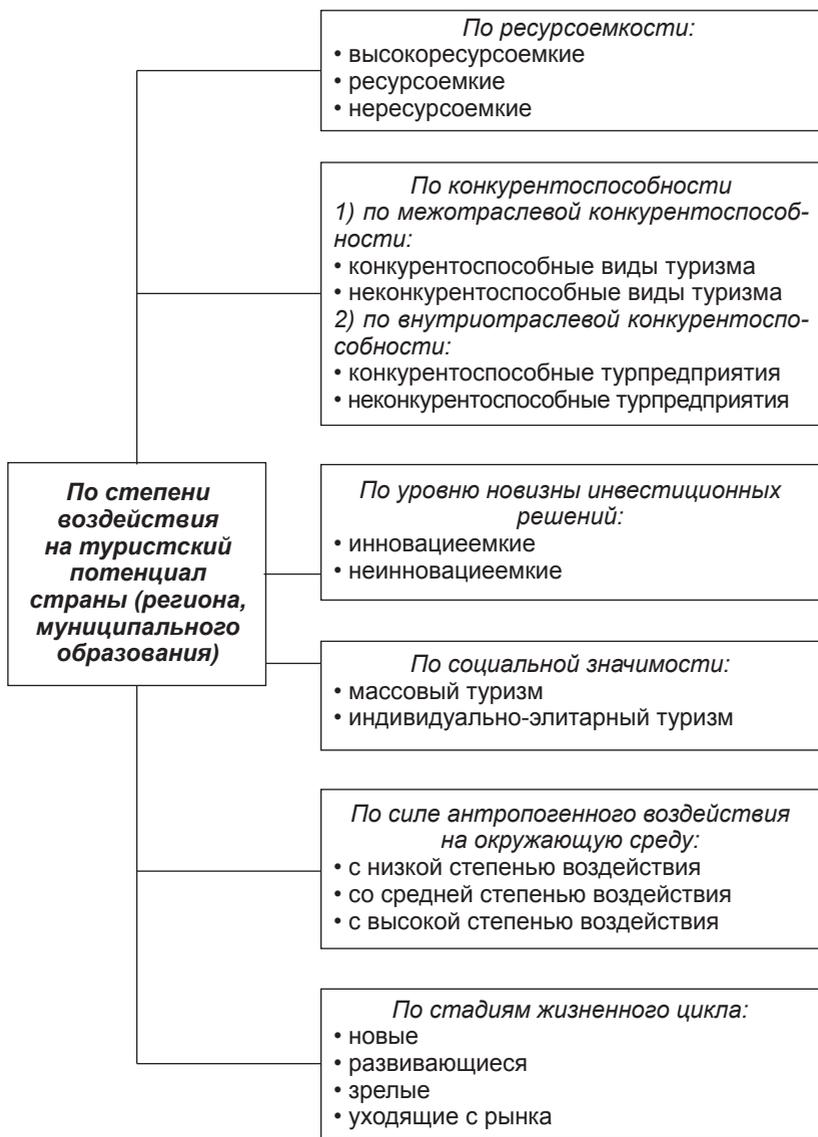


Рис. 23. Признаки классификации видов туризма исходя из его воздействия на туристский потенциал страны (региона, муниципального образования)

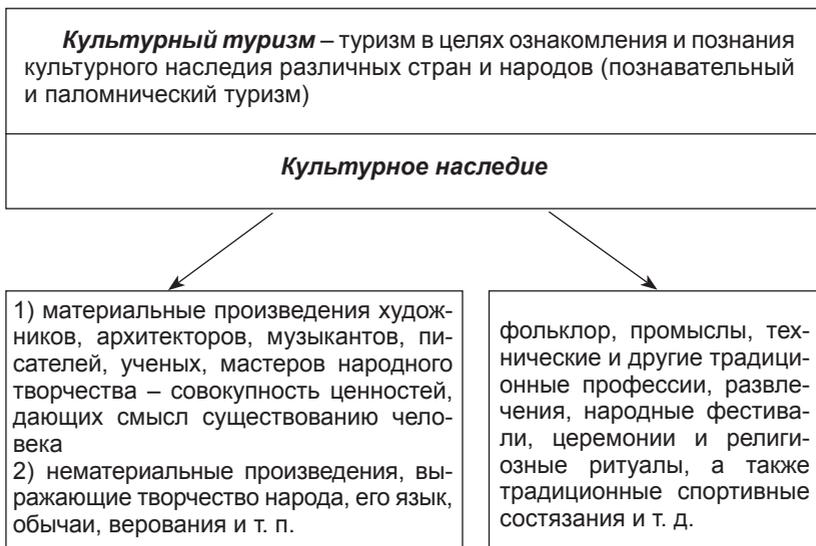


Рис. 24. Понятие культурного туризма и культурного наследия

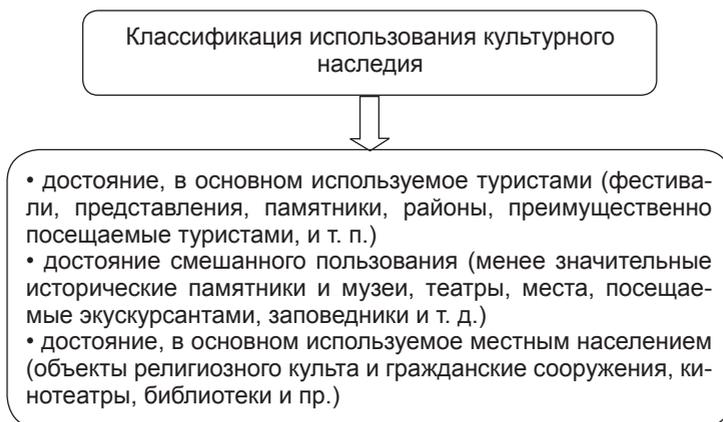


Рис. 25. Классификация использования культурного наследия

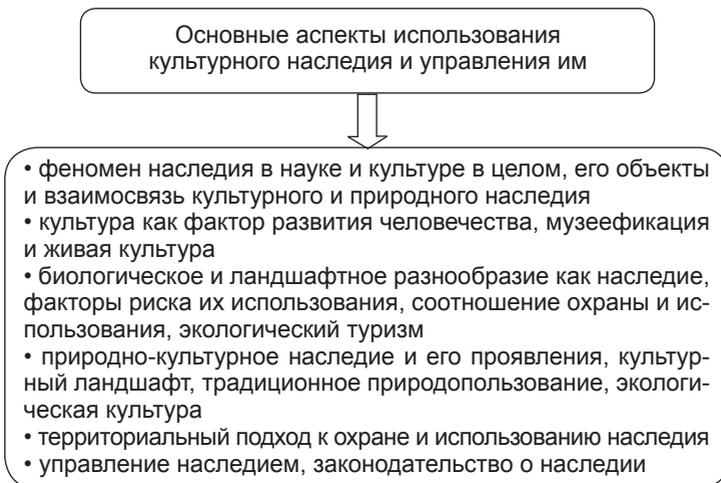


Рис. 26. Основные аспекты использования культурного наследия и управления им

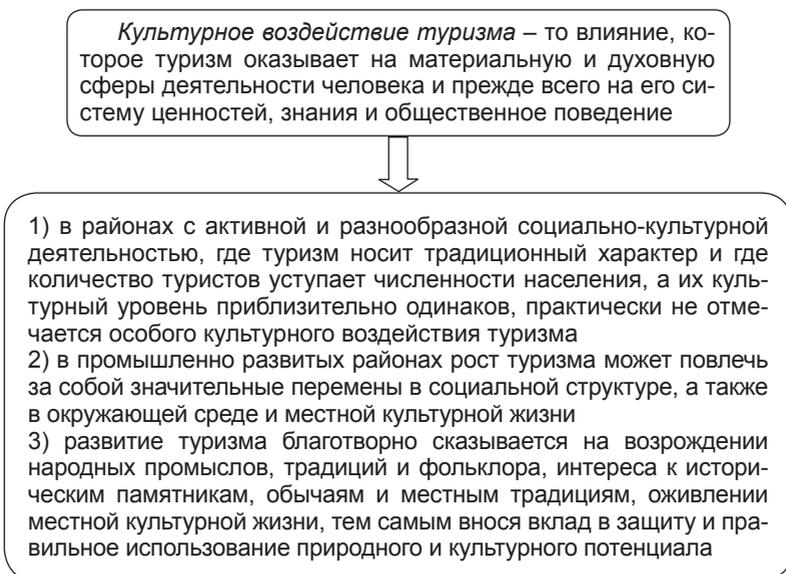


Рис. 27. Культурное воздействие туризма

Социальные функции туризма

- адаптация и интеграция членов общества в его «социальную ткань» на основе подготовки их к культурным, социальным и экономическим переменам
- обеспечение рекреационных аспектов досуга путем его организации на основе использования соответствующих социальных и культурных ресурсов и специалистов в этой области
- обеспечение дополнительного образования и акцентирование внимания на определенных культурных аспектах
- устранение пробелов в образовании и культурном уровне и предупреждение возможных конфликтов
- территориальный подход к охране и использованию наследия
- управление наследием, законодательство о наследии

Рис. 28. Социальные функции туризма

Социальный туризм:

– это туризм, осуществляемый в интересах лиц, обладающих низким уровнем доходов и предполагающий оказание государственной помощи

– путешествия, другие туристские поездки с целью отдыха, оздоровления, приобщения к природному и культурно-историческому наследию, реализуемые гражданам Российской Федерации по цене социального тура или осуществляемые самостоятельно и субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды

Социальный туризм включает:

- детско-юношеский туризм
- семейный туризм
- туризм пожилых людей, инвалидов и ветеранов
- туризм военнослужащих
- туризм лиц, проживающих в районах Крайнего Севера и приравненных к ним районах
- туризм лиц, подвергшихся радиационному, химическому и другому воздействию вследствие аварий и катастроф (Чернобыльская АЭС и др.)
- самодеятельный туризм
- лечебно-оздоровительный туризм
- туризм соотечественников и их потомков и др.

Рис. 29. Понятие социального туризма

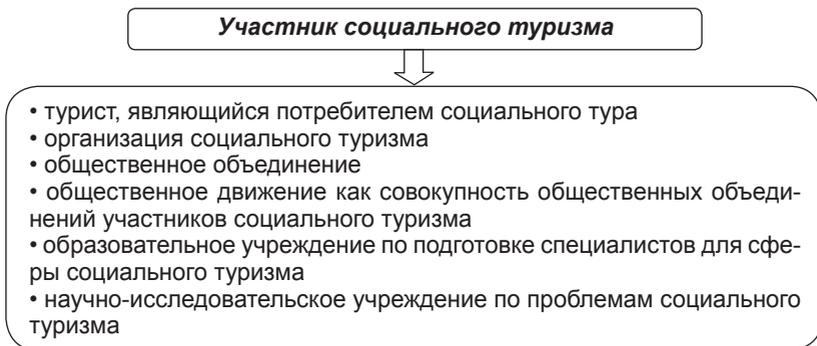


Рис. 30. Перечень участников социального туризма

Таблица 3

Категории лиц, имеющих предпочтительное право на льготы социального туризма

<i>Категории потребителей</i>	<i>Тип учреждений размещения</i>	<i>Время пребывания</i>
Дети из многодетных семей Учащаяся молодежь	Лагеря труда и отдыха, турбазы, дома отдыха, санатории	Студенческие каникулы, отпуска
Представители малоимущих слоев населения	Турбазы, дома отдыха, санатории	Межсезонье, несезон
Пенсионеры		
Инвалиды		

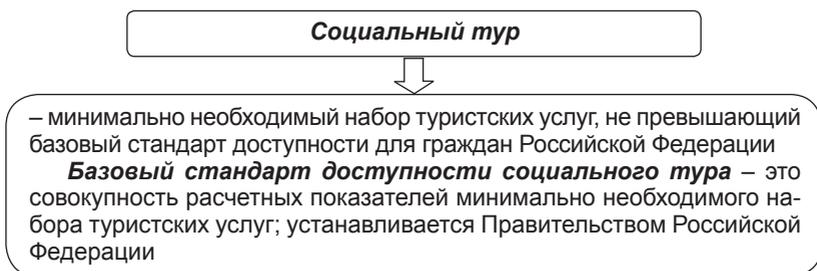


Рис. 31. Понятие социального тура

Государственное регулирование развития туризма



- 1) корректировка рыночного саморегулирования путем составления планов (прогнозов) и государственных программ с учетом высокой степени стихийности осуществляемых отношений в системах «спрос – предложение»
- 2) осуществление социальных программ и социальное ориентирование рыночной экономики

Рис. 32. Концепции государственного регулирования развития туризма

Конкретные задачи государственного регулирования развития туризма



- принятие решений по разработке организационно-экономической и социальной политики в области развития туризма, а также подготовка и принятие плана такого развития
- создание условий для решения проблем социального, адресного туризма
- разработка программ развития государственного и частного секторов с учетом направлений развития туризма
- обеспечение эффективного инвестирования государственного и частного секторов экономики
- обеспечение постоянного контроля за ходом и направлением развития туризма, учитывая его перспективность как в экономике, так и в социальной жизни общества

Рис. 33. Задачи государственного регулирования развития туризма

Принципы государственного регулирования развития туризма



- создание благоприятных условий развития туристской деятельности
- определение и поддержка приоритетных направлений туристской деятельности
- формирование представления о РФ как стране, благоприятной для туризма
- осуществление поддержки и защиты российских туристов, туроператоров, турагентов и их объединений

Рис. 34. Принципы государственного регулирования развития туризма

**Основные цели государственного регулирования
развития туризма**



- обеспечение права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий
- охрана окружающей природной среды
- создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов
- создание новых рабочих мест
- увеличение доходов государства и граждан
- развитие международных контактов
- сохранение объектов туристского показа, рациональное использование природного и культурного наследия

Рис. 35. Принципы государственного регулирования
развития туризма

**Направления государственного регулирования
развития туризма**



- создание нормативных правовых актов, направленных на совершенствование отношений в сфере туристской индустрии
- содействие в продвижении туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках
- защита прав и интересов туристов, обеспечения их безопасности
- стандартизация в туристской индустрии, сертификации турпродукта
- установление правил въезда в РФ, выезда из нее и пребывания на ее территории с учетом интересов развития туризма
- прямые бюджетные ассигнования на разработку и реализацию федеральных целевых программ развития туризма
- налоговое и таможенное регулирование, установление налоговых и таможенных льгот туроператорам и турагентам, занимающимся туристской деятельностью на территории РФ и привлекающим иностранных граждан для занятия туризмом
- представление льготных кредитов
- содействие кадровому обеспечению туристской деятельности
- развитие научных исследований в сфере туристской индустрии
- содействие участию туристов, туроператоров, турагентов и их объединений в международных туристских программах
- обеспечение сферы туризма картографической продукцией

Рис. 36. Направления государственного регулирования
развития туризма

Вопросы для закрепления

1. Почему путешествия в период до начала XIX века нельзя назвать туристскими поездками?
2. Что означает наличие немонетарной цели поездки в туризме?
3. Поясните, почему туризм занимает промежуточное место по отношению к сферам материального и нематериального производства.
4. Поясните, почему туризм является социально-экономической системой.
5. Опишите признаки туризма как социальной системы.
6. Опишите признаки туризма как экономической системы.
7. Поэлементно опишите внешние (экзогенные) факторы развития туризма.
8. Поэлементно опишите внутренние (эндогенные) факторы развития туризма.
9. Какие причины определяют множественность классификационных признаков туризма?
10. Поэлементно раскройте сущность функций туризма.
11. Сформулируйте понятие культурного туризма.
12. Сформулируйте понятие социального туризма.
13. Перечислите категории лиц, имеющих право на осуществление туризма на льготных условиях.
14. Сформулируйте понятие социального тура.
15. Поясните, в чем заключается необходимость государственного регулирования развития туризма.

ТЕСТЫ

1. К характерным чертам туризма относятся:

- а) наличие субъекта туризма, объекта туризма и туристского региона
- б) выезд за пределы обычной среды, временный характер передвижения, цель поездки
- в) наличие туристских предприятий, туристской индустрии, туристского региона
- г) наличие туристских целей, туристской индустрии

2. Рафтинг, дайвинг, кладоискательство относятся к виду туризма:

- а) экологический
- б) сельский
- в) приключенческий
- г) спортивный

3. Внутренний, въездной и выездной туризм – это:

- а) категория туризма
- б) вид туризма
- в) тип туризма
- г) форма туризма

4. Как отрасль туризм выполняет функции:

- а) восстановительную, развивающую, развлекательную
- б) коммерческую, маркетинговую, производственную
- в) формирования, распределения, контроля
- г) учетную, стимулирующую, плановую

5. К внутренним факторам, влияющим на сферу сервиса и туризма, относится фактор:

- а) загрязнения окружающей среды
- б) инновационных процессов на транспорте
- в) стихийных бедствий
- г) возрастания роли координации деятельности в сфере туризма и процессов монополизации

6. Сезонность в сфере туризма и сервиса – это фактор влияния:

- а) позитивного
- б) негативного
- в) внутреннего
- г) сезонность не оказывает влияния на туризм

7. Туризм подразделяется на коммерческий и социальный по признаку:

- а) по источникам финансирования
- б) по способу организации
- в) по категории
- г) по социальной значимости

8. По месту размещения туриста на период действия путевки туризм подразделяется на:

- а) организованный и неорганизованный
- б) стационарный и передвижной
- в) гостиничного и негостиничного типа
- г) индивидуальный и массовый

9. Выберите верное выражение:

- а) социальной значимостью обладает коммерческий туризм
- б) социальной значимостью обладает массовый туризм
- в) социальной значимостью обладает индивидуально-элитарный туризм
- г) социальной значимостью обладает сельский туризм

10. Туризм в целях ознакомления и познания культурного наследия различных стран и народов – это туризм:

- а) социальный
- б) культурный
- в) познавательный
- г) инновационный

11. Обеспечение дополнительного образования и акцентирование внимания на определенных культурных аспектах – это функция туризма:

- а) образовательная
- б) социальная
- в) развивающая
- г) плановая

12. Выберите правильное выражение: к целям государственного регулирования развития сферы туризма относятся:

- а) повышение культуры обслуживания клиентов
- б) создание условий для получения максимальных доходов туристскими предприятиями
- в) создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов
- г) создание условий для получения максимальных налогов от деятельности сферы туризма

Тема: «ПОНЯТИЕ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТУРИЗМЕ»

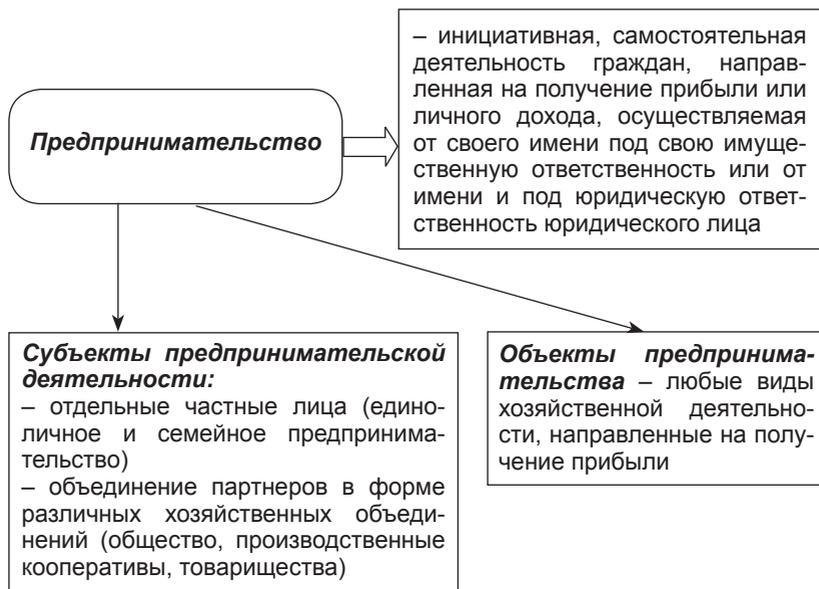


Рис. 37. Сущность предпринимательства



Рис. 38. Цели и задачи предпринимательства



Рис. 39. Функции предпринимательства

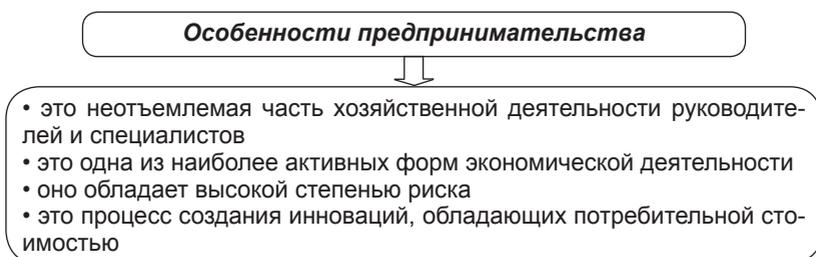


Рис. 40. Особенности предпринимательства

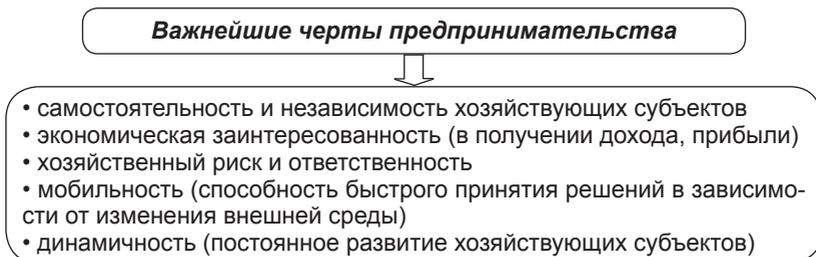


Рис. 41. Важнейшие черты предпринимательства

**Психологические аспекты предпринимательства
в туризме и сервисе**

- психологический настрой на осуществление производственной деятельности и риск
- выбор формы индивидуальных или коллективных действий
- оценка возможности реализации идеи по времени и затратам ресурсов
- обеспечение должного качества производимых услуг
- определение сбытового поведения в условиях конкуренции
- поиск выхода из кризисной ситуации и тревог
- оценка возможностей использования научных и технических достижений
- выбор направления деятельности, обеспечивающего положительный результат
- оценка состояния предпринимательской деятельности в регионе
- анализ окружающей социальной среды

Рис. 42. Психологические аспекты предпринимательства в сфере туризма и сервиса

**Условия предпринимательской деятельности
в туризме и сервисе**

Экономические: предложение услуг и спрос на них; виды услуг, которые могут приобрести покупатели; объемы денежных средств, которые покупатели могут истратить на покупки; избыток или недостаток рабочих мест, рабочей силы; уровень дохода на инвестиционный капитал; величина заемных средств, к которым готовы обратиться предприниматели для финансирования бизнеса

Социальные: стремление покупателей приобретать услуги, отвечающие определенным вкусам и моде; нравственные и религиозные нормы, зависящие от социально-культурной среды; стремление к самореализации работников; подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров предприятий

Правовые условия: наличие законов, регулирующих предпринимательскую деятельность и создающих для ее осуществления благоприятные условия: упрощенная и ускоренная процедура открытия и регистрации предприятий; защита предпринимателя от государственного бюрократизма; совершенствование налогового законодательства в направлении мотивации предпринимательской деятельности; развитие совместной предпринимательской деятельности с иностранными партнерами; создание региональных центров поддержки малого предпринимательства; совершенствование методов учета и форм статистической отчетности

Рис. 43. Условия предпринимательской деятельности в туризме и сервисе

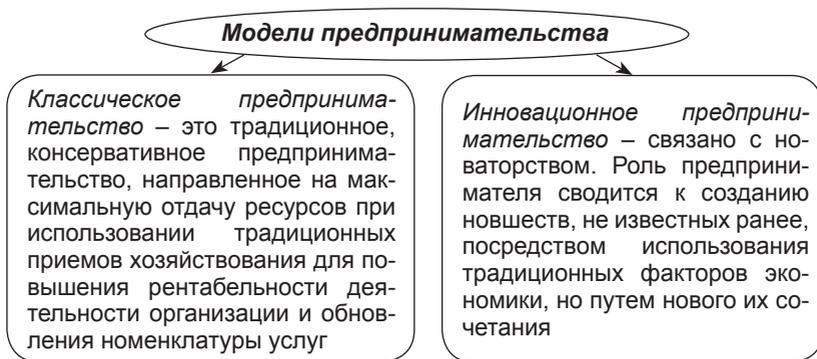


Рис. 44. Модели предпринимательской деятельности

Инновация (нововведение) – конечный результат новаторской деятельности, воплощенный в виде нового или усовершенствованного продукта (товара, услуг), внедренного в туристское обращение, нового или усовершенствованного технологического процесса; нового подхода к социальным услугам.

Инновационная идея – это реально существующая возможность производства оригинальных (уникальных) товаров и услуг или модификаций уже производимых товаров и услуг с целью повышения конкурентоспособности организации.

Инновационная деятельность – это деятельность по доведению научно-технических идей, изобретений, новых организационных и управленческих разработок до результатов в практическом использовании (все виды научно-технической деятельности, проектно-конструкторские, технологические, опытно-испытательные действия и другие виды деятельности по освоению новшеств в оказании услуг, производстве и потреблении).

Основные направления инновационной деятельности туристских организаций:

- 1) использование новой техники и технологий в оказании традиционных услуг
- 2) внедрение новых услуг с новыми свойствами
- 3) использование новых туристских ресурсов, ранее не использовавшихся
- 4) изменения в организации производства и потребления традиционных туристских услуг
- 5) выявление и использование новых рынков сбыта туристских услуг и товаров

Рис. 45. Взаимосвязь категорий инновационного предпринимательства в туризме и сервисе



Рис. 46. Классификация предпринимательской деятельности



Рис. 47. Виды предпринимательства в туризме и сервисе

Предпринимательская идея – это выявленная предпринимателем новая форма экономической активности, в которой совмещаются потенциальные или реальные потребности рынка в определенных услугах (или товарах) с возможностями предпринимателя произвести эти услуги (товары) и получить дополнительный доход от нововведения (инновации)



Этапы и последовательность процесса принятия решения:

- 1) первая экспертная оценка идеи самим предпринимателем реальности практического воплощения
- 2) сбор информации о ситуации на рынке для оценки идеи с практических позиций
- 3) проведение предпринимательских расчетов с целью выявления: объектов спроса и предложения на туристском рынке на услуги (товар), предполагаемые к производству; возможной цены реализации аналогичных услуг; издержек производства; величины прибыли и эффективности производства услуг и др.
- 4) вторая экспертная оценка осуществляется привлеченными специалистами и имеет цель установить совместимость идеи с возможностями предпринимателя
- 5) принятие решения предпринимателем продолжить работу над идеей или же ее отбросить и перейти к осмыслению другой предпринимательской идеи



Этапы реализации принятой идеи:

- 1) бизнес-планирование, сущность которого состоит в детальном изложении с точными расчетами реализации проекта; описании организационной формы предпринимательства и источников формирования денежных средств, необходимых для начального этапа реализации идеи
- 2) привлечение заемных денежных средств и партнеров (участников)
- 3) государственная регистрация собственной фирмы (предприятия), если она создается впервые
- 4) организационно-техническая подготовка фирмы к производству товаров (услуг)
- 5) управление функционирующей фирмой и партнерскими связями.

Успех реализации принятой идеи:

- а) самоутверждение, самореализация, стремление изменить ход событий
- б) коммерческий успех (дополнительный доход, прибыль)

Рис. 48. Этапы формирования и реализации предпринимательской идеи в туризме и сервисе

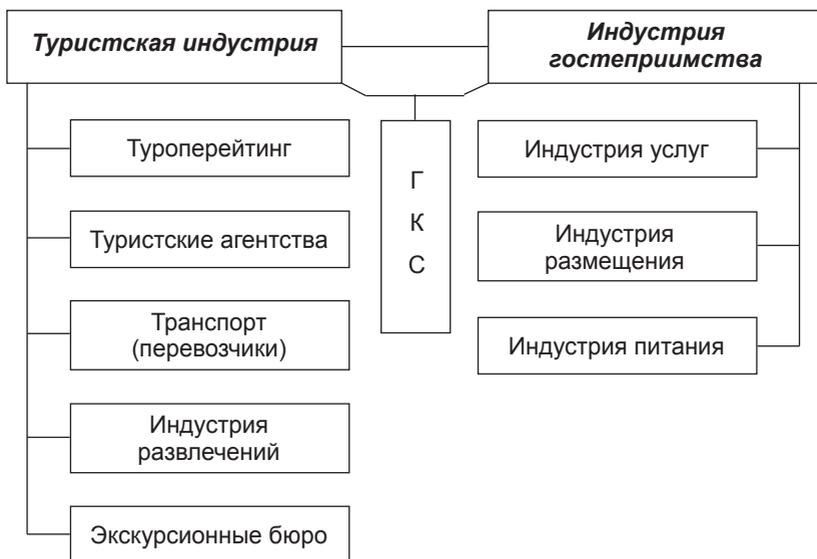


Рис. 49. Системы предпринимательства в туризме и сервисе (ГКС – глобальные компьютерные сети)

Вопросы для закрепления

1. Перечислите основные цели предпринимательской деятельности.
2. В чем заключаются важнейшие черты предпринимательства?
3. В чем заключаются особенности предпринимательства?
4. Какими характеристиками должен обладать предприниматель?
5. В каких условиях может развиваться предпринимательство?
6. Охарактеризуйте организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.
7. Сформулируйте понятие модели предпринимательской деятельности.
8. Охарактеризуйте системы предпринимательства в туризме и сервисе.
9. Охарактеризуйте понятие предпринимательской идеи.
10. В чем заключается основная цель инновационного предпринимательства в туризме?

ТЕСТЫ

1. Предпринимательство:

- а) инициативная самостоятельная деятельность людей, направленная на получение прибыли
- б) возможность завоевания доли рынка
- в) процесс продажи товаров на определенном рынке в течение года
- г) процесс извлечения прибыли

2. Экономическая свобода:

- а) показатель экономической свободы предприятия
- б) процесс переноса государственной собственности в частную
- в) право, гарантирующее самостоятельное принятие решений по выбору вида деятельности
- г) процесс продажи товаров на определенном рынке в течение года

3. Предпринимательская способность – это:

- а) инициативная самостоятельная деятельность людей, направленная на получение выручки от реализации
- б) инициативная самостоятельная деятельность людей, направленная на получение прибыли
- в) инициативная самостоятельная деятельность людей, направленная на процесс продажи товаров на определенном рынке
- г) инициативная самостоятельная деятельность людей, направленная на производство товаров и услуг с целью удовлетворения потребностей людей

4. Предпринимательство:

- а) всегда выгодно
- б) никогда не обходится без риска
- в) стиль жизни и личности
- г) всегда обходится без риска

5. К субъектам предпринимательской деятельности относятся:

- а) любые виды хозяйственной деятельности, направленные на получение прибыли
- б) отдельные частные лица и объединение партнеров в форме различных хозяйственных объединений

- в) процессы, происходящие в отдельных хозяйствующих субъектах и исходящие из них
- г) работники предприятий

6. Стремление покупателей приобретать товары и услуги, отвечающие определенным вкусам и моде, – это условие предпринимательской деятельности:

- а) экономическое
- б) правовое
- в) социальное
- г) нормативное

7. Самостоятельные действия предпринимателя, направленные на получение заданного результата, – это:

- а) политика предприятия
- б) миссия предприятия
- в) хозяйственная инициатива предприятия
- г) предпринимательские приоритеты

8. Основные ценности, принятые предприятием в его деятельности на период движения к цели, выраженные в форме идеи, – это:

- а) политика предприятия
- б) миссия предприятия
- в) хозяйственная инициатива предприятия
- г) предпринимательские приоритеты

9. Занятие ниши на рынке продукции, завоевание определенной доли на этом рынке, обеспечение заданного темпа роста имущественного потенциала и (или) прибыли и др. – это цели туристского предприятия:

- а) финансово-экономические
- б) производственно-технологические
- в) рыночные
- г) организационно-правовые

10. Видом предпринимательской деятельности туроператора является предпринимательство:

- а) производственное
- б) консультативное
- в) финансовое
- г) смешанное

11. Сбор информации о ситуации на рынке для оценки предпринимательской идеи с практических позиций:

- а) предшествующий этап принятия управленческого решения
- б) последующий этап принятия управленческого решения
- в) метод разработки управленческого решения
- г) не играет существенной роли в принятии управленческого решения

12. Инновационные процессы в сфере социально-культурного туризма и сервиса:

- а) оказывают значительное влияние на его эффективность
- б) не оказывают значительное влияние на его эффективность
- в) не играют роли
- г) не происходят

Тема: «ТУРИСТСКАЯ ИНДУСТРИЯ»



Рис. 50. Понятие и виды туристских ресурсов

Таблица 4

Виды туристских ресурсов

Природно-климатические	Историко-культурные	Специализированная и общая инфраструктура	Трудовые ресурсы
Ландшафт, биоклимат, гидроминеральные и уникальные природные ресурсы	Памятники (культовой и светской архитектуры, археологические, этнографические и др.), народные промыслы, научные и технические комплексы и сооружения, современные культурно-зрелищные и развлекательные учреждения	<i>Специализированная:</i> средства размещения различных категорий, существующие туристские маршруты, специальное туристское оборудование, транспорт, туристские организации. <i>Общая:</i> услуги торговли и бытового обслуживания, дорожная сеть и транспорт, телекоммуникационные связи, коммунальные системы	Численность, половозрастной состав, социальный и профессиональный состав, уровень образования и занятости, в т. ч. в первичном и вторичном секторах сферы услуг туризма

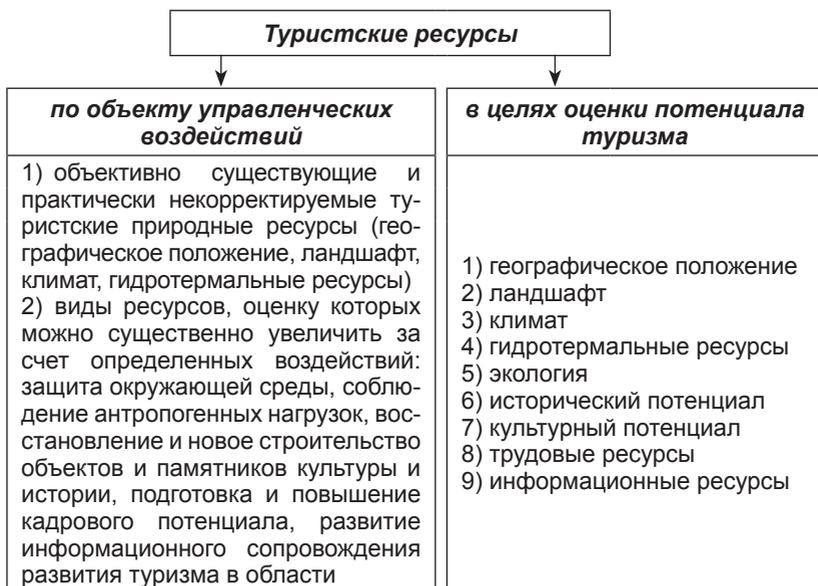


Рис. 51. Классификация туристских ресурсов

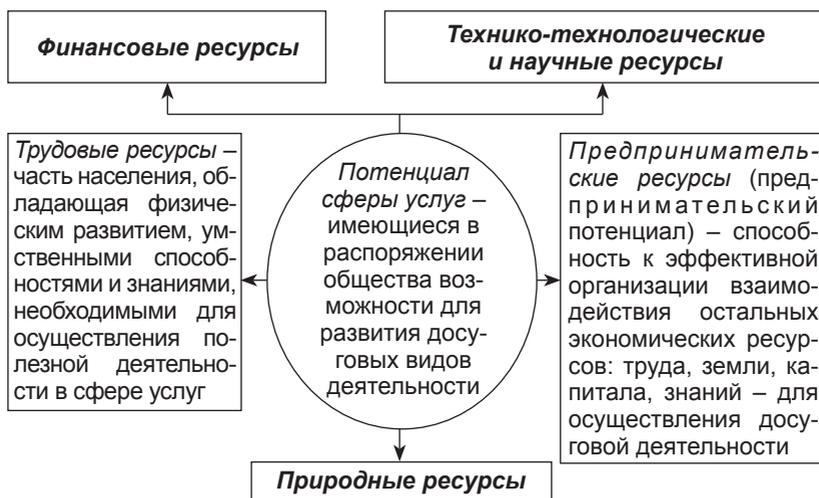


Рис. 52. Туристские ресурсы как элементы туристского потенциала

Интерпретации понятия «туристский регион»

<i>Источники и авторы</i>	<i>Определение</i>
Всемирная туристская организация	«...территория, располагающая большой сетью специальных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха, учебного процесса или оздоровления, которые продаются туристу или группе туристов производителем услуг» [33, с. 31]
Севастьянова С. А.	«...пространственно определенная территория, на которой располагаются туристские аттракторы и инфраструктура, обслуживающая посетителей» [38, с. 20]
Богданов Е. И., Кострюкова О. Н., Орловская В. П., Фенин П. М.	«Туристский регион – внутринациональная категория, которая может соответствовать конкретному административно-территориальному делению, занимать его часть или представлять собой территорию, расположенную на нескольких административно-территориальных делениях» [35, с. 31]
Дурович А. П.	«...территория, обладающая объектами туристского показа и способная предложить набор услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туристов» [34, с. 16]
Кабушкин Н. И.	«Туристский регион можно рассматривать, учитывая требования самих отдыхающих. В зависимости от опыта, мотива поездки и удаленности от места жительства турист выделяет следующие параметры: жилье, место, ландшафт и экскурсии» [18, с. 102]



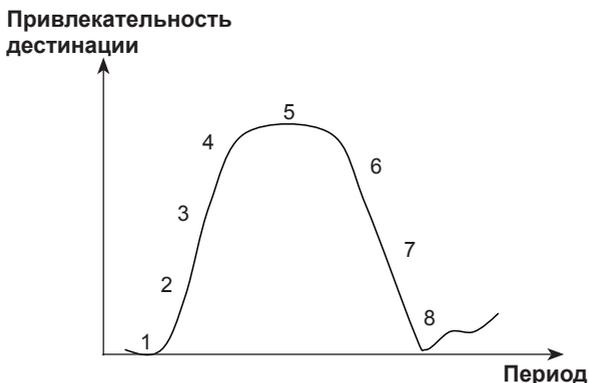
Рис. 53. Характерные черты туристского региона



Рис. 54. Разновидности туристских регионов



Рис. 55. Характерные черты дестинации



1. Дотуристская фаза
2. Рост численности туристов
3. Продвижение
4. Инвестиции в туризм
5. Создание новых рабочих мест
6. Сокращение потоков туристов
7. Недоиспользование средств обслуживания
8. Скидки, новая ценовая политика

Рис. 56. Этапы жизненного цикла дестинации



Рис. 57. Характеристики туристского комплекса



Рис. 58. Признаки туристского комплекса

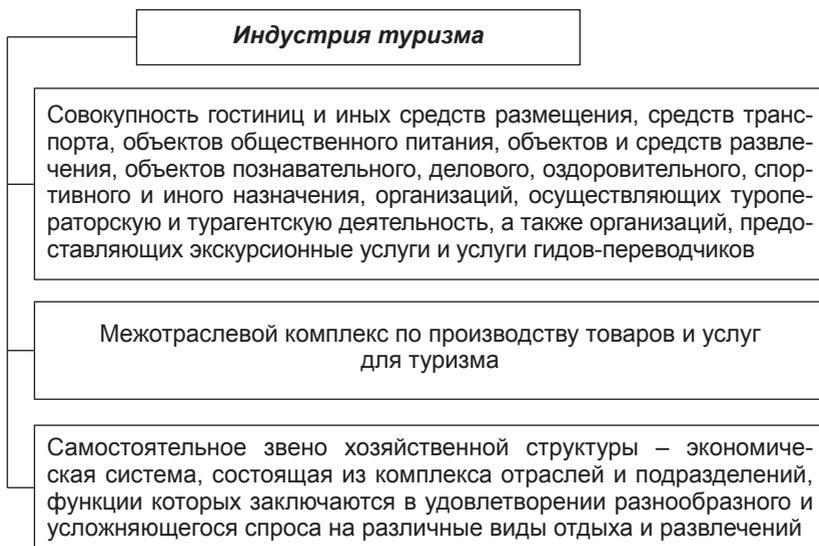


Рис. 59. Понятие туристской индустрии

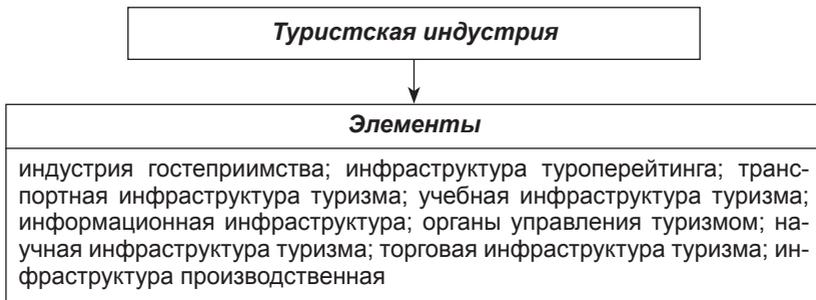


Рис. 60. Элементы туристской индустрии

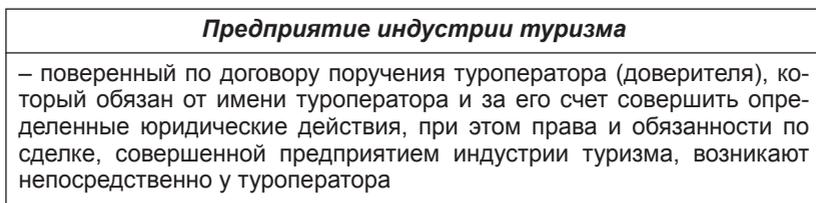


Рис. 61. Понятие предприятия индустрии туризма

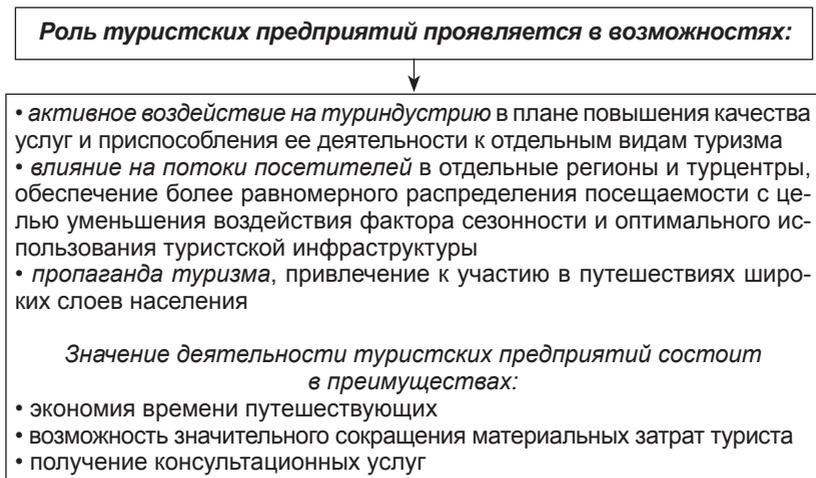


Рис. 62. Роль туристских предприятий

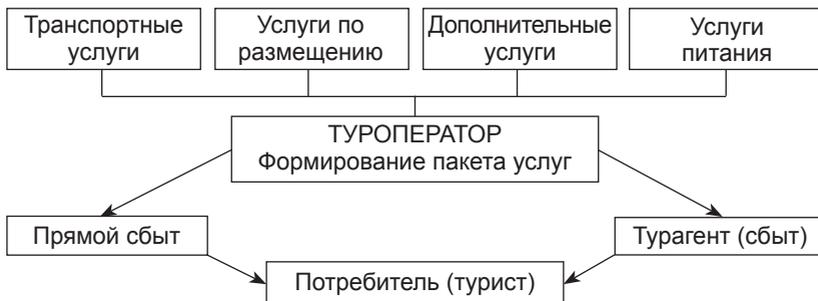


Рис. 63. Структура рынка организованного туризма



Рис. 64. Виды фирм-туроператоров и их функции

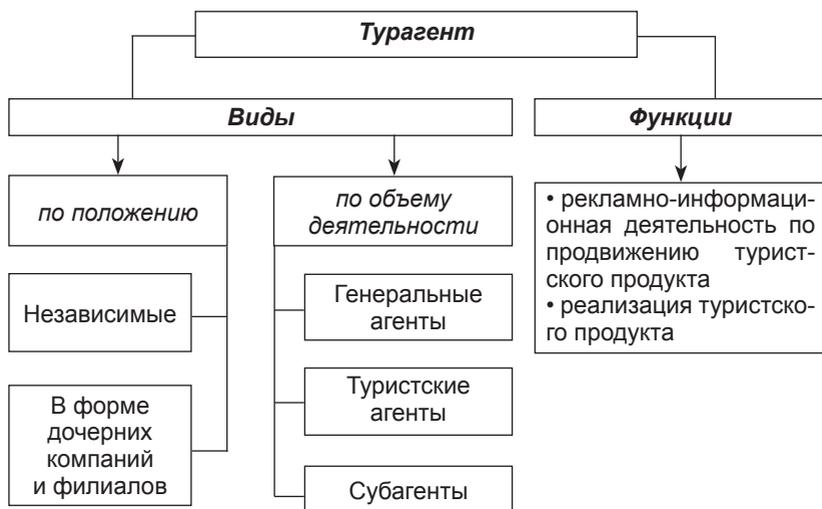


Рис. 65. Виды туристских агентов и их функции

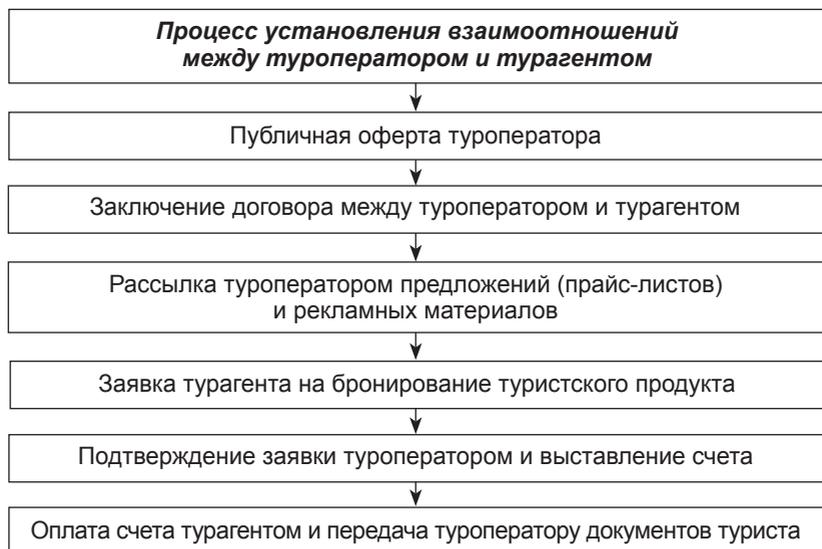


Рис. 66. Этапы установления взаимоотношений между туроператором и турагентом



Рис. 67. Этапы организации работы туроператора по разработке тура

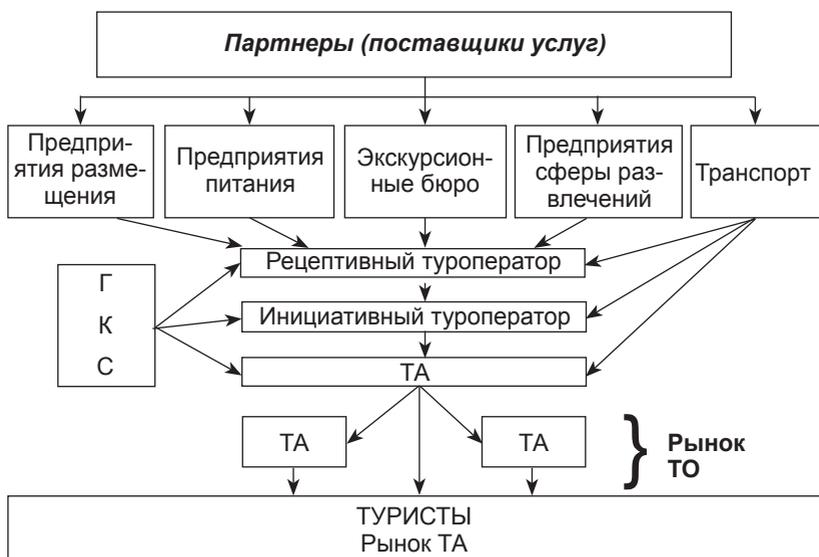


Рис. 68. Место турагента (ТА) и туроператора (ТО) на туристском рынке (ГКС – глобальные компьютерные сети)



Рис. 69. Процессы специализации, кооперирования и концентрации в туристской индустрии

Вопросы для закрепления

1. Какую роль играют туристские ресурсы в развитии туристского комплекса страны (региона).
2. Сформулируйте понятие туристского региона.

3. Сформулируйте понятие туристской дестинации.
4. Сформулируйте понятие туристской индустрии.
5. Сформулируйте понятие туроператорской фирмы.
6. Сформулируйте понятие турагентской фирмы.
7. Какие виды фирм-туроператоров Вы знаете?
8. Какие виды фирм-турагентов Вы знаете?
9. Поясните, в чем заключается роль глобальных компьютерных сетей в туристской деятельности?
10. Поясните, в чем проявляются процессы специализации и кооперирования в туризме?

ТЕСТЫ

1. Межотраслевой комплекс по производству товаров и услуг для туризма – это:

- а) предприятие индустрии туризма
- б) индустрия туризма
- в) индустрия гостеприимства
- г) туристский регион

2. Хозяйствующий субъект, занимающийся разработкой туристских маршрутов, – это:

- а) предприятие индустрии туризма
- б) фирма-туроператор
- в) фирма-турагент
- г) менеджер турфирмы

3. Форма организации постоянных экономических связей между самостоятельными предприятиями по производству и организации туристских услуг и товаров – это:

- а) кооперирование
- б) концентрация
- в) специализация
- г) комбинирование

4. Операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы своей страны по договоренности с прини-

мающими операторами или напрямую с производителями туристских услуг, – это:

- а) инициативные туроператоры
- б) рецептивные туроператоры
- в) турагенты
- г) предприятие индустрии туризма

5. Имеющиеся в распоряжении общества возможности для развития досуговых видов деятельности – это:

- а) туристские ресурсы
- б) потенциал сферы услуг
- в) факторы развития туризма
- г) туристская анимация

6. Территория, обладающая объектами туристского показа и способная предложить набор услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туристов, – это:

- а) туристский регион
- б) туристская дестинация
- в) туристские ресурсы
- г) сфера туризма и гостеприимства

7. Географическая территория, имеющая определенные границы со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения разнообразных нужд туристов, – это:

- а) туристский регион
- б) туристская дестинация
- в) туристские ресурсы
- г) сфера туризма и гостеприимства

8. Экономическая система, состоящая из комплекса отраслей и подразделений, функции которых заключаются в удовлетворении разнообразного и усложняющегося спроса на различные виды отдыха и развлечений, – это:

- а) туристская дестинация
- б) туристская территория
- в) туристская индустрия
- г) туристский регион

9. Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта – это:

- а) туроператорская деятельность
- б) турагентская деятельность
- в) индустрия гостеприимства
- г) туристское кооперирование

10. Изучение потребностей потенциальных туристов – это функция:

- а) научно-исследовательской организации
- б) турагента
- в) туроператора
- г) нормирования

11. Развитие средств размещения, различных форм обслуживания, изменение характера деятельности предприятий питания и развлечений, возрастание числа новых туристских услуг, разнообразие видов туров и т. д. – это:

- а) кооперирование в туризме
- б) концентрация в туризме
- в) специализация в туризме
- г) комбинирование

12. Выберите верное выражение: последовательная смена стадий развития туристского комплекса «зарождение» – «рост» – «стабильность» – «спад» – «кризис» – это:

- а) стратегия его поведения
- б) его жизненный цикл
- в) его история
- г) тактика его поведения

Тема: «ТУРИСТСКИЙ РЫНОК»

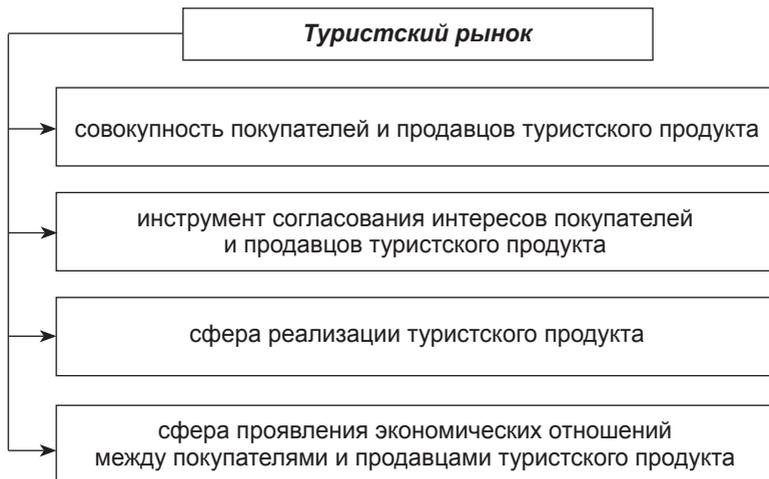


Рис. 70. Понятие туристского рынка

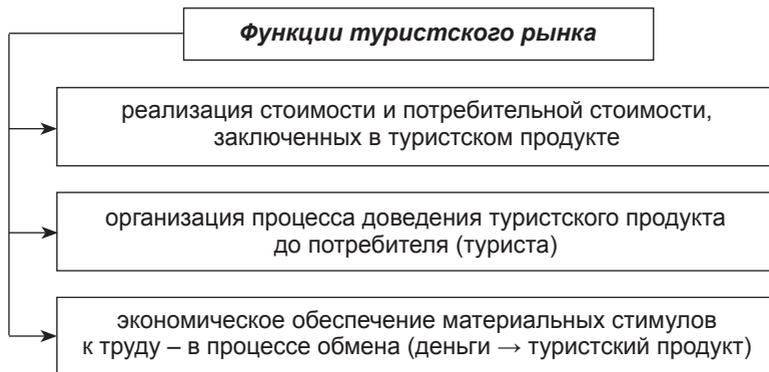


Рис. 71. Функции туристского рынка



Рис. 72. Характеристика туристского рынка



Рис. 73. Структура туристского рынка

Основные аспекты изучения туристского рынка

- 1) механизм функционирования туристского рынка, его сегментация, сезонный характер
- 2) функции туристского рынка и его сегментов
- 3) формирование цен и ценообразование в туризме
- 4) изучение факторов, влияющих на спрос в сфере туризма, и влияния цен и доходов на платежеспособный спрос
- 5) изучение факторов, влияющих на предложение туристских услуг, а также изучение влияния цен и факторов неценового характера (инвестиций и других неценовых детерминантов предложения)

Рис. 74. Основные аспекты изучения туристского рынка

Особенности туристского потребления

1. Турпродукт потребляется в месте его производства. Это вызывает мультипликативный эффект: необходимость наличия туристской инфраструктуры
2. Расходы туриста в месте временного пребывания количественно превышают его расходы на проживание в постоянной среде обитания вследствие наличия повышенных затрат и с фактором престижности туристского потребления. Это обостряет проблему учета доходов и затрат
3. Предельная полезность продукта с точки зрения самого туриста, места его постоянного проживания, места, в которое турист приехал, и с точки зрения рынка различна и качественно, и количественно. Это обостряет проблему определения эффективного объема продаж
4. «Кредитный» характер потребления, т. е. его ограничение во времени. Это порождает интенсификацию всех действий туриста, что ставит перед организаторами туров особые трудности и усиливает роль менеджмента
5. Культурный характер рыночной среды туризма: туристский рынок органично включает приобретение товаров и услуг особой культурной и культурологической направленности, отражающих социальную и национальную специфику города, региона, страны. Это обостряет проблему создания дифференцированного, качественного турпродукта

Рис. 75. Особенности туристского потребления



Рис. 76. Критерии сегментации туристского рынка

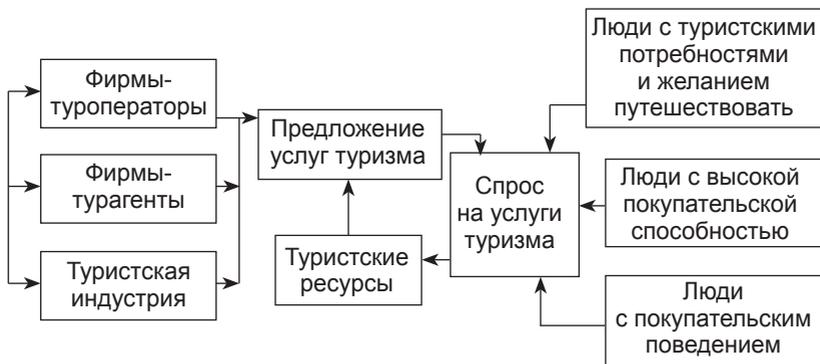


Рис. 77. Схема функционирования туристского рынка

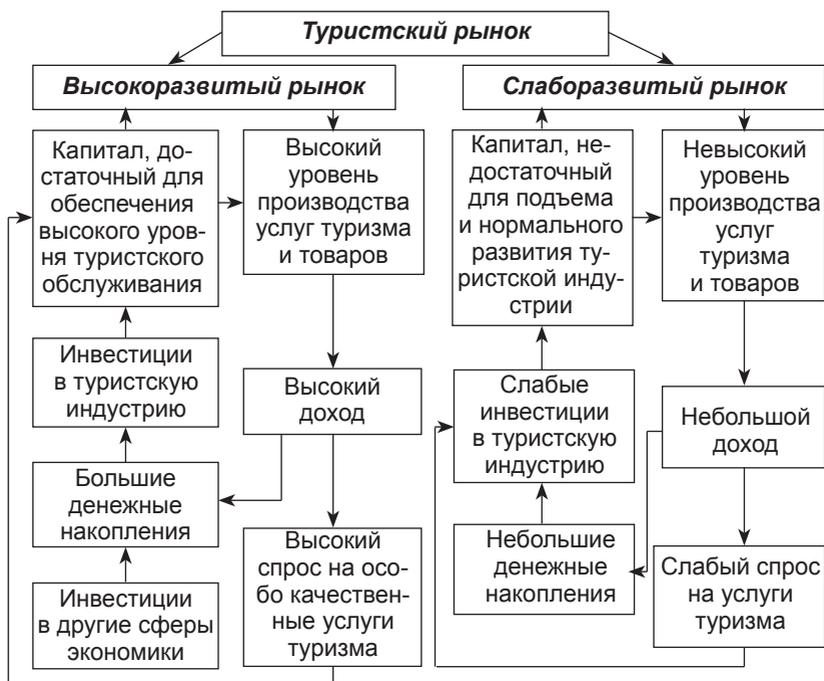
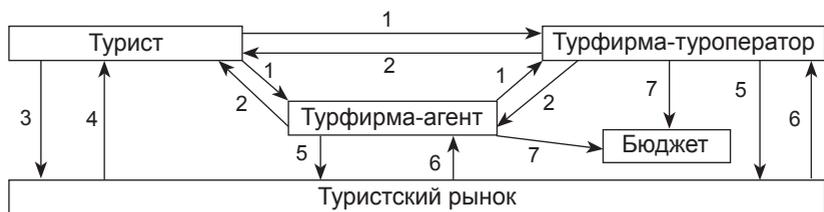


Рис. 78. Схема двухцикличности туристского рынка



- 1 – турист платит туристской фирме деньги за туристскую путевку (турпакет)
- 2 – туристская фирма выдает туристу туристскую путевку
- 3 – турист обменивает турпутевку на туристский продукт, т. е. услуги туризма
- 4 – в процессе реализации турпродукта турист получает удовлетворение от своих денег, затраченных им на покупку турпродукта
- 5 – турфирма производит инвестиции в развитие туристского рынка, туристской индустрии (материально-технической базы туризма) и на создание новых видов туристского продукта
- 6 – туристская фирма получает новые виды туристского продукта
- 7 – туристская фирма платит налоги и различные сборы в бюджет

Рис. 79. Схема туристского кругооборота

Вопросы для закрепления

1. Сформулируйте понятие туристского рынка.
2. Сформулируйте понятие емкости туристского рынка.
3. Укажите место государства в осуществлении рыночных отношений в туризме.
4. Опишите основные особенности туристского потребления.
5. Охарактеризуйте основные критерии сегментации туристского рынка.
6. Перечислите факторы развития туристского рынка.
7. Перечислите категории потребителей, формирующие платежеспособный спрос на услуги сферы туризма.
8. Охарактеризуйте особенности туристского потребления.
9. В чем заключается необходимость развития туристского рынка в регионах?
10. Сформулируйте понятие туристского кругооборота.

ТЕСТЫ

1. Сфера проявления экономических отношений между производителями и потребителями туристского продукта – это:

- а) индустрия туризма
- б) туристские предприятия
- в) туристский рынок
- г) сфера туризма

2. Система действий экономических рычагов для сбалансированности спроса и предложения на туристский продукт, на обмен «деньги – туристский продукт», на денежные потоки и потоки туристского продукта – это:

- а) механизм функционирования туристского рынка
- б) равновесие туристского рынка
- в) туристский кругооборот
- г) продажа турпродукта

3. Возможный объем реализации отдельных туров, услуг туризма и товаров туристско-сувенирного назначения при существующих ценах и предложении – это:

- а) сегментация рынка

- б) емкость рынка
- в) условия реализации туристского продукта
- г) плановый объем производства услуг

4. Система экономических и юридических отношений, возникающая между туристом и туристической фирмой и показывающая направления движения потоков туристского продукта, инвестиций в развитие туризма и денежных поступлений в бюджет от доходов туристской деятельности, – это:

- а) механизм функционирования туристского рынка
- б) равновесие туристского рынка
- в) туристский кругооборот
- г) сфера туризма

5. Форма проявления потребности населения в туристском продукте, обеспеченная денежными средствами, – это:

- а) спрос на услуги туризма
- б) предложение на услуги туризма
- в) емкость туристского рынка
- г) плановый объем производства услуг

6. Вся масса предназначенных для продажи туров, услуг туризма и товаров туристско-сувенирного назначения – это:

- а) спрос на услуги туризма
- б) предложение на услуги туризма
- в) емкость туристского рынка
- г) плановый объем производства услуг

7. Высокоразвитый туристский рынок ведет к богатству государства, а несовершенный и слаборазвитый туристский рынок характеризует его бедность. Это утверждение характеризует:

- а) двухцикличность туристского рынка
- б) равновесие туристского рынка
- в) туристский кругооборот
- г) валовой туристский продукт

8. Удаленность туристской цели – это критерии сегментации туристского рынка:

- а) географические

- б) социальные
- в) психологические
- г) профессиональные

9. Место государства в туристском кругообороте заключается в:

- а) взимании налогов и отчислении от туристских организаций
- б) финансировании деятельности туристских организаций
- в) координировании действий участников рынка
- г) регулировании денежного оборота

10. В зависимости от уровня цен на туристский продукт при той же емкости рынка (общего объема спроса) потребность в туристском продукте:

- а) при повышении цен сокращается, при снижении увеличивается
- б) при повышении цен увеличивается, при снижении сокращается
- в) не изменяется

Тема: «ТУРИСТСКИЙ ПРОДУКТ»

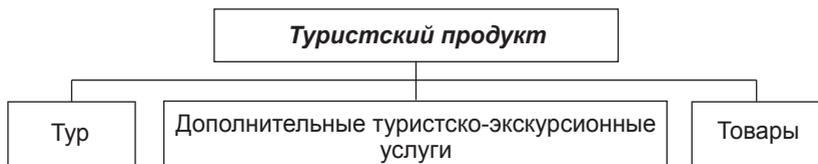


Рис. 80. Структура туристского продукта

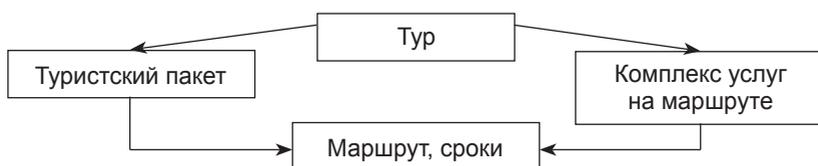


Рис. 81. Структура тура



Рис. 82. Структура туристского пакета

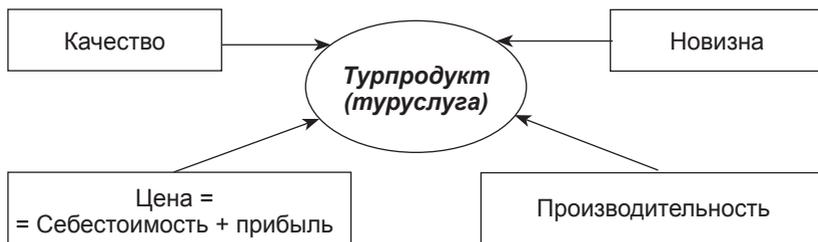


Рис. 83. Факторы, определяющие конкурентоспособность турпродукта

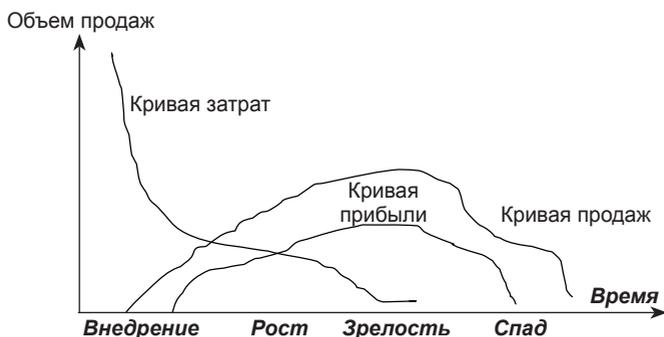


Рис. 84. Жизненный цикл туристского продукта

Таблица 6

**Характерные черты жизненного цикла
внутреннего турпродукта**

Стадия	Характерная черта
Внедрение	Медленный темп сбыта продукта; полное отсутствие или наличие незначительной прибыли; трудности с реализацией новой услуги; инфраструктура недостаточно адаптирована к запросам выбранной клиентуры; большие затраты на маркетинг; преимущество: отсутствие конкуренции
Рост	Увеличение объема сбыта и прибыли; затраты на маркетинг на высоком уровне, но их доля в общих издержках фирмы снижается; усиление конкуренции; основные маркетинговые усилия направлены на формирование у потребителей убежденности в качестве продукта и дальнейшее расширение рынка; фирмы, которые раньше других приступили к развитию данного продукта, имеют значительные конкурентные преимущества; турфирма стремится расширить сферу сбыта продукта и проникнуть в новые сегменты рынка

Стадия	Характерная черта
Зрелость	Замедление роста сбыта и его стабилизация; круг потребителей не расширяется; объем получаемой прибыли начинает снижаться, хотя и остается достаточно высоким; основные усилия фирмы направляются на удержание своей рыночной доли, увеличение потребления данного продукта посредством его совершенствования, модификации комплекса маркетинга и даже нового его позиционирования на рынке
Спад	Туристская сфера начинает пресыщаться данным продуктом; происходит устойчивое падение объемов сбыта и снижение (возможно, даже до нулевой отметки) размера получаемой прибыли; встает задача выбора политики совершенствования и диверсификации продукта

Таблица 7

Международный цикл туристского продукта

Стадия	Характерная черта
Внедрение	Исключительное производство и экспорт нового продукта. Турфирма – родоначальник турпродукта формирует задел производства и внедрения другого продукта для снижения издержек на стадии роста и зрелости
Рост	Появление у иностранного конкурента аналогичного продукта и его внедрение на рынке, прежде всего на рынке своей страны
Зрелость	Выход конкурента на рынки третьих стран и, соответственно, сокращение экспорта из страны создания нового продукта
Спад	Выход конкурентов на рынок страны-родоначальницы (как возможная стадия)

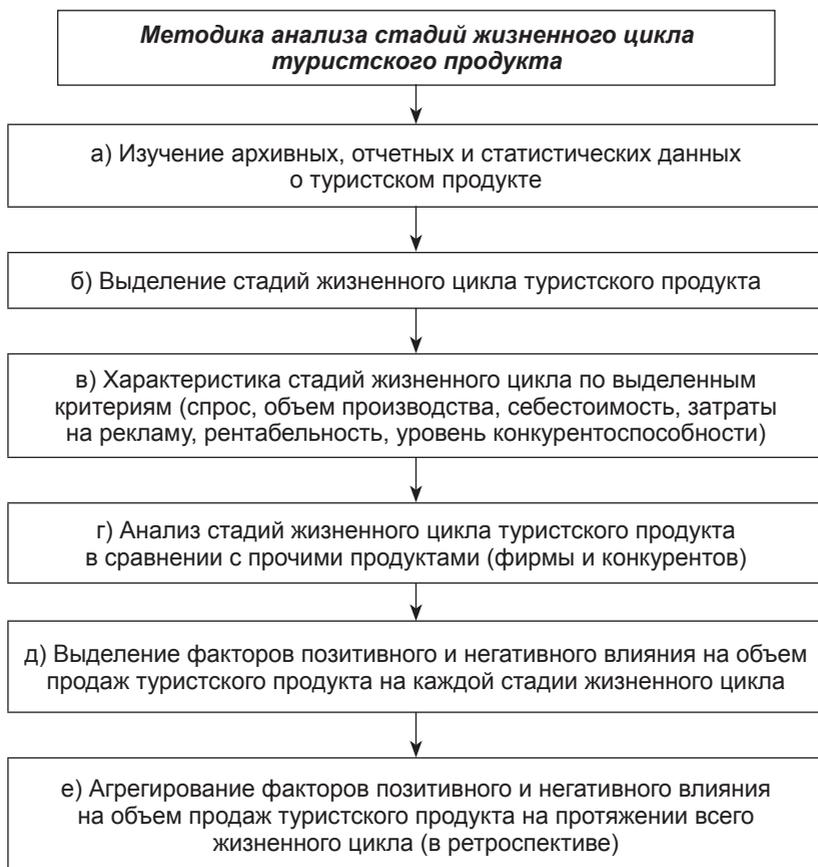


Рис. 85. Методика анализа жизненного цикла туристского продукта

Вопросы для закрепления

1. Сформулируйте понятие потребностей человека в отдыхе и рекреации.
2. Сформулируйте понятие и раскройте содержание туристских мотивов.
3. Сформулируйте понятие туристского продукта.

4. Сформулируйте понятие тура.
5. Сформулируйте понятие туристского пакета.
6. Сформулируйте понятие туристского центра.
7. Сформулируйте понятие трансфера.
8. Охарактеризуйте факторы конкурентоспособности туристского продукта.
9. Сформулируйте понятие жизненного цикла туристского продукта.
10. Охарактеризуйте основные стадии жизненного цикла туристского продукта.

ТЕСТЫ

1. Совокупность вещественных (предметов потребления) и не вещественных (в форме услуги) потребительских стоимостей, необходимых для удовлетворения потребностей туриста, возникших в период его путешествия, – это:

- а) туристский пакет
- б) тур
- в) туристский продукт
- г) товары туристско-сувенирного назначения

2. Первичная единица туристского продукта, реализуемая клиенту как единое целое, продукт труда туроператора на определенный маршрут и в конкретные сроки – это:

- а) туристский пакет
- б) тур
- в) туристский продукт
- г) товары туристско-сувенирного назначения

3. Основной (обязательный) комплекс услуг, предоставляемых в путешествии по индивидуальному или групповому плану, который имеет серийный характер, предлагается в широкую продажу, – это:

- а) туристский пакет
- б) тур
- в) туристский продукт
- г) товары туристско-сувенирного назначения

4. Услуги, не предусмотренные ваучером или путевкой, доводимые до потребителя в режиме его свободного выбора, – это:

- а) комплекс услуг на маршруте
- б) товары туристско-сувенирного назначения
- в) дополнительные туристско-экскурсионного назначения
- г) туристский пакет

5. Потребительская стоимость туристского продукта – это:

- а) его способность удовлетворять определенные рекреационные потребности людей
- б) стоимость туристского продукта в момент его реализации
- в) цена туристской путевки
- г) затраты на производство турпродукта

6. Суммарный объем туристских товаров и услуг, производимых (потребляемых) в сфере туризма на территории региона, – это:

- а) туристский продукт
- б) региональный туристский продукт
- в) валовой туристский продукт
- г) плановый объем производства услуг

7. Способность обеспечивать относительно высокую доходность на вложенный капитал при устойчивом использовании ресурсов, постоянной ориентации на изменяющийся спрос, сохранении и улучшении позиций на рынке – это:

- а) полезность туристского продукта
- б) потребительская стоимость туристского продукта
- в) конкурентоспособность туристского продукта
- г) цена туристской путевки

8. Заранее спланированная трасса передвижения туристов в течение определенного времени с целью получения туристских услуг – это:

- а) комплекс услуг на маршруте
- б) туристский маршрут
- в) туристская путевка
- г) туристский пакет

9. Место отдыха туриста, включающее все его рекреационные возможности: природные, культурно-исторические, экологические, этнические, социально-демографические, инфраструктурные, – это:

- а) туристский регион
- б) туристская дестинация
- в) туристский центр
- г) туристские ресурсы

10. Любая перевозка туриста внутри туристского центра – это:

- а) трансфер
- б) маршрут
- в) комплекс услуг на маршруте
- г) экскурсия

11. Выход конкурентов на рынок страны – родоначальницы туристского продукта – это стадия его жизненного цикла:

- а) зарождение
- б) рост
- в) зрелость
- г) спад

12. При анализе стадий жизненного цикла туристского продукта учитываются основные параметры:

- а) объем продаж, время
- б) объем продаж, прибыль
- в) объем продаж, цена
- г) время, прибыль

Тема: «ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТУРИЗМА»

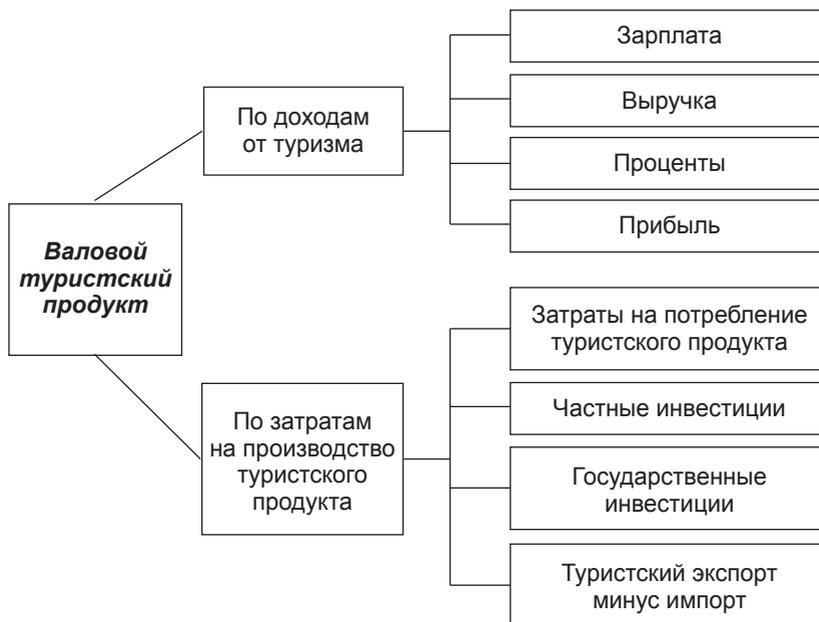


Рис. 86. Схема формирования валового туристского продукта (на уровне национальной (региональной) экономики)

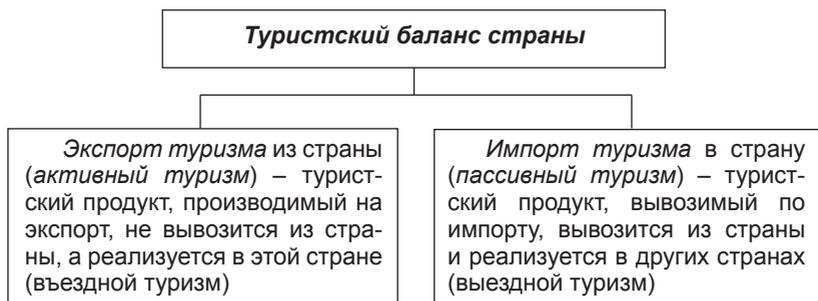


Рис. 87. Схема «Туристский баланс страны (региона)»

ОБЩЕСТВО

(в масштабах народного хозяйства туризм – это диверсифицированный межотраслевой комплекс социально-бытовой инфраструктуры)
(макроуровень)

Увеличение национального дохода и доли доходов от туризма в экспорте страны; уменьшение доли расходов на туризм в импорте страны

ОТРАСЛЬ

(в масштабах региона туризм – это выделенное самостоятельное хозяйственное звено)
(мегауровень)

Минимум затрат денежных, материальных, информационных ресурсов и рабочей силы на единицу туристского продукта

Увеличение количества рабочих мест; усиление положительного влияния туристской индустрии на экономическое развитие региона

ТУРИСТСКАЯ ФИРМА (микроуровень)

Минимум затрат денежных, материальных, информационных ресурсов и рабочей силы на единицу туристского продукта

ТУРОПЕРАТОР

Максимум производства и реализации туристского продукта; разработка туров, формирование качественного пакета услуг туризма

ТУРАГЕНТ

Максимум реализации туристских путевок

Минимум затрат денежных, материальных, информационных ресурсов и рабочей силы на единицу туристского продукта

Минимум затрат денежных, материальных, информационных ресурсов и рабочей силы на единицу туристского продукта

Рис. 88. Дерево целей и критериев эффективности туризма



Рис. 89. Схема «Влияние туризма на экономику»

Таблица 8

Преимущества и недостатки развития туризма в стране (регионе)

Преимущества	Недостатки
<ul style="list-style-type: none"> • увеличение денежного притока, в т. ч. числе приток иностранной валюты • увеличение валового национального продукта • создание новых рабочих мест • реформирование структуры отдыха, которая может быть использована и туристами, и местным населением • привлечение капитала, в т. ч. иностранного 	<ul style="list-style-type: none"> • влияние на рост цен на местные товары и услуги, на земельные и другие природные ресурсы, на недвижимость и т. д. • способствование оттоку денег за границу при туристском импорте • рост экологических и социальных проблем

Показатели развития туризма как отрасли

Показатели развития туризма	Характеристика
<p>1. Туристский поток</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>общее количество туристов</i>, в том числе организованных и самостоятельных (Ч, чел.) • <i>средняя продолжительность</i> (среднее время) пребывания туристов в стране, регионе (t, дней) • <i>количество туродней</i> (количество ночевков, койко-дней), определяется: $D = Ч * t$ <p>*Для характеристики неравномерности туристского потока применяют коэффициент неравномерности. В зависимости от цели и задачи анализа динамики туристского потока используют три способа расчета коэффициента неравномерности, (%):</p> $K_H = (D_{\max} / D_{\min}) 100 \%$ $K_H = (D_{\max} / D_{\text{год}}) 100 \%$ $K_H = (D_{\max} / D_{\text{см}}) 100 \%$ <p>D – количество туродней, соответственно, в месяце максимального туристского потока, в месяце минимального туристского потока, годовое количество туродней, среднемесячное количество туродней</p>
<p>2. Состояние и развитие материально-технической базы туризма</p>	<p>Коечный фонд домов отдыха, пансионатов, турбаз, гостиниц, санаториев и т. п., а также число коек, предоставляемых местными жителями; число мест в торговых залах предприятий питания для туристов; число мест в театрах, отведенных для туристов; число ванн в водолечебницах, отведенных для туристов, и т. д.</p> <p>*<i>Мощность коечного фонда</i> определяется по формуле:</p> $M_k = K_s \cdot 365 + K_c \cdot s,$ <p>где M_k – общее количество койко-мест, ед. K_s – число койко-мест круглогодичного использования K_c – число койко-мест сезонного использования, ед. s – число дней сезонного использования, дней</p>
<p>3. Показатели финансово-экономической деятельности туристской фирмы</p>	<p>Объем реализации туристских услуг или выручка от реализации услуг туризма; показатели использования рабочей силы (производительность труда, уровень расходов на оплату труда и др.); показатели использования производственных фондов (фондоотдача, оборачиваемость оборотных средств и др.); себестоимость услуг туризма, прибыль, рентабельность; показатели финансового состояния туристской фирмы (платежеспособность, ликвидность, финансовая устойчивость, валютная самоокупаемость и др.)</p>

Показатели развития туризма	Характеристика
4. Состояние и развитие международного туризма	* количество туристов, посетивших зарубежные страны (определяется по числу пересечений государственной границы) * количество туродней по иностранным туристам * суммарные денежные затраты, произведенные туристами за время зарубежных поездок

Вопросы для закрепления

1. Опишите методы формирования валового туристского продукта.
2. Сформулируйте понятие экономической эффективности и охарактеризуйте способы ее оценки.
3. Охарактеризуйте косвенное влияние туризма на экономику.
4. Сформулируйте понятие критерия экономической эффективности.
5. Охарактеризуйте критерии эффективности туризма на макро-, мега- и микроуровне.
6. Сформулируйте понятие туристского экспорта.
7. Сформулируйте понятие туристского импорта.
8. Сформулируйте понятие туристского баланса страны.
9. Сформулируйте понятие туристского потока и охарактеризуйте его показатели.
10. Сформулируйте понятие материально-технической базы туризма и охарактеризуйте ее показатели.

ТЕСТЫ

1. Суммарный объем товаров и услуг, производимых (потребляемых) в сфере туризма, – это:

- а) валовой туристский продукт
- б) доходы от туризма

- в) затраты на производство туристского продукта
- г) плановый объем производства

2. Эффект повторения затрат туристов на покупку услуг и товаров в определенное время и в определенном месте – это:

- а) туристское предложение
- б) косвенное влияние туризма на экономику страны
- в) прямое влияние туризма на экономику страны
- г) туристский кругооборот

3. Результат расходов туристов на покупку услуг и товаров туризма – это:

- а) валовой туристский продукт
- б) косвенное влияние туризма на экономику страны
- в) прямое влияние туризма на экономику страны
- г) расходы на производство турпродукта

4. Отношение между стоимостью туристского продукта, реализованного иностранным туристам в принимаемой стране, и стоимостью туристского продукта, реализованного гражданами данной страны за рубежом, – это:

- а) активный туризм
- б) пассивный туризм
- в) туристский баланс страны
- г) эффективность туризма

5. Заработная плата работников, выручка от реализации туристских услуг, прибыль предпринимателей, их проценты по вложениям – это метод расчета валового туристского продукта:

- а) по доходам
- б) по расходам
- в) отчетно-статистический
- г) балансовый

6. Максимум производства и реализации туристского продукта – это критерий эффективности:

- а) национального туристского комплекса
- б) регионального туристского комплекса

- в) туроператора
- г) турагента

7. Минимум затрат денежных, материальных, информационных ресурсов и рабочей силы на единицу туристского продукта – это критерий эффективности:

- а) национального туристского комплекса
- б) регионального туристского комплекса
- в) туроператора
- г) на всех уровнях экономики

8. Объемный показатель развития туризма в стране или регионе, характеризующийся общим количеством прибытий (количеством туродней), – это:

- а) туристский поток
- б) общее количество туристов, в том числе организованных и самостоятельных
- в) средняя продолжительность пребывания туристов в стране, регионе
- г) валовой туристский продукт

9. Натуральный показатель объема деятельности туристских хозяйствующих субъектов – это:

- а) коэффициент неравномерности туристского потока
- б) средняя продолжительность пребывания туристов в стране, регионе
- в) туродень
- г) плановый объем производства

10. Мощность коечного фонда сферы туризма характеризует:

- а) туристский поток
- б) состояние и развитие материально-технической базы туризма
- в) результаты финансово-экономической деятельности предприятий туризма
- г) состояние и развитие международного туризма

11. Показатели использования производственных фондов предприятий сферы туризма характеризуют:

- а) туристский поток
- б) состояние и развитие материально-технической базы туризма

- в) результаты финансово-экономической деятельности предприятий туризма
- г) состояние и развитие международного туризма

12. Количество туристов, посетивших зарубежные страны, характеризует:

- а) туристский поток
- б) состояние и развитие материально-технической базы туризма
- в) результаты финансово-экономической деятельности предприятий туризма
- г) состояние и развитие международного туризма

Тема: «ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ»

Таблица 10

Основной капитал и основные фонды туристской фирмы

Основной капитал предприятия	совокупность произведенных общественным трудом нематериальных ценностей и ценностей в материально-вещественной форме, а также финансовых активов, которыми предприятие обладает длительное время и использует в процессе производственно-хозяйственной деятельности
Основные фонды предприятия	совокупность произведенных общественным трудом материально-вещественных ценностей, действующих в неизменной натуральной форме в течение длительного периода времени и утрачивающих свою стоимость по частям
Основные фонды туристской фирмы	основа ее материально-технической базы, рост и увеличение которой – важнейшее условие увеличения объема предоставляемых ею услуг и суммы получаемой прибыли и повышения ее технической оснащенности

Таблица 11

Классификация основных фондов в сфере туризма

Признак классификации	Виды
В зависимости от характера участия в процессе производства	<i>Производственные</i> (либо участвуют в производственном процессе, либо способствуют его осуществлению и создают материальные условия для создания туристских услуг)
	<i>Непроизводственные</i> (служат для удовлетворения бытовых и культурных потребностей работников)
По участию в процессе производства	<i>Активные</i> (подвижной состав, компьютеры, кассовые аппараты, средства связи, туристское снаряжение со сроком службы более одного года; станки, машины, приборы и т. д. (если существует производство материальных благ)

Продолжение таблицы 11

Признак классификации	Виды
	<i>Пассивные</i> (здания, сооружения, зоны отдыха, туристские маршруты)
По формам собственности	Частные, государственные, муниципальные
По праву на них	Принадлежащие фирме на праве собственности (в том числе сданные в аренду или переданные в безвозмездное пользование)
	Находящиеся у фирмы в оперативном управлении или хозяйственном ведении
	Полученные фирмой в аренду
По отношению к отраслям производства	Основные фонды промышленности, капитального строительства, транспорта, сельского хозяйства, торговли, связи, общепита, сферы услуг, другие
По функциям, выполняемым в процессе производства	<i>Здания. Основные</i> – офисные здания, здания гостиниц в комплексе и отдельно расположенные, рестораны, спортивные комплексы. Дополнительные – здания котельных, прачечных, складов, гаражей и т. д.
	<i>Сооружения:</i> водоподъемные станции, артезианские скважины минеральной и пресной воды, бассейны (включая фундамент, подогревательные устройства и арматуру), фонтаны, канализационные сооружения, спортивные площадки, теннисные корты, аттракционы, парковые дорожки, скульптуры, заасфальтированные дворы и тротуары, дороги со всеми вспомогательными пристройками и дорожными знаками и указателями
	<i>Передаточные устройства:</i> трансмиссии, электросети, передатчики тепловой энергии, телефонные сети, радио, сети внешнего освещения территории, трубопроводы для отопления, водоснабжения, канализации
	<i>Машины, оборудование:</i> силовые машины, трансформаторы, распределительные щиты, генераторы, паровые котлы, электродвигатели, оборудование коммунального хозяйства, прачечных, телефонной связи, пожарное оборудование и др.
	<i>Транспортные средства:</i> автомобили, автобусы и электрокары
	<i>Инструменты</i>

Признак классификации	Виды
	<i>Производственный и хозяйственный инвентарь и принадлежности</i>
	Прочие основные фонды
По степени использования, находящиеся:	В эксплуатации; в запасе (в резерве); в стадии достройки, дооборудования, реконструкции и частичной ликвидации; на консервации

Таблица 12

Виды стоимостной оценки основных фондов турфирмы

<p><i>Стоимостная оценка основных фондов</i> позволяет определять их величину, структуру, планировать и начислять амортизацию, издержки, связанные с функционированием основных фондов, выявлять степень эффективности их использования и обновления</p>	
<p><i>Первоначальная стоимость основных фондов</i>, в том числе бывших в эксплуатации, – это сумма фактических затрат на приобретение, доставку и монтаж, включая услуги сторонних организаций (поставщика, посредника, подрядной и других организаций), связанные с приобретением основных средств; таможенные платежи; расходы по страхованию при перевозке; проценты за кредит; погрузочно-разгрузочные работы; налоги; иные затраты организации, непосредственно связанные с приобретением объекта основных средств</p>	<p><i>Остаточная стоимость основных фондов</i> – это первоначальная или восстановительная стоимость за вычетом износа</p>
	<p><i>Восстановительная стоимость основных фондов</i> – затраты на восстановление в современных условиях их точной копии с использованием аналогичных материалов и сохранением всех эксплуатационных параметров</p>
	<p><i>Полная</i> – затраты на воссоздание новых основных фондов, определяется при их переоценке как стоимость производства объектов основных фондов в современных условиях</p>
	<p><i>Остаточная</i> – на воссоздание основных фондов в их фактическом состоянии</p>

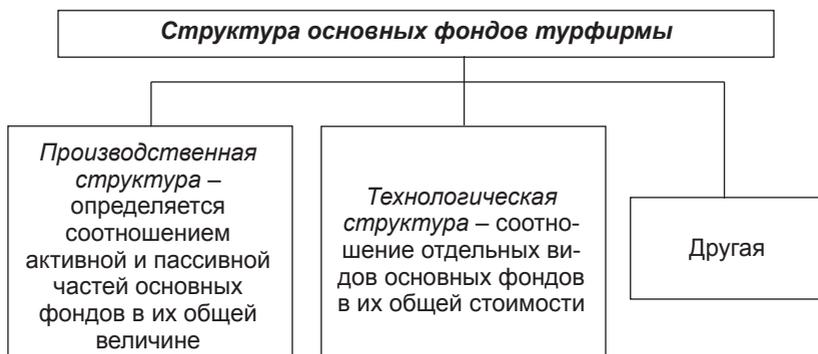


Рис. 90. Структура основных фондов турфирмы

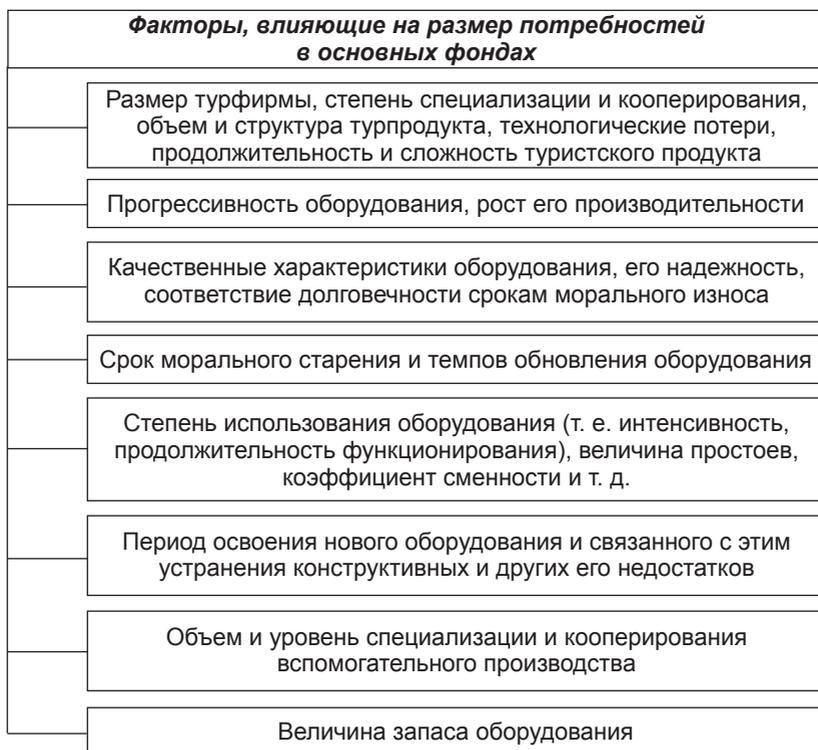


Рис. 91. Факторы, влияющие на размер потребностей в основных фондах

Таблица 13

Понятие износа основных фондов предприятия

Износ		
моральный (экономический)		материальный (физический)
Первого рода – определяется снижением затрат на производство аналогичного оборудования, обусловленным ростом производительности труда на предприятиях, их производящих	Второго рода – формируется вследствие создания новых, более производительных и совершенных основных фондов	утрата основными фондами первоначальной стоимости, из-за чего они постепенно приходят в негодность и требуют замены новыми средствами труда того же рода

Таблица 14

Понятие амортизации основных фондов предприятия и способы ее исчисления

<p><i>Амортизация</i> – денежное возмещение износа основных средств путем включения части их стоимости в затраты на выпуск продукции; – денежное выражение физического или морального износа</p>			
<p><i>Линейный способ</i> – исходя из первоначальной стоимости объекта основных средств и нормы амортизации, рассчитываемой по продолжительности срока его полезного использования</p>	<p><i>Нелинейные способы</i></p>		
	<p><i>Способ уменьшаемого остатка</i> – исходя из остаточной стоимости объекта на начало отчетного года и нормы амортизации, исчисленной по общему сроку его полезного использования</p>	<p><i>Способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования</i></p>	<p><i>Способ списания стоимости пропорционально объему услуг (продукции, работ)</i></p>

Потребность предприятия в оборудовании

Расчетные формулы	
Потребность для расширенного воспроизводства и обновления парка оборудования	Упрощенный вариант
$P_{пл} = [(Q_{баз} (1 + p) / (P_{об} * K_{пр} * K_{ос}) - P_{сред})] + P_t * Д + З,$ <p>где $Q_{баз}$ – объем работы турфирмы в году, предшествующем плановому</p> <p>p – среднегодовой прирост объема работ турфирмы в течение планируемого года</p> <p>$P_{об}$ – годовая производительность единицы оборудования на начало планового года</p> <p>$K_{пр}$ – планируемый коэффициент увеличения производительности оборудования</p> <p>$K_{ос}$ – коэффициент освоения вводимых в действие мощностей</p> <p>$P_{сред}$ – среднегодовой парк оборудования на начало планируемого года</p> <p>P_t – парк оборудования в планируемом году</p> <p>$Д$ – доля выбытия оборудования вследствие износа в планируемом году</p> <p>$З$ – запасы оборудования</p>	$P_{об} = (H_v * O_p) / (Ч_d * C * Д * K_{ис} K_v),$ <p>где $P_{об}$ – потребность в оборудовании для выполнения заданного объема работ</p> <p>H_v – норма времени на выполнение единицы работ</p> <p>O_p – объем работ в плановом периоде</p> <p>$Ч_d$ – число дней в плановом периоде</p> <p>C – число смен работы</p> <p>$Д$ – длительность рабочей смены</p> <p>$K_{ис}$ – коэффициент использования оборудования, учитывающий ремонт и настройку</p> <p>K_v – коэффициент выполнения норм</p>

Показатели состояния и движения основных фондов

Название	Расчетная формула
<i>Показатели состояния основных производственных фондов</i>	
1. Коэффициент износа туристского предприятия	$\frac{\text{Стоимость износа основных фондов}}{\text{Первоначальная стоимость основных фондов}}$
2. Коэффициент годности	$\frac{\text{Остаточная стоимость основных фондов}}{\text{Первоначальная стоимость основных фондов}}$
<i>Показатели движения основных производственных фондов</i>	
1. Коэффициент обновления основных фондов туристского предприятия	$\frac{\text{Стоимость поступивших основных фондов}}{\text{Стоимость основных фондов на конец периода}}$
2. Срок полного обновления основных фондов туристского предприятия	$\frac{\text{Стоимость основных фондов на начало периода}}{\text{Стоимость поступивших основных фондов}}$
3. Коэффициент выбытия туристского предприятия	$\frac{\text{Стоимость выбывших основных средств}}{\text{Стоимость основных фондов на начало периода}}$
4. Коэффициент прироста туристского предприятия	$\frac{\text{Основные фонды на конец} - \text{основные фонды на начало}}{\text{Основные фонды на начало периода}}$

Таблица 17

**Показатели эффективности использования
основных фондов**

Название	Расчетная формула
<i>Обобщающие</i>	
1. Фондовооруженность труда рабочих туристского предприятия	$\frac{\text{Среднегодовая стоимость основных производственных фондов}}{\text{Среднесписочная численность рабочих в смену}}$
2. Фондорентабельность производства услуг туристского предприятия	$\frac{\text{Прибыль от реализации услуг}}{\text{Среднегодовая стоимость основных производственных фондов}} * 100\%$
3. Фондоотдача основных фондов туристского предприятия	$\frac{\text{Стоимость реализованных услуг}}{\text{Среднегодовая стоимость основных производственных фондов}}$
4. Фондоемкость производства услуг туристского предприятия	$\frac{\text{Среднегодовая стоимость основных производственных фондов}}{\text{Стоимость реализованных услуг}}$
<i>Частные</i>	
<p>Повышение эффективности использования работающего оборудования обеспечивается двумя путями: экстенсивным (по времени) и интенсивным (по производительности). В связи с этим рассчитываются коэффициенты:</p>	
• Коэффициент экстенсивности использования оборудования ($K_{\text{экт}}$)	$\frac{\text{Отработано часов фактически}}{\text{Часов по плану или нормативу}}$
• Коэффициент интенсивности использования оборудования ($K_{\text{инт}}$)	$\frac{\text{Стоимость реализованных услуг фактическая}}{\text{Стоимость реализации услуг по плану}}$
• Обобщающий (интегральный) коэффициент использования оборудования ($K_{\text{интегр.}}$)	$K_{\text{интегр.}} = K_{\text{экт}} * K_{\text{инт}}$
* Если коэффициенты экстенсивного, интенсивного и интегрального использования меньше 1, то основные фонды используются не на полную мощность	

Вопросы для закрепления

1. Сформулируйте понятие основного капитала и основных фондов туристского предприятия.
2. Сформулируйте понятие стоимостной оценки основных фондов туристского предприятия и охарактеризуйте ее виды.
3. Сформулируйте понятие структуры основных фондов туристского предприятия и охарактеризуйте их виды.
4. Сформулируйте понятие износа основных фондов туристского предприятия и охарактеризуйте его виды.
5. Сформулируйте понятие амортизации основных фондов туристского предприятия и охарактеризуйте ее виды.
6. Укажите цели оценки состояния и движения основных фондов туристского предприятия.
7. Перечислите и охарактеризуйте показатели состояния и движения основных фондов туристского предприятия.
8. Укажите цели оценки эффективности использования основных фондов туристского предприятия.
9. Перечислите и охарактеризуйте обобщающие показатели эффективности использования основных фондов туристского предприятия.
10. Перечислите и охарактеризуйте частные показатели эффективности использования основных фондов туристского предприятия.

ТЕСТЫ

1. Какой вид стоимостной оценки основных фондов определяется как разница между первоначальной стоимостью основных фондов и суммой начисленного их износа:

- а) первоначальная
- б) остаточная
- в) восстановительная
- г) ликвидационная

2. К непроизводственным основным фондам относятся:

- а) автотранспортное средство
- б) офисная мебель

- в) офисная техника
- г) оборудование комнаты отдыха

3. Амортизация основных фондов туристского предприятия – это:

- а) процесс приобретения основных фондов
- б) постепенный перенос стоимости основных фондов на себестоимость производимых услуг
- в) процесс потери основными фондами потребительских качеств
- г) ремонт и восстановление основных фондов

4. Фондоотдача основных фондов туристской фирмы определяется по формуле:

- а) стоимость основных фондов, вводимых в течение года / стоимость основных фондов на конец года
- б) прибыль от реализации услуг за год / среднегодовая стоимость основных фондов
- в) стоимость произведенных услуг за год / среднегодовая стоимость основных фондов
- г) стоимость основных фондов, выводимых в течение года / стоимость основных фондов на начало года

5. На основе следующих данных определите фондоемкость производства услуг: выручка от реализации составила 24 940 тыс. руб., среднегодовая стоимость основных фондов – 2933 тыс. руб.

- а) 0,11 руб.
- б) 8,5 руб.
- в) 2 933 тыс. руб.
- г) 9,3 руб.

6. К активным основным фондам относятся:

- а) здание фирмы
- б) зоны отдыха
- в) запасные части к оборудованию
- г) автотранспортное средство

7. Какой вид стоимостной оценки основных фондов определяется при переоценке основных фондов:

- а) первоначальная
- б) остаточная

- в) восстановительная
- г) ликвидационная

8. К пассивным основным фондам относятся:

- а) туристские маршруты
- б) автотранспортное средство
- в) расходные материалы
- г) офисная техника

9. Первоначальная стоимость основных фондов включает:

- а) стоимость приобретения
- б) стоимость приобретения + транспортные расходы по доставке + расходы по установке
- в) стоимость приобретения + транспортные расходы по доставке
- г) транспортные расходы по доставке + расходы по установке

10. На основе следующих данных определите фондовооруженность: стоимость основных фондов на начало года – 940 тыс. руб., стоимость основных фондов, поступивших в апреле, – 60 тыс. руб., выбыло в октябре основных фондов на сумму 20 тыс. руб., среднесписочная численность работников туристского предприятия – 15 чел.

- а) 65,3 тыс. руб.
- б) 69,3 тыс. руб.
- в) 64 тыс. руб.
- г) 63 тыс. руб.

11. Рентабельность основных фондов определяется по формуле:

- а) прибыль от реализации услуг / среднегодовая стоимость основных фондов
- б) среднегодовая стоимость основных фондов / прибыль от реализации услуг
- в) прибыль от реализации услуг / выручка от реализации
- г) выручка от реализации услуг / среднегодовая стоимость основных фондов

12. Эффективность использования основных фондов по производительности оценивается с помощью коэффициента:

- а) экстенсивного использования
- б) интенсивного использования
- в) интегрального использования
- г) фондоотдачи основных средств

Тема: «ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ»

Таблица 18

Сущность, состав и структура оборотного капитала туристской фирмы

<p>Оборотный капитал – это совокупность материальных и денежных ценностей, которые находятся в постоянном кругообороте предприятия, меняют свою материальную форму в течение одного цикла и в полном объеме переносят свою стоимость на оказываемые услуги</p>	
<p><i>Особенность кругооборота оборотного капитала фондов</i></p>	<p>Отсутствие производственной стадии и, следовательно, более высокая скорость процесса кругооборота</p>

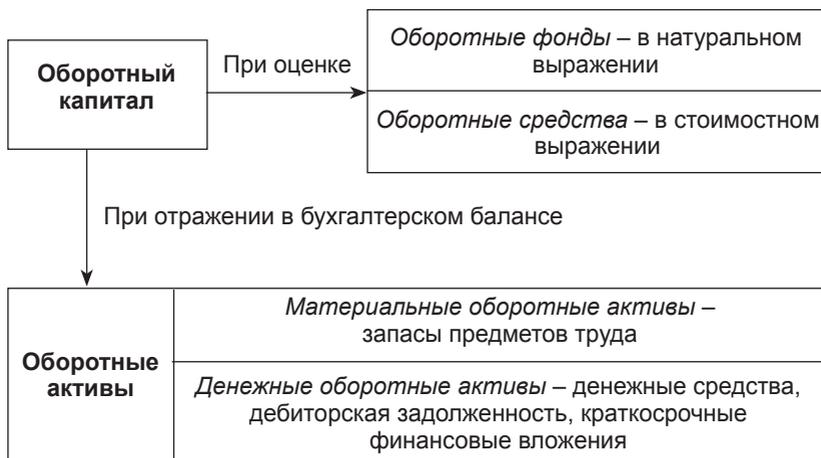
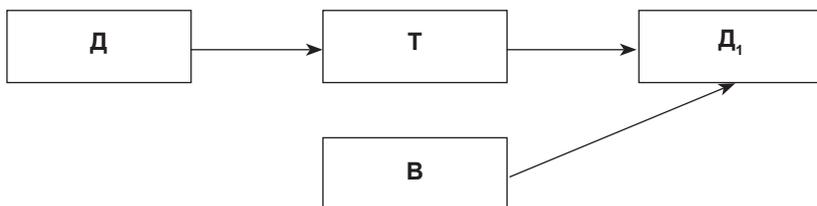


Рис. 92. Схема взаимосвязи категорий «оборотный капитал», «оборотные фонды» и «оборотные средства»



где Д – денежные средства, авансированные туристской фирмой на организацию тура, т. е. на создание туристского продукта

Т – материальные и нематериальные услуги туризма, товары туристско-сувенирного назначения

В – туристские впечатления

Д₁ – денежные средства, полученные от реализации услуг, товаров, туристских впечатлений и включающие добавленную стоимость

Рис. 93. Схема кругооборота оборотного капитала в туризме

Таблица 19

Классификация оборотных средств турфирмы

Признак	Разновидность
По видам оборотных средств	<ul style="list-style-type: none"> • денежные средства • дебиторская задолженность • товарно-материальные ценности
В зависимости от обслуживания двух сфер кругооборота средств	Оборотные производственные фонды: производственные запасы; полуфабрикаты; незавершенное производство; расходы будущих периодов; малоценный и быстроизнашивающийся инвентарь; инструменты
	Фонды обращения: товарные запасы; денежные средства предприятия (в кассе, на расчетном и других счетах в банке, в аккредитивах и др.); краткосрочные финансовые вложения
С учетом особенностей планирования и управления	Нормируемые оборотные средства: товарные запасы; денежные средства в кассе и пути; производственные запасы; полуфабрикаты; расходы будущих периодов
	Ненормируемые оборотные средства: денежные средства на расчетном и других счетах; средства в расчетах с дебиторами; товары отгруженные и на ответственном хранении

Признак	Разновидность
По источникам образования	Собственные – для создания производственных запасов, расходов будущих периодов; постоянно закреплены за предприятием в собственном капитале; предприятия имеют право самостоятельно их размещать, планировать, использовать; формируются за счет собственных источников финансирования (доходы от основной деятельности)
	Заемные оборотные средства образуются за счет кредитов, получаемых предприятием. Они выделяются на определенный срок, после чего возвращаются банку; имеют строго целевое направление, т. е. используются для оплаты тех товаров и затрат, на которые была выдана ссуда. Кредит может быть получен для расчетов с поставщиками, а также для других временных нужд.
По степени ликвидности	Наиболее ликвидные – денежные средства на счетах в банковских учреждениях и кассе предприятия, краткосрочные финансовые вложения
	Быстроликвидные – дебиторская задолженность
	Низколиквидные (медленно реализуемые) – товарно-материальные ценности, в том числе производственные и товарные запасы

Таблица 20

Факторы, определяющие величину оборотных фондов

Внешние факторы	Внутренние факторы
<ul style="list-style-type: none"> • общеэкономическая ситуация в стране • рыночная конъюнктура • инфляция • система государственного регулирования деятельности организаций • налоговое законодательство. Чем больше налоговая нагрузка, тем меньше прибыли остается в распоряжении предприятия, а значит, меньше сумма 	<ul style="list-style-type: none"> • объем оказываемых услуг; чем большего объема услуг стремится достичь предприятие, тем большая сумма оборотных средств ему необходима • договорные условия и обеспечение их выполнения • организация коммерческой работы; комплексное изучение рынка; это ведет к ускорению оборачиваемости оборотных средств и относительному их высвобождению

Внешние факторы	Внутренние факторы
<p>отчислений на пополнение собственных оборотных средств</p> <ul style="list-style-type: none"> • условия получения кредитов и процентные ставки по ним 	<ul style="list-style-type: none"> • организация расчетов за товары с партнерами и покупателями; формы расчетов (акцепт, аккредитив, чек), территориальная отдаленность партнеров определяют величину оборотных средств, обслуживающих расчеты • финансовое состояние турфирмы • соблюдение финансово-расчетной дисциплины • платежеспособность дебиторов • форма собственности • объем и состав выручки от реализации и производственная программа • условия и частота завоза сырья и товаров и др.

Таблица 21

Понятие нормирования материальных оборотных средств туристского предприятия

Нормирование	Определение общей потребности хозяйствующего субъекта в собственных оборотных средствах
Особенности в туризме	Отсутствуют запасы незавершенной и готовой продукции, и, следовательно, осуществляется только нормирование материально-производственных запасов (если имеется потребность в их формировании)
Этапы	<ol style="list-style-type: none"> 1) определение потребности предприятия в материальных оборотных средствах 2) определение нормы запаса 3) определение норматива собственных оборотных средств

Таблица 22

**Расчет потребности туристского предприятия
в материальных оборотных средствах**

В общем виде	Упрощенный вариант
$\Pi_n = O_i * H_i + Z_{ni} - Z_{oi},$	$\Pi_n = \Phi_p * K_{py} * K_{cn},$
<p>где Π_n – потребность в предметах труда O_i – объем оказания услуг на плановый период H_i – норма расхода предметов труда на единицу услуг Z_{ni} – нормативный переходящий производственный запас, необходимый для обеспечения производства услуг Z_{oi} – ожидаемый запас данного вида продукции на начало планового периода</p>	<p>где Π_n – потребность в предметах труда Φ_p – фактический расход предметов труда за предплановый период K_{py} – коэффициент роста (уменьшения) оказания услуг в плановом периоде по сравнению с предыдущим K_{cn} – коэффициент снижения норм расхода на единицу услуг</p>

Таблица 23

**Понятие нормы запаса материальных оборотных средств
туристского предприятия**

Норма оборотных средств	относительная величина, соответствующая минимальному экономически обоснованному объему запасов товарно-материальных ценностей (в днях, натуральных измерителях)
Норма зависит от:	<ul style="list-style-type: none"> – норм расходов материалов в производстве – норм износостойкости запчастей и инструментов – длительности производственного цикла – условий снабжения и сбыта – времени придания некоторым материалам свойств, необходимых для производственного потребления, и т. д.
Необходимость изменения норм запаса обусловлена:	<ul style="list-style-type: none"> – изменением технологии и организации производства – изменением номенклатуры продуктов (услуг) – изменением состава плановых документов – изменением цен, тарифов и других показателей

**Расчет нормы запаса
материальных оборотных средств
туристского предприятия**

$Hз_i$	<p>– необходимый для нормального функционирования предприятия размер запасов i-го вида материальных ресурсов.</p> <p>Запасы материалов не являются однородной величиной. Они состоят из элементов:</p> $Hз_i = Z_{теки} + Z_{стри} + Z_{три} + Z_{технi} + Z_{ври}$
	<p>$Z_{теки}$ – <i>текущий запас</i> = $\frac{1}{2}$ от длительности цикла снабжения (интервала поставки)</p>
	<p>$Z_{стри}$ – <i>страховой запас</i> = $\frac{1}{2}$ текущего запаса = $\frac{1}{4}$ длительности цикла снабжения</p>
	<p>$Z_{три}$ – <i>транспортный запас</i> – включается в норму запаса в случае превышения сроков грузооборота над сроками документооборота (разница между интервалом поставки и временем документооборота)</p>
	<p>$Z_{технi}$ – <i>технологический запас</i> – на период подготовки материала к производству, включая анализ и лабораторные испытания (если он не является частью процесса производства)</p>
	<p>$Z_{ври}$ – время, необходимое на <i>документооборот, выгрузку, доставку, приемку и складирование</i> материалов по каждой операции на средний размер поставки – на основании технологических расчетов или хронометража</p>

Таблица 25

**Понятие норматива собственных оборотных средств
туристского предприятия**

Норматив оборотных средств:	минимально необходимая сумма денежных средств, обеспечивающих предпринимательскую деятельность предприятия
Норматив собственных оборотных средств зависит от:	потребности в средствах как для основной деятельности, так и для капитального ремонта, осуществляемого собственными силами, для подсобных, вспомогательных и других служб, не состоящих на самостоятельном балансе
Расчет:	$N_i = N_{з_i} \cdot \Pi_{ni} / D,$ <p>где Π_{ni} – потребность в средствах по смете затрат на период (D) (табл. 22) D – длительность отчетного периода, дней (360, 270, 180, 90 – в зависимости от продолжительности периода, на который производится расчет норматива)</p>

Таблица 26

**Способы списания материально-производственных
запасов в производство услуг**

Способ списания	Влияние на финансовый результат деятельности фирмы
1. Метод оценки себестоимости каждой единицы	учет движения товарно-материальных ценностей по их фактической себестоимости (используется теми предприятиями, которые выполняют либо специальные заказы, либо совершают операции со сравнительно небольшими партиями дорогостоящих товаров)
2. Оценка запасов по средней себестоимости	использование соответствующих формул средних величин для определения средней себестоимости запасов для их списания; этот метод прост, его результаты достаточно объективны, но он обладает высокой неточностью

Способ списания	Влияние на финансовый результат деятельности фирмы
3. Оценка запасов по методу ФИФО	по цене первой поступившей на склад партии; это вызывает рост прибыли в отчете о прибылях и убытках по сравнению с той, которая была бы указана, если товарно-материальные ценности были учтены в составе затрат по их текущей цене (рекомендуется тем предприятиям, которые планируют расширение и обновление производства)

Таблица 27

Понятие дебиторской задолженности

Дебиторская задолженность – задолженность партнеров, работников, государства, организаций финансово-кредитной системы перед предприятием	
нормальная дебиторская задолженность – возникает вследствие производственной необходимости (например, время на пересылку документов, командировочные расходы без предоставления отчетности)	просроченная дебиторская задолженность – создает финансовые затруднения из-за недостатка средств для выплаты зарплаты, приобретения сырья и материалов; приводит к замедлению оборачиваемости капитала; обуславливает рост риска непогашения долгов и сокращения прибыли

Таблица 28

Эффективность использования оборотных средств туристской фирмы

Показатель	Расчет	Область применения
1. Удельный вес материальных оборотных средств в их общей величине, %	$УД_{oc} = (З / ОА) * 100 \%$	Оценка роли материальных оборотных средств в формировании оборотных активов

Продолжение таблицы 28

Показатель	Расчет	Область применения
2. Длительность операционного цикла, дни	$D_{\text{оц}} = O_3 + C_{\text{дз}}$	Оценка периода с момента вклада денежных средств в товарные запасы до получения выручки от их реализации
3. Цикл оборота денежных средств, дни	$D_{\text{оц}} = O_3 + C_{\text{дз}} - \text{ПП}_{\text{кз}}$, где $\text{ПП}_{\text{кз}} = (\text{КЗ} * \text{Д}) / \text{ВР}$	Оценка продолжительности оборота денежных средств
4. Коэффициент оборачиваемости, оборотов	$K_o = \text{ВР} / \text{ОА}_{\text{ср}}$	Оценка скорости оборота оборотных средств
5. Длительность одного оборота, дни	$O_{\text{дн}} = \text{ОА}_{\text{ср}} * \text{Д} / \text{ВР}$	Оценка в днях одного оборота оборотных средств
6. Коэффициент загрузки (закрепления) руб./руб.	$K_3 = \text{ОА}_{\text{ср}} / \text{ВР}$ $K_3 = 1 / K_o$	Оценка величины оборотных средств на рубль реализованных услуг
7. Оборачиваемость запасов (число оборотов)	$K_3 = \text{ВР} / Z_{\text{ср}}$	Оценка скорости оборота запасов
8. Оборачиваемость запасов (дни)	$O_{\text{дн}} = Z_{\text{ср}} * \text{Д} / \text{ВР} =$ $= \text{Д} / K_3$	Оценка в днях одного оборота запасов
9. Оборачиваемость дебиторской задолженности (число оборотов)	$K_3 = \text{ВР} / \text{ДЗ}_{\text{ср}}$	Оценка скорости оборота дебиторской задолженности
10. Срок погашения дебиторской задолженности (дни)	$C_{\text{дз}} = \text{ДЗ}_{\text{ср}} * \text{Д} / \text{ВР} =$ $= \text{Д} / K_{\text{дз}}$	Период времени погашения дебиторской задолженности
11. Оборачиваемость денежных средств (число оборотов)	$K_{\text{дс}} = \text{ПО} / \text{ДС}$	Оценка скорости оборота денежных средств

Показатель	Расчет	Область применения
12. Величина высвободившихся оборотных средств, тыс. руб.	$OB = (O_{дн}^{отч} - O_{дн}^{баз}) * (BP / Д)$	Относительное высвобождение оборотных средств в результате ускорения оборачиваемости
13. Рентабельность оборотных средств, руб./руб.	$КЭ = П / OA$	Величина прибыли на рубль оборотных средств
14. Коэффициент участия материальных запасов в покрытии краткосрочных обязательств	$K_y = З / КО$	Оценка уровня «связанности» оборотных средств в их наименее ликвидной части
15. Коэффициент соотношения кредиторской и дебиторской задолженностей	$K_c = КЗ / ДЗ$	Оценка соотношения кредиторской и дебиторской задолженностей
<p>Обозначения</p> <p> OA_{cp} – среднегодовая стоимость оборотных средств OA – стоимость оборотных средств на начало (конец) периода BP – объем реализованных услуг (выручка от реализации услуг) $Д$ – количество дней в периоде $З$ – запасы материальных оборотных средств $ДЗ_{cp}$ – среднегодовая стоимость дебиторской задолженности $ДЗ$ – дебиторская задолженность $ПО$ – плановый оборот $ДС$ – денежные средства $КО$ – краткосрочные обязательства $КФВ$ – краткосрочные финансовые вложения $СОС$ – собственные оборотные средства $СС$ – собственные средства $Кз$ – кредиторская задолженность $РБП$ – расходы будущих периодов </p>		

Вопросы для закрепления

1. Сформулируйте определение оборотного капитала туристского предприятия.
2. Охарактеризуйте отличие кругооборота оборотных средств в туризме и в промышленности.
3. Сформулируйте цели нормирования материально-производственных запасов оборотных средств.
4. Сформулируйте понятие интервала поставки материально-производственных оборотных средств предприятия.
5. Поясните, почему существуют различные методы списания материально-производственных запасов в производство.
6. Сформулируйте понятие дебиторской задолженности туристского предприятия.
7. В чем заключается необходимость управления дебиторской задолженностью туристского предприятия?
8. Сформулируйте цели исследования эффективности управления оборотными средствами туристского предприятия.
9. Сформулируйте понятие ликвидности оборотных средств туристского предприятия.

ТЕСТЫ

1. Оборотные средства представляют собой:

- а) предметы труда
- б) средства труда
- в) товары, которые служат меньше года
- г) предметы потребления

2. Фонды обращения включают:

- а) расходные материалы
- б) топливо
- в) денежные средства
- г) средства труда

3. К нормируемым оборотным средствам относится:

- а) кредиторская задолженность
- б) денежные средства на расчетном счете

- в) расходные материалы
- г) дебиторская задолженность

4. Норматив оборотных средств показывает:

- а) стоимость оборотных средств
- б) сумму денежных средств для обеспечения формирования минимально необходимого запаса оборотных средств
- в) страховой запас материальных ресурсов
- г) однодневный расход денежных средств

5. Оценка роли материальных оборотных средств в формировании оборотных активов производится путем расчета:

- а) удельного веса материальных оборотных средств в их общей величине
- б) количества оборотов за период
- в) продолжительности одного оборота оборотных средств
- г) коэффициента загрузки средств в обороте

6. Оценка периода с момента вклада денежных средств в материальные запасы до получения выручки от их реализации – это:

- а) длительность операционного цикла
- б) продолжительность одного оборота оборотных средств
- в) скорость оборота оборотных средств
- г) длительность отчетного периода

7. Различные способы списания материально-производственных запасов в производство услуг существуют в связи с наличием:

- а) инфляции (повышение цен на материально-технические ресурсы)
- б) нормирования оборотных средств
- в) необходимости оценки эффективности управления запасами
- г) широкого ассортимента материальных оборотных средств

8. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств турфирмы определяется:

- а) в рублях
- б) в процентах
- в) в оборотах
- г) количеством дней

9. Продолжительность одного оборота оборотных средств определяется:

- а) объемом реализованных услуг / средним остатком оборотных средств
- б) средним остатком оборотных средств / объемом реализованных услуг
- в) продолжительностью отчетного периода / количеством оборотов за период
- г) объемом реализованных услуг / средним остатком оборотных средств

10. Какой показатель рассчитывается как отношение объема реализации услуг к среднегодовой стоимости оборотных средств туристского предприятия:

- а) число оборотов
- б) продолжительность одного оборота оборотных средств
- в) коэффициент загрузки средств в обороте
- г) рентабельность оборотных средств

11. Коэффициент загрузки средств в обороте показывает:

- а) количество оборотов за период
- б) затраты оборотных средств на 1 руб. выручки реализованных услуг
- в) продолжительность одного оборота оборотных средств
- г) длительность операционного цикла

12. На основе следующих данных определите коэффициент загрузки оборотных средств в обороте, если среднегодовая стоимость оборотных фондов составила 940 тыс. руб., выручка от реализации туруслуг – 12 000 тыс. руб.:

- а) 134,3 тыс. руб.
- б) 1714,3 тыс. руб.
- в) 12,8 тыс. руб.
- г) 10 тыс. руб.

Тема: «ПЕРСОНАЛ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ»

Таблица 29

Численность работников

Вид	Характеристика
Общая	общее количество физических лиц, включенных в трудовые отношения с работодателем (по трудовым, гражданско-правовым договорам и совместители)
Списочная	включает наемных работников, работающих по трудовому контракту и выполняющих постоянную, временную и сезонную работу на один день и более; отражает фактических и отсутствующих работников, работающих по договорам гражданско-правового характера
Средне-списочная	средние за год показатели для проведения экономических расчетов (по средней хронологической или суммированием списочного состава работников за каждый календарный день этого периода, включая нерабочие дни, и делением полученной суммы на число календарных дней в данном периоде (в целых единицах))
Явочная	необходимое количество работников с учетом числа рабочих мест и нормы времени их работы: $Я = (P \cdot T) / H$, где $Я$ – явочная численность P – число рабочих мест T – время работы предприятия за данный период (в часах или днях) H – норма выработки одного работника за период (дни, часы)

Таблица 30

Признаки структурирования персонала предприятия

<p>Структура кадров предприятия характеризуется соотношением различных категорий работников в их общей численности</p>	<ul style="list-style-type: none"> • по категориям • по подразделению • по полу • по возрасту • по уровню образования • по уровню квалификации • по степени выполнения норм и т. д.
<p>$УД_i = (P_i / P_{общ}) \times 100 \%$, где P_i – численность персонала i-той группы $P_{общ}$ – общая среднесписочная численность персонала предприятия</p>	

Таблица 31

Категории персонала предприятия

Категория	Характеристика
1. Рабочие	<p>– непосредственно заняты созданием материальных ценностей или оказанием производственных и транспортных услуг; расстановка рабочих и распределение среди них обязанностей основаны на сложившейся системе разделения труда:</p> <ul style="list-style-type: none"> – <i>технологическая система</i> (по видам, профессиям, специальностям) – <i>кооперационная система</i> (по отдельным видам операций технологического процесса) – <i>функциональная система</i> (основные, обслуживающие, вспомогательные) – <i>квалификационная система</i> (высококвалифицированные, квалифицированные, неквалифицированные)
2. Служащие	<p>а) <i>Руководители</i> – лица, осуществляющие общее управление фирмой, выработку целей и стратегии (руководитель организации, главный специалист, начальник (отдела, участка (смены), цеха), мастер участка (включая старшего), заведующие (камерой хранения, архивом, бюро пропусков, копировально-множительным бюро, фотолабораторией, хозяйством, экспедицией, канцелярией, машинописным бюро, складом). В зависимости от объекта управления:</p> <ul style="list-style-type: none"> – руководители организаций – руководители служб и подразделений в организациях – заместители руководителей <p>б) <i>Специалисты</i> – работники, занятые инженерно-техническими, экономическими и иными работами, требующими специальных знаний по профессии; в зависимости от характера выполняемых функций или сферы деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – специалисты, занятые инженерно-техническими и экономическими работами – специалисты, занятые сельскохозяйственными, зоотехническими, рыбоводными и лесовосстановительными работами – специалисты, занятые медицинским обслуживанием, народным образованием, а также работники науки, искусства и культуры – специалисты, занятые на работах по международным связям – специалисты юридических служб <p>в) <i>Технические исполнители</i> – в зависимости от выполняемых ими работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> – технические исполнители, занятые учетом и контролем – технические исполнители, занятые подготовкой и оформлением документации – технические исполнители, занятые хозяйственным обслуживанием

Потребность предприятия в персонале

Метод расчета	Расчетные формулы
По производительности труда	$\frac{\text{Объем производства услуг}}{\text{Производительность труда одного работника}}$
По прибыли до налогообложения	$\frac{\text{Прибыль до уплаты налогов}}{\text{Прибыль на одного работника}}$
По добавочной стоимости	$\frac{\text{Размер добавочной стоимости}}{\text{Удельная добавочная стоимость на одного работника}}$
По трудоемкости процесса	$\frac{\text{Время выполнения планового объема работ}}{\text{Полезный фонд времени одного работника}}$
<p>Определение численности АУП по формуле Розенкранца</p>	$\frac{\sum t_i \cdot K_{\text{НРВ}}}{T},$ <p>где t_i – среднее количество определенных действий (расчетов, переговоров, согласований и т. п.) в рамках i-той управленческой работы за определенный период времени (квартал, год) t_i – время, необходимое для выполнения единицы действия t в рамках i-того вида управленческой работы $K_{\text{НРВ}}$ – коэффициент необходимого распределения времени T – общая продолжительность работы</p> $K_{\text{НРВ}} = K_{\text{ДР}} \cdot K_{\text{О}} \cdot q_{\text{я}},$ <p>где $K_{\text{ДР}}$ – коэффициент затрат на дополнительные работы (1–1,4) $K_{\text{О}}$ – коэффициент затрат времени на отдых (1,12) $q_{\text{я}}$ – коэффициент пересчета явочной численности в списочную</p>

Показатели движения персонала предприятия

Название	Характеристика
Коэффициент приема кадров $K_{пр}$	определяется отношением количества работников, принятых на работу за данный период ($P_{п}$), к среднесписочной численности работников за тот же период (P): $K_{пр} = P_{п} / P$
Коэффициент выбытия кадров $K_{вк}$	определяется отношением количества работников, уволенных по всем причинам ($P_{ув}$) за данный период, к среднесписочной численности работников (P) за тот же период: $K_{вк} = P_{ув} / P$
Коэффициент текучести кадров $K_{тек}$	определяется делением численности работников предприятия, уволенных по собственному желанию и по решению администрации ($P_{ув}^1$), к среднесписочной численности работников (P) за тот же период: $K_{тек} = P_{ув}^1 / P$ *Нормативное значение – [4; 5] (%).
Коэффициент стабильности кадров $K_{ст}$	рекомендуется использовать при оценке уровня организации управления производством как на предприятии в целом, так и в отдельных подразделениях: $K_{ст} = 1 - P_{ув}^1 / (P + P_{п}) \quad (\rightarrow 1)$



Рис. 94. Системы оплаты труда персонала

Таблица 34

**Показатели эффективности использования средств
на оплату труда персонала туристской фирмы**

Название	Расчетная формула
1. Зарплатоотдача – отдача средств на оплату труда	$\frac{\text{Выручка от реализации услуг}}{\text{Фонд заработной платы}}$
2. Зарплатоемкость	$\frac{\text{Фонд заработной платы}}{\text{Выручка от реализации услуг}}$
3. Рентабельность оплаты труда	$\frac{\text{Прибыль от реализации услуг}}{\text{Фонд заработной платы}}$

Таблица 35

**Показатели эффективности использования персонала
туристского предприятия**

Название	Расчетная формула
1. Выработка в стоимостном измерении (В)	$\frac{\text{Выручка от реализации услуг}}{\text{Среднесписочная численность работающих}}$
2. Производительность труда в натуральном выражении (Н)	$\frac{\text{Численность обслуженных клиентов}}{\text{Среднесписочная численность работников фирмы}}$
3. Трудоемкость продукции и услуг	$\frac{\text{Фонд затраченного рабочего времени (чел./ч)}}{\text{Количество произведенной продукции и услуг в натуральном выражении (ед., кг и т. д.)}}$
4. Комплексный показатель динамики эффективности труда	$K = \sqrt{B \times H}$

Вопросы для закрепления

1. Сформулируйте понятие персонала туристской фирмы.
2. С какой целью анализируется структура персонала?
3. Поясните, по какой причине существуют различные методы определения потребности в персонале предприятия.
4. С какой целью анализируются показатели движения персонала туристского предприятия?
5. Сформулируйте понятие мотивации труда.
6. Сформулируйте понятие тарифной системы оплаты труда персонала и охарактеризуйте ее элементы.
7. Сформулируйте понятие бестарифной системы оплаты труда персонала и охарактеризуйте ее элементы.
8. Сформулируйте понятие системы дополнительных выплат и охарактеризуйте ее элементы.
9. С какой целью анализируются показатели эффективности использования средств на оплату труда персонала?
10. С какой целью рассчитывается комплексный показатель динамики эффективности труда персонала туристского предприятия?

ТЕСТЫ

1. Кассир и делопроизводитель туристской фирмы относятся к категории:

- а) рабочих
- б) специалистов
- в) служащих
- г) руководителей

2. Если общая численность персонала фирмы составила 250 человек, а численность работников бухгалтерии – 24 человека, то удельный вес работников бухгалтерии равен:

- а) 96 %
- б) 25 %
- в) 9,6 %
- г) 11 %

3. Коэффициент выбытия кадров фирмы характеризует:

- а) долю работников, уволенных по всем причинам в среднесписочной численности работников
- б) организацию управления производством
- в) долю работников, уволенных по собственному желанию и решению администрации в среднесписочной численности работников
- г) долю принятых на работу работников в среднесписочной численности работников

4. Число работников, уволенных по собственному желанию и решению администрации, характеризует:

- а) оборот по принятию кадров
- б) оборот по выбытию кадров
- в) текучесть кадров
- г) коэффициент постоянства кадров

5. Нормативное значение коэффициента текучести:

- а) 15–10 %
- б) 10–15 %
- в) 5–10 %
- г) 4–5 %

6. Отношение объема реализованных услуг к среднесписочной численности работников турфирмы – это показатель:

- а) выработки одного работника
- б) трудоемкости производства
- в) фондовооруженности труда работников
- г) рентабельности труда

7. Трудоемкость производства определяется:

- а) объемом реализованных услуг / среднесписочной численностью работников фирмы
- б) количеством отработанного работниками времени / объемом реализованных услуг
- в) объемом реализованных услуг / количеством отработанного работниками времени
- г) среднегодовой стоимостью основных фондов / количеством отработанного работниками времени

8. Показатель производительности труда в натуральном выражении определяется как:

- а) соотношение выручки от реализации турпродукта к среднесписочной численности персонала
- б) соотношение числа обслуженных туристов к среднесписочной численности персонала
- в) соотношение выручки от реализации турпродукта к стоимости основных фондов
- г) соотношение выручки от реализации турпродукта к числу обслуженных туристов

9. Отношение прибыли от продаж турпродукта к среднесписочной численности персонала – это показатель:

- а) рентабельности основных фондов
- б) рентабельности персонала
- в) рентабельности заработной платы
- г) рентабельности основной деятельности

10. Если размер заработной платы зависит от тарифной расценки за выполненную работу, то это система оплаты труда:

- а) повременная
- б) сдельная
- в) бестарифная
- г) компенсационная

11. Соотношение выручки от реализации турпродукта к фонду оплаты труда персонала – это:

- а) затратноотдача
- б) зарплатоемкость
- в) зарплатоотдача
- г) рентабельность заработной платы

12. Отношение прибыли от продаж турпродукта к фонду оплаты труда персонала – это:

- а) рентабельность основных фондов
- б) рентабельность персонала
- в) рентабельность заработной платы
- г) рентабельность основной деятельности

Тема: «РИСК И СТРАХОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ»

Риск – опасность возникновения непредвиденных потерь ожидаемой прибыли, дохода, имущества, денежных средств, а также утрата здоровья или жизни работников или клиентов фирмы в связи со случайным изменением условий деятельности, неблагоприятными обстоятельствами.

Функции предпринимательских рисков:

- | | |
|------------------|------------------|
| 1) аналитическая | 3) инновационная |
| 2) регулятивная | 4) защитная |

Рис. 95. Понятие и функции предпринимательского риска в туризме



Рис. 96. Классификация хозяйственных рисков

**Способы оценки степени риска.
Степень риска – вероятность
наступления случая потерь, а также
размер ущерба от него**

1. *Вероятностный подход.* Вероятность – мера объективной возможности случайного события, колеблющаяся от 0 до 1,0. Если вероятность равна нулю, то событие невозможно, а если единице, то событие является достоверным. Расчет вероятности осуществляется путем соотношения числа событий с успешным (неуспешным) исходом, с общим числом аналогичных событий как с успешным, так и с неуспешным исходом

2. На основе оценки по математическому ожиданию, которое равно абсолютной величине этого события, умноженному на вероятность его наступления:

$$R = Y * P$$

Риск можно рассчитать по формуле:

$$R = (Y * P^y) / (P^r * P^{Pr}),$$

где P^r – величина ожидаемой прибыли
 P^{Pr} – вероятность наступления прибыли
 Y – величина ожидаемых убытков
 P^y – вероятность наступления убытков
при этом

$$P^y + P^{Pr} = 1$$

Если $R \leq 1$, то рассматриваемое решение может быть принято

3. Статистический метод – двумя критериями:

1) *Среднее ожидаемое значение* – является средневзвешенным для всех возможных результатов, где вероятность каждого результата используется в качестве частоты, веса соответствующего значения.

2) *Колеблемость* возможного результата, который представляет собой степень отклонения ожидаемого значения от средней величины. Для этого определяют:

- а) дисперсию
- б) среднее квадратичное отклонение
- в) коэффициент вариации

Рис. 97. Способы оценки степени риска

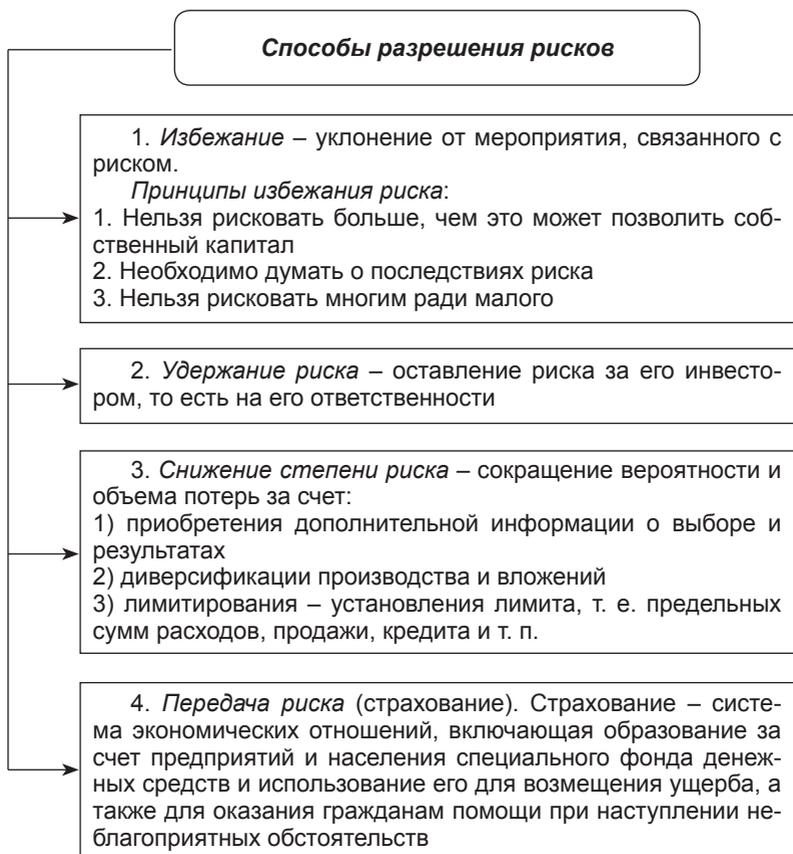


Рис. 98. Способы разрешения рисков

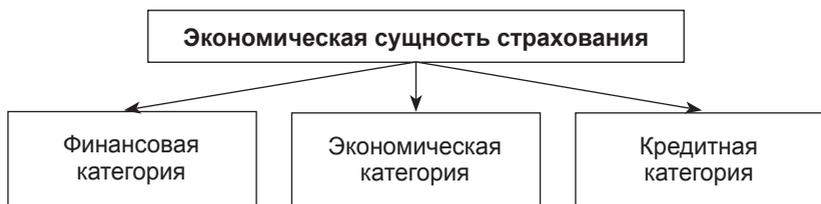


Рис. 99. Категории страхования

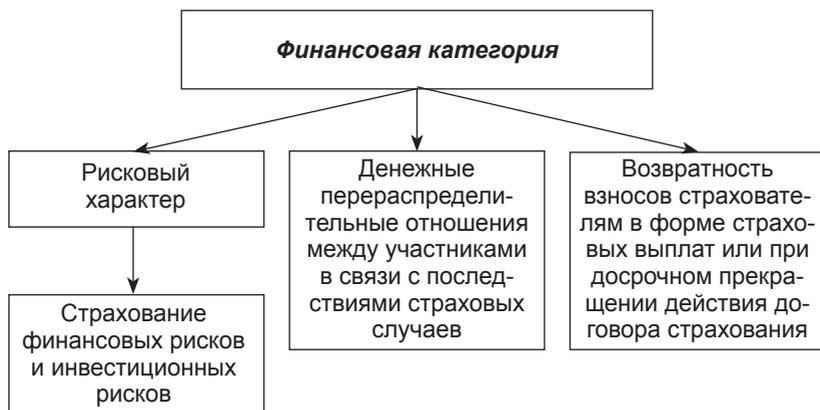


Рис. 100. Сущность финансовой категории страхования

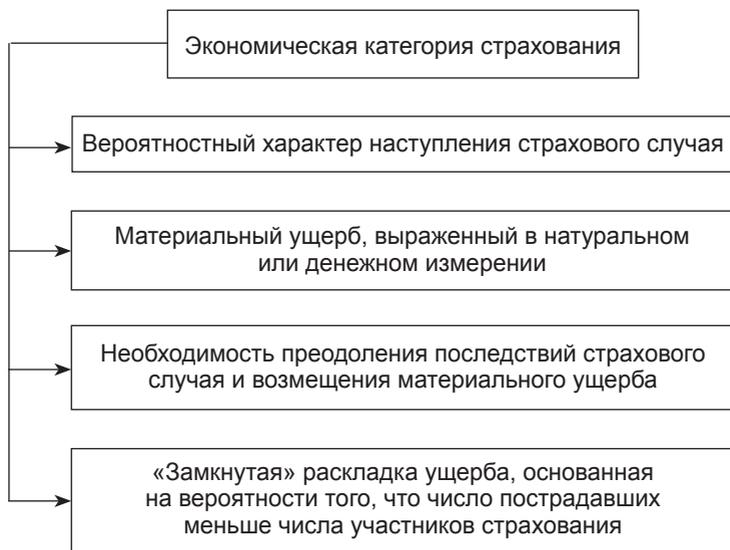


Рис. 101. Признаки экономической категории страхования в туризме

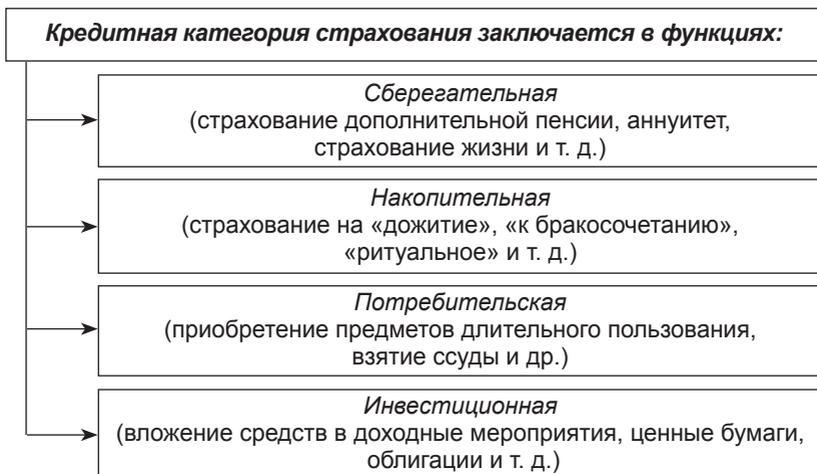


Рис. 102. Признаки кредитной категории страхования в туризме



Рис. 103. Схема личного страхования туристов, выезжающих за рубеж



Рис. 104. Условная схема страховой защиты страхования имущества турфирмы

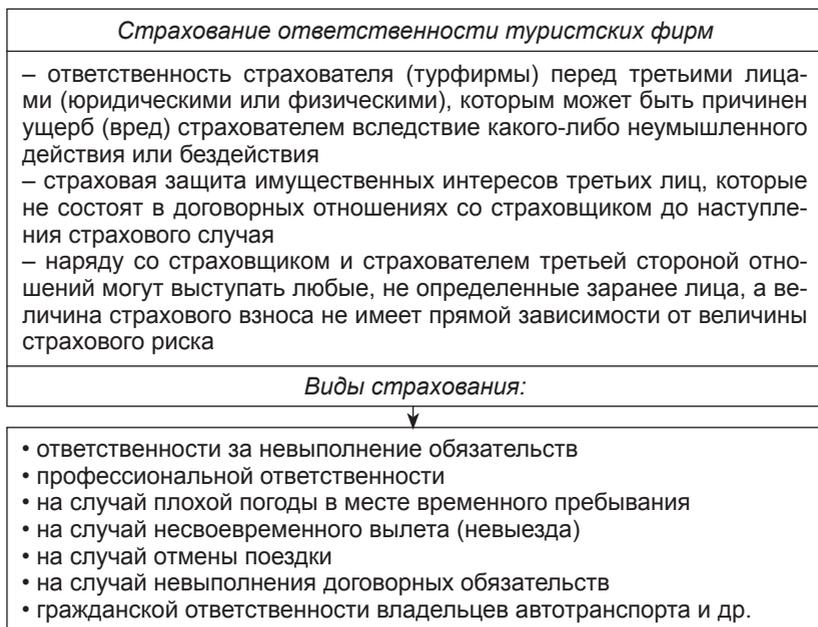


Рис. 105. Понятие и виды страхования ответственности туристских фирм

Вопросы для закрепления

1. Сформулируйте понятие предпринимательских рисков в туризме.
2. Охарактеризуйте функции предпринимательских рисков в туризме.
3. С какой целью проводится оценка степени предпринимательского риска?
4. Сформулируйте понятия дисперсии и среднеквадратичного отклонения.
5. Что подразумевается под избеганием риска?
6. Сформулируйте понятие страхования и опишите его цели.
7. Перечислите виды страхования в туризме.
8. Охарактеризуйте личное страхование в туризме.
9. Охарактеризуйте страхование имущества туристских предприятий.
10. Охарактеризуйте страхование ответственности туристских предприятий.

ТЕСТЫ

1. Экономическая категория, характеризующая состояние неопределенности в производственных отношениях, – это:

- а) теория вероятностей
- б) страхование
- в) риск
- г) факторы среды

2. Если для снижения степени риска предприятие прибегает к внедрению новых технологий, то это «...» функция риска:

- а) аналитическая
- б) регулятивная
- в) инновационная
- г) защитная

3. Оценка факторов риска – это «...» функция риска:

- а) аналитическая

- б) регулятивная
- в) инновационная
- г) защитная

4. Если часть партнеров турфирмы неплатежеспособна, то это риск:

- а) производственный
- б) технический
- в) коммерческий
- г) инновационный

5. Приобретение дополнительной информации о конкурентах – это способ разрешения риска:

- а) избежание
- б) удержание риска
- в) снижение степени риска
- г) страхование

6. Вероятностный характер наступления страхового случая характеризует страхование как категорию:

- а) экономическую
- б) финансовую
- в) кредитную
- г) учетную

7. Страхование инвестиционных рисков характеризует страхование как категорию:

- а) экономическую
- б) финансовую
- в) кредитную
- г) учетную

8. Туристка из России, во время отдыха в Турции повредившая конечность, самостоятельно оплачивала все расходы на лечение и получила их денежное возмещение страховщиком по возвращении на родину. Это система личного страхования туристов:

- а) сервисная
- б) содействия
- в) компенсационная
- г) все вышеперечисленное

9. При заключении договора страхования страховая компания выступает в качестве:

- а) страхователя
- б) страховщика
- в) партнера
- г) клиента

10. Туристская фирма страхует:

- а) жизнь и здоровье туристов
- б) имущество фирмы
- в) ответственность фирмы
- г) все перечисленное

11. Страхование на случай плохой погоды в месте временного пребывания – это страхование:

- а) жизни и здоровья туристов
- б) имущества фирмы
- в) ответственности фирмы
- г) все перечисленное

12. Страховой тариф:

- а) оплачивается туристской фирмой и не включается в стоимость турпутевки
- б) оплачивается туристской фирмой и включается в стоимость турпутевки
- в) оплачивается туристом и включается в стоимость турпутевки
- г) оплачивается туристом и не включается в стоимость путевки

Тема: «ЗАТРАТЫ И СЕБЕСТОИМОСТЬ В ТУРИЗМЕ»

Таблица 36

Классификация затрат в туризме

Затраты – все расходы туристского предприятия на осуществление производственно-хозяйственной деятельности туристской фирмы, выраженные в денежной форме.	
<i>Признак классификации</i>	<i>Виды затрат</i>
1. По источникам финансирования	<ul style="list-style-type: none"> • включаемые в себестоимость услуг • возмещаемые за счет прибыли
2. Издержки туристской фирмы	<ul style="list-style-type: none"> • явные (бухгалтерские) • неявные • упущенных возможностей • предельные • альтернативные
3. В зависимости от влияния величины туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> • постоянные (условно-постоянные) • переменные (условно-переменные)
4. По способу отнесения на себестоимость	<ul style="list-style-type: none"> • прямые • косвенные
5. По экономическим элементам (видам) затрат	<ul style="list-style-type: none"> • материальные затраты • расходы на оплату труда • отчисления на социальные нужды • амортизация основных фондов • налоги, отчисления и сборы • прочие затраты
6. По времени отражения затрат в учете	<ul style="list-style-type: none"> • единовременные • текущие
7. По отношению к процессу производства туристских услуг	<ul style="list-style-type: none"> • производственные • непроизводственные
8. По назначению и роли в процессе производства (по статьям калькуляции)	<ul style="list-style-type: none"> • (рис. 106)

Себестоимость туристского продукта:	
стоимостная оценка используемых в процессе производства природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат	
	1) затраты, непосредственно связанные с производством и реализацией туристского продукта, т. е. затраты на приобретение прав у специализированных предприятий, организаций и учреждений на следующие услуги туристам: <ul style="list-style-type: none"> по транспортному обслуживанию по размещению и проживанию по обеспечению питания по экскурсионному обслуживанию культурно-просветительского, культурно-развлекательного и спортивного характера по визовому обслуживанию; болезни и медицинскому страхованию в период туристской поездки по медицинскому обслуживанию, лечению и профилактике заболеваний по обслуживанию гидами-переводчиками и сопровождающими
	2) затраты на обеспечение турфирмы организации персоналом
	3) отчисления в различные фонды и бюджеты
	4) затраты на организованный набор работников, связанные с оплатой услуг организаций по подбору кадров
	5) затраты, связанные с освоением новых туров, включая стажировку по иностранному языку работников
	6) платежи сторонним организациям (лицам) за оказание услуг по осуществлению туров
	7) затраты на содержание, обслуживание и управление туристской организацией
	8) затраты на выплату комиссионных вознаграждений контрагентам
	9) затраты, возникающие по не востребованной туристами части услуг, права на которые приобретаются партиями, блоками для целей формирования туров
	10) прочие затраты и платежи

Рис. 106. Калькуляционные статьи в туризме

Факторы, влияющие на величину затрат турфирмы

Внешние факторы	Внутренние факторы
1. Экономическая ситуация в стране	1. Организационные: <ul style="list-style-type: none"> • развитие материально-технической базы • организация труда работников • рекламная политика и др.
2. Государственная налоговая политика	
3. Система ценообразования	
4. Наличие или отсутствие конкуренции	
5. Инфляция	
6. Валютный курс	
7. Стоимость услуг других отраслей	
<p>8. Особенности деятельности турпредприятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • строго локальный характер услуг, отсутствие незавершенного производства по основной деятельности • постоянная зависимость деятельности от потребления его услуг • неравномерность деятельности, обусловленная неравномерностью потребления услуг по месяцам, дням, неделям, что значительно усложняет организацию деятельности и отражается на себестоимости и других экономических показателях • отсутствие пропорциональной зависимости затрат от конечного результата деятельности, измеряемого количеством использованных мест (некоторые затраты находятся в пропорциональной зависимости от разных натуральных показателей) • непосредственная зависимость качества обслуживания клиентов от организации труда и деятельности, развития материально-технической базы, что отражается в росте стоимости основных фондов 	2. Экономические: <ul style="list-style-type: none"> • порядок начисления амортизации • формы и системы оплаты труда • система премирования работников • эффективность и производительность труда • величина туристского продукта и др.

Понятие, методы калькулирования и планирования себестоимости

<p>Себестоимость услуг турфирмы – стоимостная оценка использованных в процессе оказания услуг природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, нематериальных активов, трудовых ресурсов и других затрат</p>		<ul style="list-style-type: none"> • затраты на оплату труда • начисления на оплату труда • амортизация (износ) основных средств • текущий ремонт и техническое обслуживание основных фондов • капитальный ремонт • электроэнергия • водоснабжение и канализация • стирка белья • телефонизация и радиофикация • прочие расходы по содержанию зданий и территорий • сборы, налоги, отчисления 		
<p><i>Методы калькулирования</i></p>				
<p>Экономико-статистические</p>	<p>Экономико-математические</p>	<p>Технико-экономических расчетов</p>	<p>Расчетно-аналитический</p>	<p>Оптимизационного моделирования</p>



Рис. 107. Виды калькуляции себестоимости туров

Примерная калькуляция стоимости тура на группу ____ человек на ____ дня по маршруту: _____

Наименование калькуляционных статей	Показатели		
	в %	в стоимостном выражении, руб.	
		на группу	на 1 чел.
1. Страховка			
2. Визы			
3. Транспортные расходы			
4. Расходы на проживание			
5. Расходы на питание			
6. Расходы на экскурсионную программу			
Итого прямых затрат			
Косвенные расходы туроператора			
Полная себестоимость			

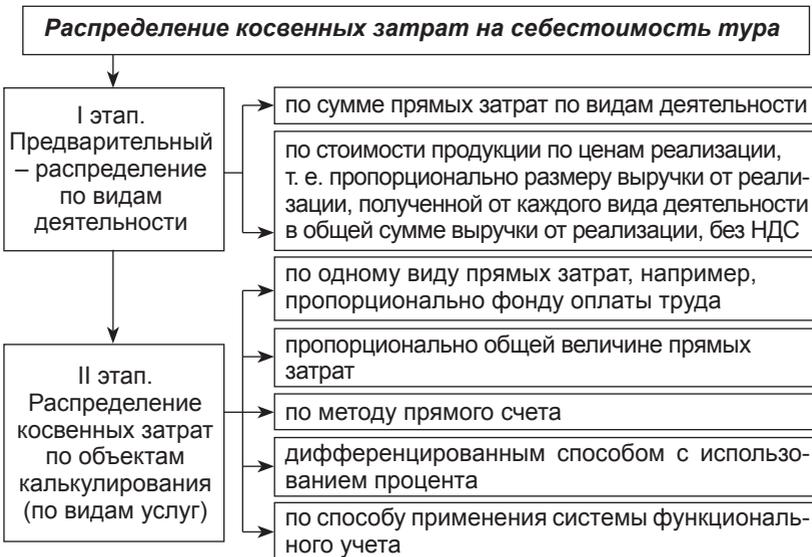


Рис. 108. Порядок и методы распределения косвенных затрат по объектам калькулирования

Таблица 40

Операционный рычаг как элемент системы управления затратами

Показатель	Характеристика
Операционный рычаг	любое изменение выручки от реализации всегда порождает более сильное изменение прибыли
Сила воздействия операционного рычага	чем больше сила воздействия операционного рычага, тем больше предпринимательский риск

Таблица 41

Формулы для расчета операционного рычага

Показатель	Обозначение
Выручка от реализации	TR
Переменные затраты	VC
Валовой доход (маржинальная прибыль)	$B = TR - VC$
Норма (%) валового дохода	$D = B / TR$
Постоянные затраты	FC
Точка безубыточности	$K = FC / D$
Запас финансовой прочности	$F = TR - K$
Прибыль	$Pr = B - FC$ $Pr = F * D$
Сила воздействия операционного рычага	$I = B / Pr$

Таблица 42

Показатели эффективности использования затрат туристской фирмы

Название	Расчетная формула
1. Затратоотдача	$\frac{\text{Выручка от реализации услуг}}{\text{Полная себестоимость производства и реализации}}$

Название	Расчетная формула
2. Зарплатоемкость	$\frac{\text{Полная себестоимость производства и реализации услуг}}{\text{Выручка от реализации услуг}}$
3. Рентабельность затрат	$\frac{\text{Прибыль от реализации услуг}}{\text{Полная себестоимость производства и реализации}}$

Вопросы для закрепления

1. Сформулируйте понятие затрат туристской фирмы.
2. Поясните, с какой целью используется классификация затрат по экономическим элементам, зависимости от величины туристского продукта, по времени отражения затрат в учете?
3. Перечислите основные калькуляционные статьи в туризме.
4. Охарактеризуйте влияние внешних факторов формирования затрат туристской фирмы.
5. Охарактеризуйте влияние внутренних факторов формирования затрат туристской фирмы.
6. Охарактеризуйте методы калькулирования себестоимости услуг туристской фирмы.
7. Охарактеризуйте виды калькуляции себестоимости услуг туристской фирмы.
8. Изложите порядок расчета (калькулирования) полной себестоимости тура на группу и на одного человека.
9. Почему существует деление затрат на прямые и косвенные и какие методы распределения косвенных затрат в туризме вы знаете?
10. Сформулируйте определение операционного рычага и опишите методику его расчета.

ТЕСТЫ

1. Стоимостная оценка используемых в процессе производства природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат – это:

- а) цена туристского продукта
- б) планирование затрат
- в) себестоимость туристского продукта
- г) смета затрат турфирмы

2. Система учета, в которой все затраты (как переменные, так и постоянные) распределяются на все виды туристского продукта, – это:

- а) цена продукта
- б) калькулирование себестоимости продукта
- в) себестоимость турпродукта
- г) планирование затрат

3. Расходы на организацию набора групп, амортизацию основных средств и нематериальных активов, арендные платежи, оплату услуг банков и предприятий связи, содержание офиса, заработную плату и т. д. – это:

- а) полная себестоимость туристского продукта
- б) прямые затраты в себестоимости туристского продукта
- в) косвенные затраты в себестоимости туристского продукта
- г) планирование затрат

4. Затраты, величина которых увеличивается с ростом объема продаж и снижается при их уменьшении, – это:

- а) накладные расходы
- б) полные затраты на производство турпродукта
- в) постоянные затраты на производство турпродукта
- г) переменные затраты на производство турпродукта

5. Затраты, которые остаются неизменными независимо от динамики объемов продаж, – это:

- а) накладные расходы
- б) полные затраты на производство турпродукта
- в) постоянные затраты на производство турпродукта
- г) переменные затраты на производство турпродукта

6. Назначение классификации затрат на производство услуг по экономическим элементам:

- а) расчет себестоимости единицы конкретного вида продукции
- б) основание для составления сметы затрат на производство
- в) исчисление затрат на материалы
- г) установление цены изделия

7. Деление расходов на постоянные и переменные производится с целью:

- а) определения себестоимости продукта
- б) составления сметы затрат
- в) определения безубыточного объема продаж
- г) определения цены

8. К переменным расходам относятся:

- а) материальные затраты
- б) амортизационные отчисления
- в) административные и управленческие расходы
- г) налог на имущество фирмы

9. Назначение классификации по калькуляционным статьям расходов:

- а) исчисление прямых и косвенных расходов
- б) планирование затрат
- в) составление сметы затрат на производство услуг
- г) расчет себестоимости конкретного вида услуг

10. Показатель, который демонстрирует уровень физического объема продаж на протяжении расчетного периода времени, при котором выручка от реализации продукции совпадает с издержками производства, – это показатель:

- а) запаса финансовой прочности
- б) безубыточного объема продаж
- в) доходности деятельности
- г) рентабельности производства услуг

11. Безубыточный объем продаж услуг определяется по формуле:

- а) постоянные затраты / норма валового дохода
- б) постоянные затраты / норма прибыли
- в) постоянные затраты / запас финансовой прочности
- г) постоянные затраты / полная себестоимость

12. Предпринимательский риск тем больше, чем:

- а) больше сила воздействия операционного рычага
- б) меньше сила воздействия операционного рычага
- в) больше объем производства услуг
- г) меньше объем производства услуг

13. Показатель эффективности управления затратами, характеризующий сумму выручки от реализации, приходящуюся на один рубль затрат, – это:

- а) полная себестоимость / выручка от реализации
- б) выручка от реализации / полная себестоимость
- в) прибыль от продаж / полная себестоимость
- г) полная себестоимость / прибыль от продаж

14. Показатель эффективности управления затратами, характеризующий сумму прибыли от продаж, приходящуюся на один рубль затрат, – это:

- а) полная себестоимость / выручка от реализации
- б) выручка от реализации / полная себестоимость
- в) прибыль от продаж / полная себестоимость
- г) полная себестоимость / прибыль от продаж

Тема: «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ»

Таблица 43

Понятие и функции цены

Цена	– денежное выражение стоимости одной услуги (единицы товара)
Функции	<ul style="list-style-type: none"> ➤ учетная ➤ распределительная ➤ функция сбалансирования спроса и предложения ➤ средства рационального размещения производства ➤ стимулирующая

Таблица 44

Классификация цен

Признак классификации	Виды цен
1. По характеру обслуживаемого оборота	<ul style="list-style-type: none"> • оптовые • закупочные • розничные
2. В зависимости от сферы регулирования	<ul style="list-style-type: none"> • свободные • договорно-контрактные • цены в условиях монополизации • регулируемые цены
3. По времени действия	<ul style="list-style-type: none"> • твердые или постоянные • текущие • сезонные
4. По использованию в статистике	<ul style="list-style-type: none"> • текущие • средние • сопоставимые • неизменные

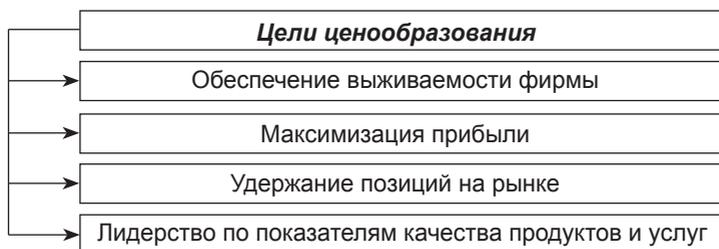


Рис. 109. Цели ценообразования на туристский продукт



Рис. 110. Ценовые стратегии в туризме

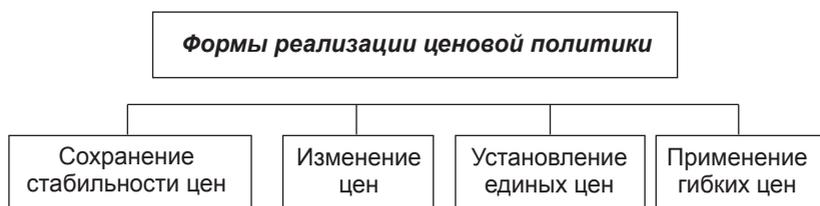


Рис. 111. Формы реализации ценовой политики

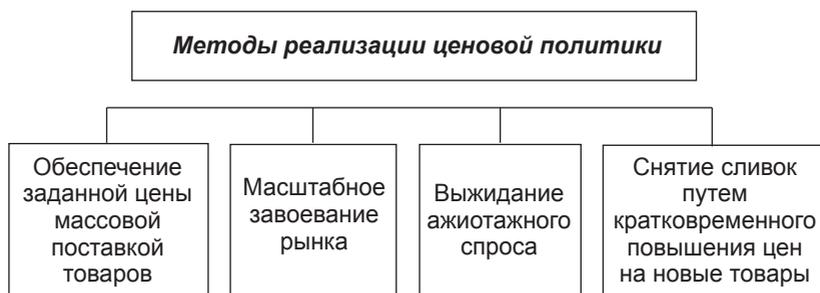


Рис. 112. Методы реализации ценовой политики

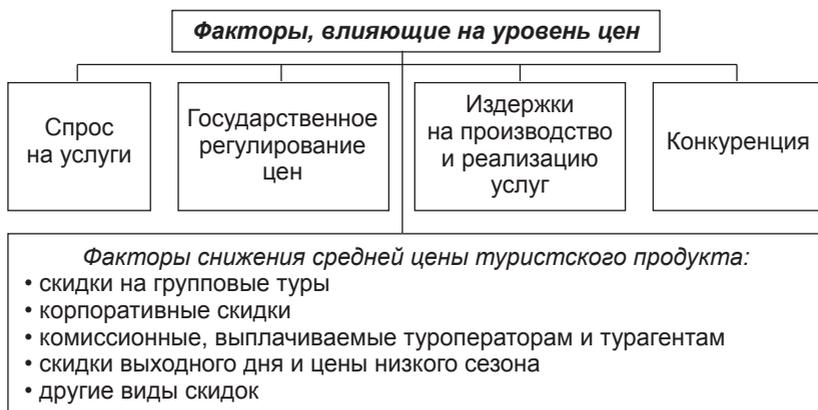


Рис. 113. Факторы, влияющие на уровень цен и средней цены турпродукта

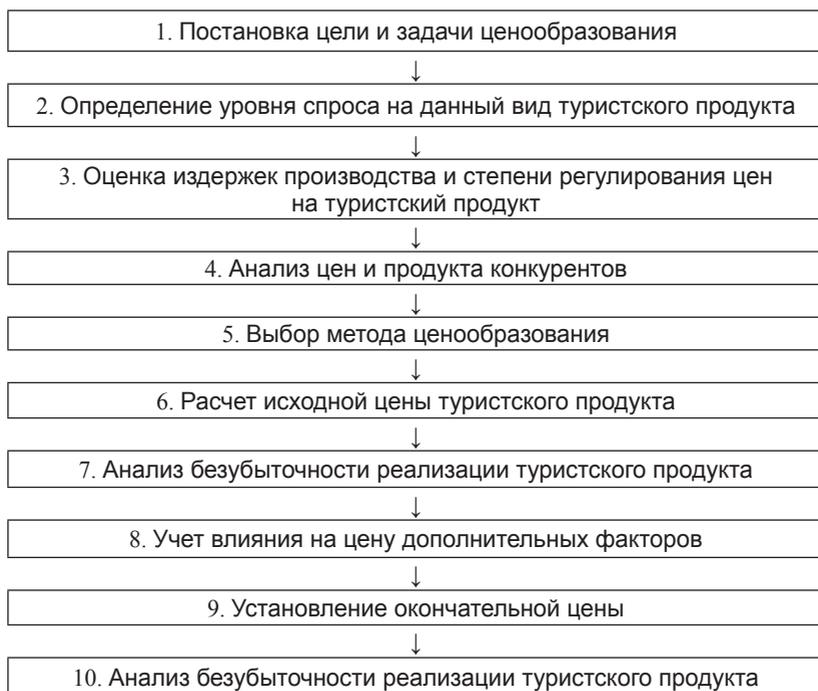


Рис. 114. Этапы ценообразования

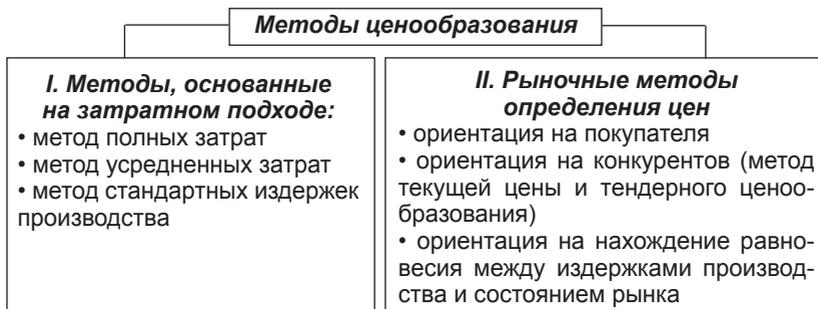


Рис. 115. Методы ценообразования

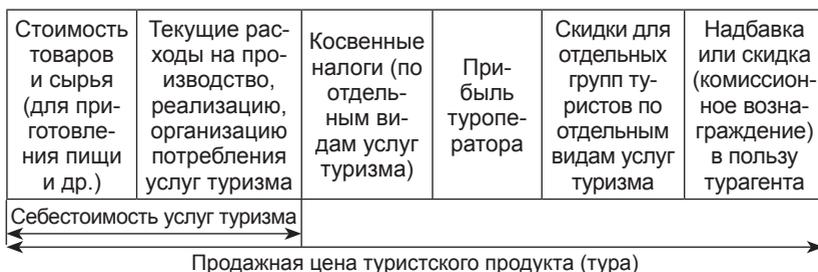


Рис. 116. Структура цены на услуги туризма

Таблица 45

Структура цены турпродукта (сформированной по затратному методу) и определяющие ее факторы

$Ц = Z_{\text{обсл}} + П + Н,$ <p>где Ц – цена туристского продукта, $Z_{\text{обсл}}$ – величина затрат на обслуживание клиента, П – величина прибыли, закладываемая в цену туристского продукта, Н – косвенные налоги и неналоговые платежи</p>	Факторы, влияющие на	
	<i>величину затрат:</i>	<i>величину прибыли:</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • количество оказываемых услуг • уровень комфортности и размещение • стоимость проезда к месту отдыха • страховой тариф • стоимость визы • стоимость экскурсионного обслуживания • продолжительность отдыха и др. факторы 	<ul style="list-style-type: none"> • спрос на услуги места размещения • сезонность размещения • конъюнктура рынка • уровень комфортности • количество предлагаемых услуг • общие экономические условия и стадии экономического цикла

Таблица 46

Расчет цены турпакета одного туриста

Цена турпакета одного туриста	Расчетная формула
	$\frac{З + П + Н - С \pm КВ}{Ч + К},$ <p>где З – себестоимость услуг, входящих в турпакет, составленный туроператором, руб. П – прибыль туроператора, руб. Н – косвенные налоги (НДС) по отдельным видам услуг туризма, руб. С – скидка, предоставленная туроператором туристу с цены отдельных видов услуг, входящих в турпакет, руб. КВ – комиссионное вознаграждение турагента, реализующего турпакет (знак «+» означает надбавку к цене турпакета; знак «-» – скидки с цены туроператора в пользу турагента), руб. Ч – количество туристов в группе, чел. К – количество лиц, сопровождающих группу туристов по определенному маршруту, чел.</p>

Таблица 47

Расчет цены туристского продукта, сформированной по методу «Прибыль как издержки»

Показатель	Расчет
Суть подхода: «Прибыль = Издержки туристского бизнеса»	
Объем продаж	$Q = FC / УД_{FC},$ <p>где FC – сумма постоянных затрат в планируемом периоде УД_{FC} – доля постоянных затрат в их общей сумме</p>
Число путевок, которые можно продать за год	n
Средняя цена продажи путевки	$T_{cp} = Q / n$

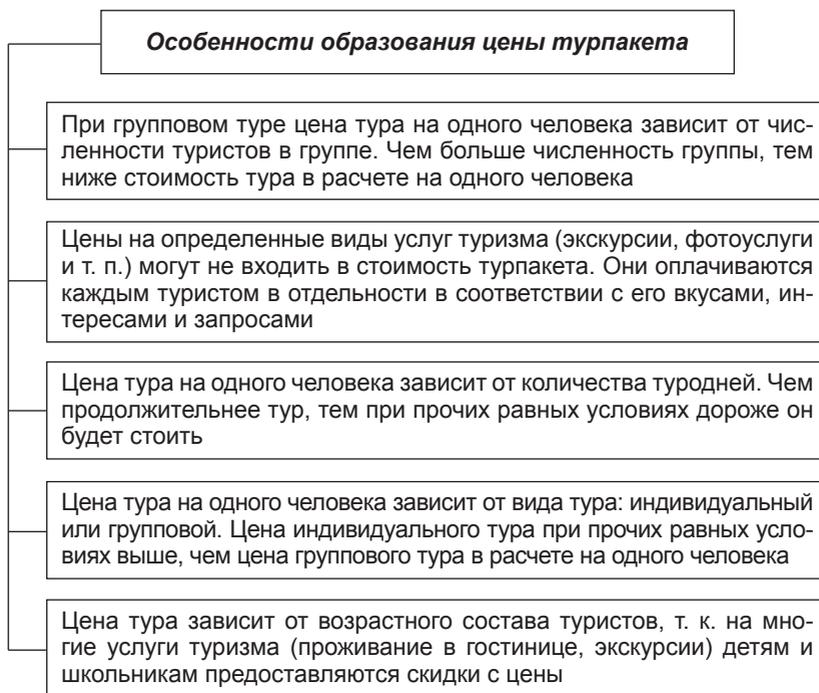


Рис. 117. Особенности образования цены турпакета

Таблица 48

Возможные скидки со стоимости турпродукта

Скидки со стоимости турпродукта	Характеристика
	<ul style="list-style-type: none"> • сезонные скидки • скидки для детей и школьников, обычно детям до 7 лет предоставляется скидка 50 %, школьникам – 40 % • специальные скидки, предоставляемые авиакомпаниями и гостиницами для людей в возрасте 50–65 лет • скидки для постоянных клиентов • скидки в случае, если турист, забронировавший тур, дает фирме право самостоятельного выбора одной из трех дат своего отправления и одного из трех пунктов назначения отдыха

Таблица 49

Виды комиссионных вознаграждений посредникам

Комиссионные вознаграждения посредникам	Характеристика
	<ul style="list-style-type: none"> • комиссия для туроператоров (оптовиков), которые разрабатывают программы и реализуют их самостоятельно или через посредника • розничная комиссия турагентам, которые перепродают программы туроператорам или сами бронируют гостиничные номера • комиссия для других организаций, которые выступают в качестве посредников между турагентом, туристом и гостиницей

Таблица 50

Условия выплаты комиссионного вознаграждения турагенту

Комиссионное вознаграждение турагенту от туроператора	
<i>Надбавка</i>	<i>Скидка</i>
Туроператор продает турагенту пакет тура по определенной цене, турагент делает надбавку на эту цену в свою пользу, туроператор не вмешивается в установление этой надбавки – в условиях малого количества или полного отсутствия конкурентов	В целях полной продажи турпакетов и для сохранения своего имиджа туроператор предоставляет турагенту турпакет для реализации по твердой фиксированной цене, турагент получает комиссионное вознаграждение в форме скидки со стоимости турпакета – в условиях высокой конкуренции

Вопросы для закрепления

1. Сформулируйте понятие и функции цены туристского продукта.
2. В связи с чем существует значительное разнообразие цен на туристские продукты?

3. Сформулируйте понятие процесса ценообразования.
4. Какие цели преследует ценообразование в туризме?
5. В связи с чем в туризме существует большое разнообразие ценовых стратегий?
6. Сформулируйте понятие ценовой политики.
7. Перечислите и охарактеризуйте факторы, влияющие на уровень цены на туристский продукт.
8. Опишите порядок (этапы) ценообразования.
9. Охарактеризуйте методы ценообразования в туризме.
10. Опишите структурные элементы цены туристского продукта.
11. Охарактеризуйте метод образования цены «Прибыль как издержки».
12. Охарактеризуйте особенности образования цены туристского продукта.
13. Поясните, в чем заключается необходимость применения системы скидок с цены туристского продукта.
14. Опишите виды комиссионных вознаграждений посредникам.
15. Охарактеризуйте виды комиссионных вознаграждений туроператора турагенту.

ТЕСТЫ

1. Выбор возможной динамики изменения исходной цены туристского продукта в условиях рынка, наилучшим образом соответствующей цели туристской организации, – это:

- а) ценовая стратегия
- б) установление цены туристского продукта
- в) жизненный цикл туристского продукта
- г) ценовая политика

2. Ценообразование с ориентацией на спрос подразумевает:

- а) калькулирование полной себестоимости турпродукта
- б) определение цен с учетом предполагаемой или реальной реакции конкурентов
- в) установление цен, приемлемых для целевого рынка
- г) безубыточный объем производства

3. Комиссионное вознаграждение от туроператора турагенту в форме скидки со стоимости турпакета устанавливается в случае:

- а) наличия льготных категорий клиентов
- б) установления цен, приемлемых для целевого рынка
- в) высокой конкуренции на туристском рынке
- г) отсутствия конкуренции в регионе месторасположения турагента

4. Какой налог включается в цену турпродукта:

- а) налог на прибыль
- б) налог на имущество
- в) налог на добавленную стоимость
- г) налог на имущество

5. Цена отражает общественно необходимые затраты на выпуск и реализацию той или иной продукции. В этом случае она выполняет функцию:

- а) распределительную
- б) стимулирующую
- в) балансирующую
- г) учетную

6. В зависимости от сферы регулирования цены подразделяются на:

- а) франко-цены; текущие; монопольные; свободные
- б) свободные, монопольные, контрактные, регулируемые
- в) регулируемые, нерегулируемые, свободные, оптовые
- г) прейскурантные, договорные, сметные

7. Если в калькуляцию издержек производства включают переменные и постоянные затраты. Размер прибыли может быть фиксированным и переменным – это метод ценообразования:

- а) усредненных затрат
- б) полных затрат
- в) стандартных издержек
- г) параметрических рядов

8. К рыночным методам ценообразования относятся методы:

- а) усредненных затрат; полных затрат; стандартных издержек

б) удельных показателей; балловый; регрессионного анализа; агрегатный

в) ориентации на покупателя; ориентации на конкурентов; ориентации на нахождение равновесия между издержками производства и состоянием рынка

г) параметрических рядов

9. Расчет цены туристского продукта, сформированной по методу «Прибыль как издержки», производится по формуле:

а) сумма постоянных затрат в планируемом периоде / доля постоянных затрат в их общей сумме / число путевок, которые можно продать за год

б) сумма постоянных затрат в планируемом периоде / доля переменных затрат в их общей сумме / число путевок, которые можно продать за год

в) сумма переменных затрат в планируемом периоде / доля переменных затрат в их общей сумме / число путевок, которые можно продать за год

г) сумма постоянных затрат в планируемом периоде / доля переменных затрат в их общей сумме / число путевок, которые можно продать за год

10. Чем больше численность группы, тем:

а) выше стоимость тура в расчете на одного человека

б) ниже стоимость тура в расчете на одного человека

в) численность группы не влияет на стоимость тура в расчете на одного человека

г) реже осуществляются туры

11. Чем продолжительнее тур, тем при прочих равных условиях:

а) продолжительность тура не влияет на стоимость тура в расчете на одного человека

б) дешевле он будет стоить

в) дороже он будет стоить

г) реже осуществляются туры

12. Стратегия скользящей падающей цены, стратегия преимущественной цены, стратегия сегмента рынка применяются:

а) по отношению к туристским продуктам сформировавшегося рынка

- б) для продвижения нового туристского продукта
- в) по отношению к определенному сегменту рынка
- г) жизненный цикл продукта не влияет на выбор стратегии ценообразования

Тема: «ВАЛОВОЙ ДОХОД, ПРИБЫЛЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ»

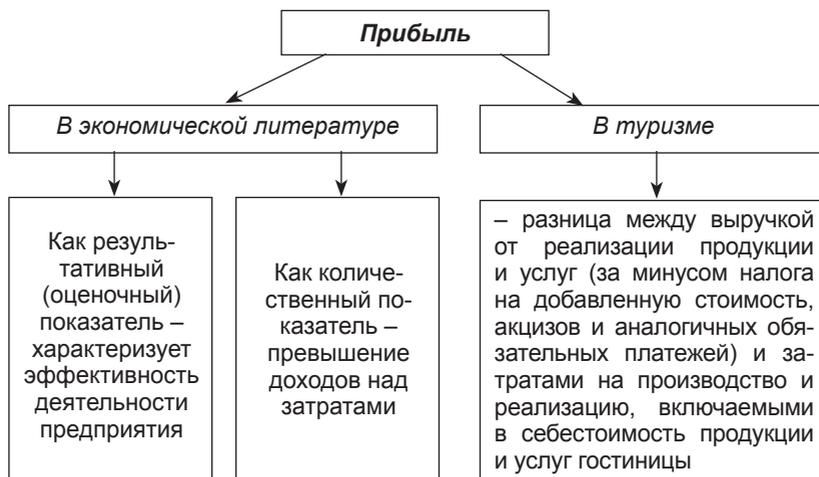


Рис. 118. Понятие и сущность прибыли в туризме

Таблица 51

Значение прибыли для предприятия

Значение прибыли	Источник финансовых ресурсов
	Источник образования фондов предприятия
	Источник материального стимулирования трудового коллектива
	Источник образования имущества, капитала
	Источник трудовых и социальных льгот для работников предприятия
	База для определения эффективности использования ресурсов предприятия

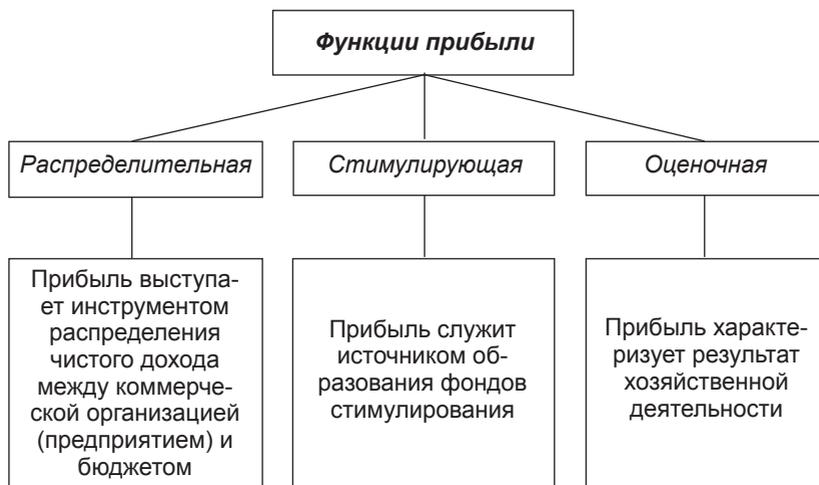


Рис. 119. Функции прибыли в туризме

Таблица 52

Отражение прибыли в финансовой отчетности

Отчетный документ	Виды прибыли
<i>Бухгалтерский баланс</i>	– нераспределенная прибыль, рассчитываемая как разность между величиной конечного финансового результата за отчетный период и причитающихся за счет прибыли платежей
<i>Отчет о прибылях и убытках</i>	– несколько видов прибыли, отличающихся по широте учета при их расчете различных хозяйственных операций: <ul style="list-style-type: none"> • валовая прибыль • прибыль от реализации • прибыль до налогообложения • прибыль налогооблагаемая • чистая прибыль

Виды прибыли

<i>Признак</i>	<i>Виды</i>
<i>От вида деятельности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • от реализации туристских услуг • от реализации имущества • от участия в деятельности других организаций • от проведения прочих операций
<i>От цели</i>	<ul style="list-style-type: none"> • бухгалтерская • экономическая
<i>От порядка определения</i>	<ul style="list-style-type: none"> • валовая • от реализации • до налогообложения • налогооблагаемая • чистая
<i>От метода оценки</i>	<ul style="list-style-type: none"> • номинальная • реальная
<i>От размера прибыли</i>	<ul style="list-style-type: none"> • минимальная • максимальная • нормальная
<i>Прочие виды прибыли</i>	<ul style="list-style-type: none"> • капитализированная • монопольная • нераспределенная • плановая • фактическая • притягательная • реинвестированная • случайная • упущенная • учредительная • спекулятивная



Рис. 120. Факторы формирования прибыли туристской организации

Таблица 54

Понятие и показатели рентабельности

<i>Рентабельность</i>	– относительный показатель интенсивности производства, отражающий уровень прибыльности относительно определенной базы	
<i>Группа показателей</i>	<i>Название показателя</i>	<i>Формула</i>
1	2	3
<i>1. Рентабельность услуг, продаж (эффективность управления)</i>	а) <i>реализованных</i> (показывает, какую долю с выручки организация получает в качестве прибыли с реализации)	$R_p = (Pr_{реал} / B_{реал}) * 100 \%$
	б) <i>чистая рентабельность продаж</i>	$R_{чист.прод} = (Pr_{чист} / B_{реал}) * 100 \%$
	в) <i>произведенных</i> (показывает долю прибыли, приходящуюся на единицу затрат)	$R_p = (Pr_{реал} / C_{полн}) * 100 \%$

1	2	3
	г) единицы продукции (отражает процент прибыли, полученный в результате продажи продукта)	$R_p = ((Ц_{\text{прод}} - C/C) / Ц_{\text{прод}}) * 100 \%$
2. Рентабельность производственных фондов предприятия	а) рентабельность <i>основного капитала</i> (показывает долю прибыли, приходящейся на рубль стоимости основного капитала предприятия)	$R_p = (Pr_{\text{реал}} / O\Phi) * 100 \%$
	б) рентабельность <i>оборотного капитала</i> (показывает долю прибыли, приходящейся на рубль стоимости оборотного капитала предприятия)	$R_p = (Pr_{\text{реал}} / O_6C) * 100 \%$
	в) рентабельность <i>производственных фондов</i> (показывает долю прибыли, приходящейся на рубль стоимости всей балансовой стоимости имущества предприятия)	$R_p = (Pr_{\text{реал}} / (O\Phi + O_6C)) * 100 \%$
	г) <i>валовая рентабельность совокупных активов</i>	$R_{\text{вал.са}} = (B_{\text{реал}} / K.) * 100 \%$
	д) <i>чистая рентабельность активов</i>	$R_{\text{чист.са}} = (Pr_{\text{чист}} / K) * 100 \%$ $= R_{\text{чист.прод}} * R_{\text{вал.са}} =$ $= (Pr_{\text{чист}} / B_{\text{реал}}) * 100 \%$ $* (B_{\text{реал}} / K) * 100 \%$
3. Рентабельность вложений предприятия	а) рентабельность <i>собственных средств</i> предприятия (позволяет установить зависимость между инвестированными собственными ресурсами предприятия и размером прибыли, полученной от их использования)	$R_p = (Pr_{\text{чист}} / C_{\text{об}} C_{\text{ред}}) * 100 \%$

1	2	3
	б) рентабельность долгосрочных финансовых вложений, показывающая эффективность вложений предприятия в деятельность других предприятий	$R_p = (D_{\text{ох}} Y_{\text{част}} / ДФВ_{\text{лож}}) * 100 \%$
	в) рентабельность акционерного капитала – рассчитывается в случае инвестирования деятельности предприятия другими инвесторами, их объединениями или акционерами и показывает долю чистой прибыли, приходящуюся на рубль инвестированного капитала	$R_p = (Pr_{\text{чист}} / K_{\text{инвест}}) * 100 \%$

R – рентабельность, Pr_{реал} – прибыль от реализации, Pr_{чист} – чистая прибыль, V_{реал} – выручка от реализации, Ц_{прод} – цена единицы продукции, С/С – себестоимость единицы услуг, ОФ – среднегодовая стоимость основных фондов, О_еС – среднегодовая стоимость оборотных фондов, К – совокупный капитал предприятия (валюта баланса), С_{об}С_{ред} – собственные средства предприятия (его собственный капитал), D_{ох}Y_{част} – доходы от участия в уставном капитале прочих (организаций), ДФВ_{лож} – долгосрочные финансовые вложения, K_{инвест} – инвестиционный капитал

Точка безубыточности – один из наиболее важных показателей, который демонстрирует уровень объема продаж на протяжении расчетного периода времени, при котором выручка от реализации продукта совпадает с издержками производства

позволяет определить:

- требуемый объем продаж, обеспечивающий получение прибыли
- зависимость прибыли предприятия от изменения цены
- значение каждого продукта в доле покрытия общих затрат

может быть *использована* при:

- введении в производство нового продукта
- модернизации основных фондов
- создании нового предприятия, изменении производственной или административной деятельности предприятия

Рис. 121. Понятие безубыточности реализации туристского продукта

1. Объем производства равен объему продаж
2. Постоянные затраты одинаковы для любого объема производства
3. Переменные издержки изменяются пропорционально объему производства
4. Цена не меняется в течение периода, для которого определяется точка безубыточности
5. Цена единицы продукта и стоимость единицы ресурсов остаются постоянными

*В случае расчета точки безубыточности для нескольких наименований продукции соотношение между объемами произведенного продукта должно оставаться неизменным

Рис. 122. Ограничения, применяемые при расчете точки безубыточности

Таблица 55

Алгоритм расчета точки безубыточности

Показатели	Формула
Условие:	$TR (ВД) = TC$
Издержки производства и обращения	$TC = VC + FC$
Сумма переменных издержек	$VC = (Y_{vc} \times TR) / 100 \%$
Издержки производства услуг	$TC = (Y_{vc} \times TR) / 100 \% + FC$
Сумма валового дохода	$(Y_{вд} \times TR) / 100 \%$
Порог рентабельности – это такая выручка от реализации, при которой предприятие уже не имеет убытка, но еще не имеет прибыли (критическая точка, точка безубыточности, точка самоокупаемости, точка перелома, точка разрыва и т. д.). Результата от реализации после возмещения переменных затрат в точности хватает на покрытие постоянных затрат, а прибыль равна нулю	$PP_T = FC / (PP / TR)$

Показатели	Формула
Точка безубыточности	$Q_{\text{без}} = (FC / (Y_{\text{ВД}} - Y_{\text{VC}})) \times 100 \%$
<p>где TR – выручка от реализации услуг ВД – валовой доход PP = TR – VC (результат от реализации после возмещения переменных затрат) ПР_т – порог рентабельности в туризме ТС – суммарные издержки производства и обращения FC – постоянные затраты, тыс. руб. VC – переменные затраты, тыс. руб. Y_{ВД} – уровень валового дохода, в % к выручке от реализации услуг Y_{VC} – уровень переменных издержек, в % к выручке от реализации услуг</p>	

Таблица 56

Методика построения графика безубыточности

Этапы построения графика безубыточности
<ol style="list-style-type: none"> 1. Нанести на график координаты точки безубыточности К ($Q_{\text{без}}$; $TR_{\text{без}}$). ($Q_{\text{без}} = FC / (P - AVC)$; $TR_{\text{без}} = P * Q_{\text{без}}$) 2. Построить прямую валовой выручки (TR) через точки О и К 3. Построить прямую постоянных затрат (FC) из точки С (координата суммы постоянных затрат) параллельно оси ОQ 4. Из точки С через точку К построить прямую общих затрат (ТС) 5. Из точки К вниз к оси ОQ вывести перпендикуляр и отложить расстояние, равное сумме постоянных затрат (координата точки В). Через точки О и В параллельно прямой общих затрат провести прямую переменных затрат (VC) <p>Обозначения: К – точка безубыточности, $Q_{\text{без}}$ – безубыточный объем производства услуг, $TR_{\text{без}}$ – безубыточная выручка от реализации услуг, FC – постоянные затраты, VC – переменные затраты, ТС – общая сумма затрат ($ТС = FC + VC$), AVC – удельные (средние) переменные затраты, P – цена одной услуги, N – выручка от реализации, Z – полная себестоимость продукта, R – прибыль</p> <p>*Если объем реализации больше безубыточного (на графике лежит правее $Q_{\text{без}}$), то туристское предприятие получит прибыль</p>

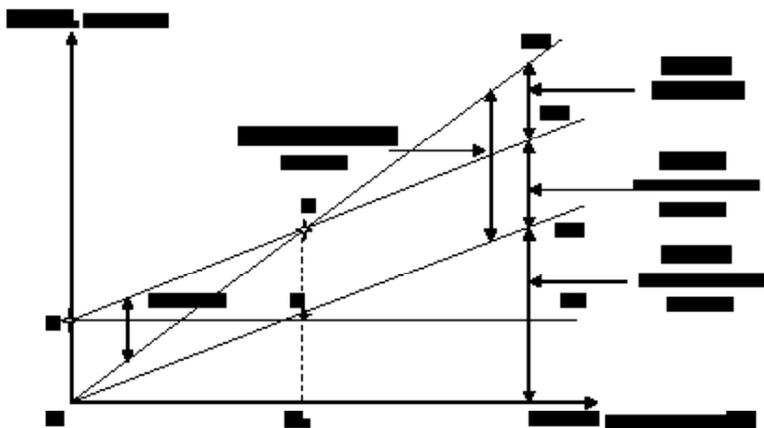


Рис. 123. График взаимосвязи показателей реализации, затрат и прибыли

Таблица 57

Расчет запаса финансовой прочности

Запас финансовой прочности – разница между достигнутой выручкой (валовым доходом) и порогом рентабельности	
тыс. руб.	$TR - PP_r$
%	$((TR - PP_r) / TR) \times 100 \%$
где TR – выручка от реализации услуг PP _r – порог рентабельности в туризме	

Вопросы для закрепления

1. Сформулируйте понятие прибыли как экономической категории.
2. Охарактеризуйте функции прибыли в туризме.
3. Охарактеризуйте документы финансово-бухгалтерской отчетности, в которых отражается прибыль туристского предприятия.

4. Охарактеризуйте виды прибыли.
5. Охарактеризуйте факторы формирования прибыли туристского предприятия.
6. Сформулируйте понятие рентабельности.
7. Опишите систему показателей рентабельности туристского предприятия.
8. Сформулируйте понятие критической точки продаж (точки безубыточности) и опишите алгоритм ее расчета.
9. Сформулируйте понятие графика безубыточности и опишите алгоритм его построения.
10. Сформулируйте понятие порога рентабельности и опишите алгоритм его расчета.

ТЕСТЫ

1. Экономическая категория, выражающая конечные результаты хозяйственной деятельности отдельного туристского предприятия, туристской отрасли, национальной экономики в целом, – это:

- а) выручка от реализации
- б) прибыль
- в) рентабельность
- г) маржинальный доход

2. Качественный показатель эффективности производства туристских услуг, характеризующий уровень отдачи затрат и степень использования средств в процессе реализации услуг, – это:

- а) выручка от реализации услуг
- б) прибыль
- в) рентабельность
- г) маржинальный доход

3. Прибыль от продажи продукции определяется по формуле:

- а) выручка от реализации услуг минус полная себестоимость
- б) выручка от реализации услуг минус производственная себестоимость

- в) валовая прибыль минус полная себестоимость
- г) выручка от реализации услуг минус полная себестоимость минус коммерческие и управленческие расходы

4. Прибыль до налогообложения определяется по формуле:

- а) прибыль от реализации продукции плюс прибыль от реализации имущества минус прочие расходы
- б) прибыль от реализации продукции плюс прибыль от реализации имущества плюс прочие расходы
- в) прибыль от реализации продукции плюс/минус прочие операции
- г) валовая прибыль плюс прибыль от реализации имущества минус прочие расходы

5. Чистая прибыль определяется по формуле:

- а) прибыль до налогообложения минус полная себестоимость
- б) прибыль до налогообложения плюс прочие результаты
- в) прибыль налогооблагаемая минус налоги на прибыль
- г) валовая прибыль плюс прибыль от реализации имущества минус прочие расходы

6. Чистая прибыль направляется на:

- а) пополнение резервного фонда
- б) выплату налогов
- в) выдачу зарплаты
- г) покупку расходных материалов

7. Рентабельность реализованных услуг определяется по формуле:

- а) налогооблагаемая прибыль / полная себестоимость продукции
- б) прибыль от реализации услуг / выручка от реализации услуг
- в) прибыль от реализации услуг / полная себестоимость услуг
- г) валовая прибыль / полная себестоимость услуг

8. Нераспределенная прибыль турфирмы отражается в:

- а) бухгалтерском балансе
- б) отчете о прибылях и убытках
- в) отчете о движении денежных средств
- г) отчете о движении капитала

9. Если объем реализации больше безубыточного, то турфирма:

- а) покрывает затраты на производство планируемого объема услуг без получения прибыли
- б) получит убыток от продажи планируемого объема услуг
- в) получит прибыль от продажи планируемого объема услуг
- г) не получит ни прибыли, ни убытка

10. Рациональное использование ресурсов относится к группе факторов формирования прибыли:

- а) внешних
- б) внутренних
- в) и внешних, и внутренних
- г) не влияет на формирование прибыли

11. Прибыль характеризует результат хозяйственной деятельности. Это функция прибыли:

- а) распределительная
- б) стимулирующая
- в) оценочная
- г) учетная

12. В зависимости от размера прибыли различают прибыль:

- а) минимальную
- б) номинальную
- в) максимальную
- г) нормальную
- д) реальную

Тема: «ФИНАНСЫ ТУРИСТСКОЙ ФИРМЫ»

Финансы предприятий	Финансирование туристских предприятий
<p>Экономические, денежные отношения, возникающие в результате движения денег и образующихся на этой основе денежных потоков, связанные с функционированием создаваемых на предприятиях денежных фондов</p>	<p>Система финансово-экономических отношений, которые возникают в процессе кругооборота основного капитала и оборотных средств в сфере производства и обращения, образования и использования денежных доходов и фондов денежных ресурсов. Он выполняет функции обеспечения предприятий денежными ресурсами, распределения денежных доходов, контроля и стимулирования. Его основа – финансовое планирование</p>
<p><i>Финансовый менеджмент (финансовый механизм предприятий)</i> – это система управления финансами, предназначенная для организации в соответствии с требованиями экономических законов взаимодействия денежных потоков, финансовых отношений и фондов денежных средств путем использования финансовых инструментов и категорий, стимулов, льгот и санкций на основе законодательных и нормативных актов государства</p>	

Рис. 124. Сущность финансирования деятельности турфирмы

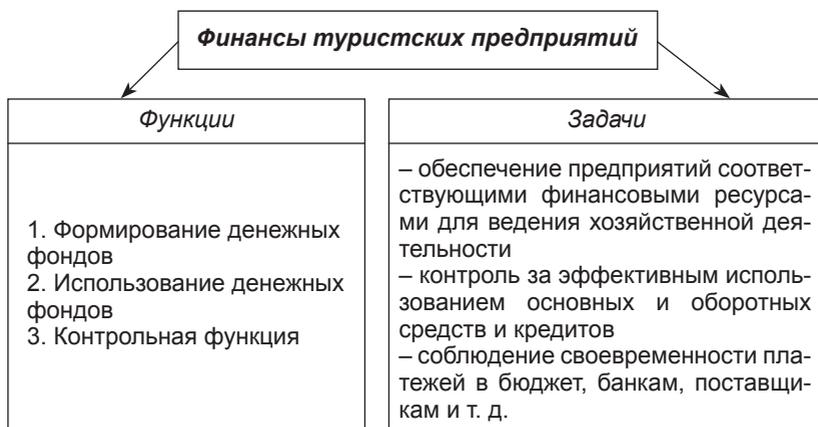


Рис. 125. Функции и задачи финансов турфирмы

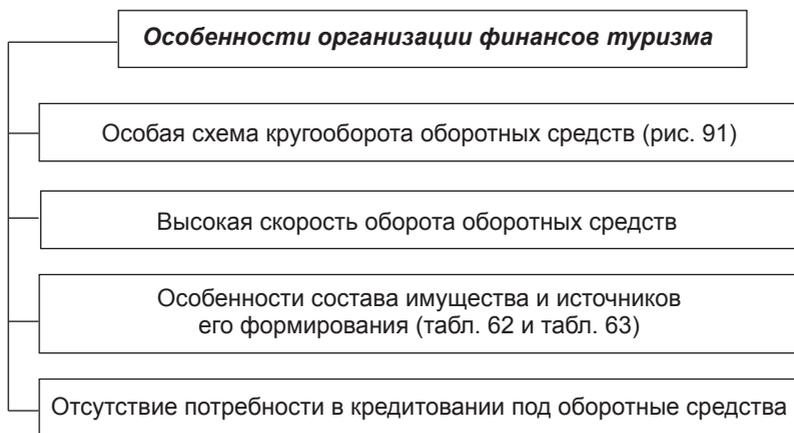


Рис. 126. Особенности организации финансов туризма



Рис. 127. Финансовые отношения турпредприятий

Оценка стоимости капитала предприятия

Стоимость капитала предприятия – то, во что обходится предприятию весь используемый капитал	
<i>Цена собственного капитала</i>	
<p>1. На основании дивидендов (стоимость собственного капитала определяется текущей стоимостью дивидендов, которые либо выплачены, либо ожидаются быть выплаченными, но не включается реинвестированная прибыль):</p> $Ц_{ск} = \text{Див}_{\text{отч}} / СК_{\text{средн}}$	<p>Цена заемного капитала (% по ссудам, санкции за несвоевременность оплаты, предоплата (выигрыш от инфляции), плата за каждый день просрочки уплаты налогов в бюджет):</p> <p>$Ц_{зк}$ = Сумма расходов по привлечению финансовых ресурсов / $\Sigma ЗК_{\text{средн}}$</p>
<p>2. На основании доходов (включение всего заработанного дохода, но не учитывается изменение в структуре собственного капитала):</p> $Ц_{ск} = Ч_{\text{ист}} \cdot \Pi_{\text{прибыль}} / СК_{\text{средн}}$	
<p>3. На основании определения цены капитальных активов (САРМ) – основана на установлении нормальной рыночной доходности акций, скорректированной в зависимости от степени риска:</p> $R = R_f + \beta \cdot (R_m - R_f),$ <p>где R_f – ставка доходности по безрисковым вложениям R_m – среднерыночный уровень доходности обыкновенных акций β – коэффициент риска, возникающего в результате колебаний доходности на рынке ценных бумаг $\beta \cdot (R_m - R_f)$ – корректировка на риск по сравнению с доходностью вложений, свободных от риска</p>	
<p><i>Средневзвешенная стоимость капитала</i> характеризует уровень компенсации вкладчиком капитала отказа от использования ими средств иным образом – вне данного предприятия. Поэтому, учитывая, что степень участия различных вкладчиков капитала в финансировании деятельности неравноценна, стоимость отдельных видов финансирования взвешивается исходя из удельного веса данного источника в общем объеме финансирования:</p> $Ц_{К} = Ц_{ск} * УД_{ск} + Ц_{зк} * УД_{зк},$ <p>где УД – удельный вес соответственно собственного и заемного капитала</p>	

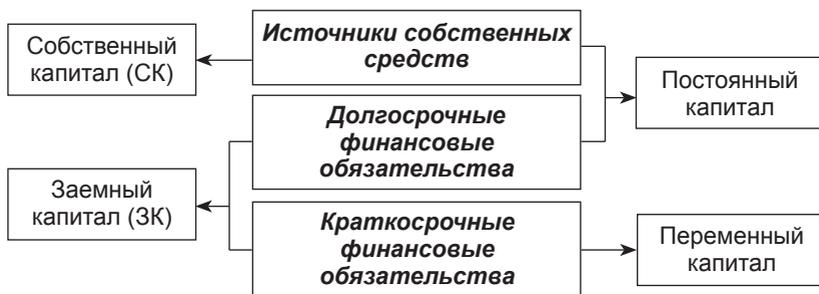


Рис. 130. Классификация источников финансирования деятельности предприятия

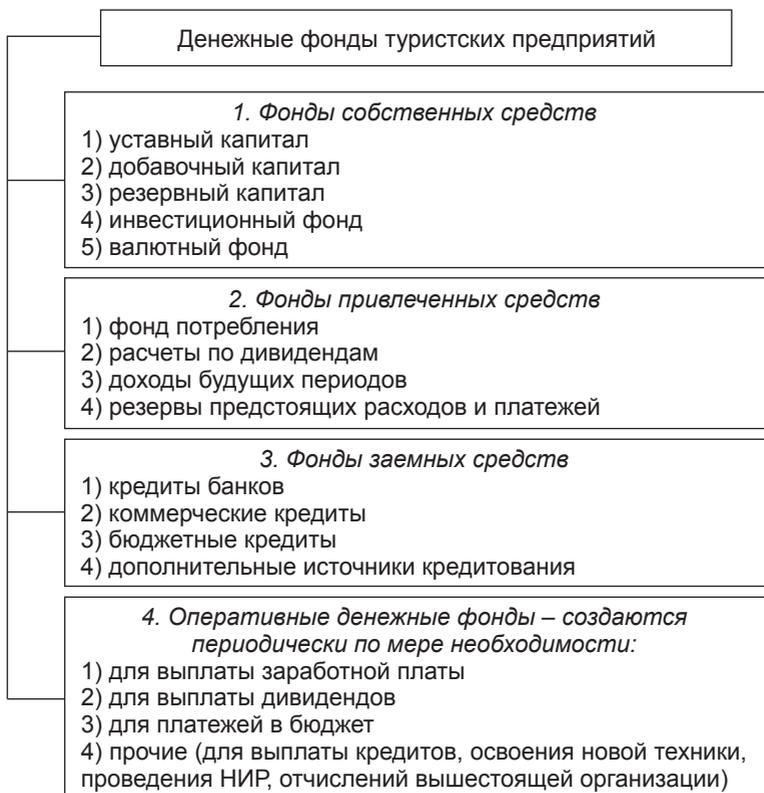


Рис. 131. Денежные фонды туристских предприятий

Элементы процесса финансового планирования

- выбор цели и задач
- последовательность действий для реализации плана
- оценка затрат на осуществление плана
- контроль за выполнением плана

Рис. 132. Элементы процесса финансового планирования в туризме

Таблица 59

Виды и сущность финансового планирования в туристских предприятиях

Финансовое планирование в туристских предприятиях	
<i>Оперативное</i>	<i>Стратегическое</i>
<p><i>I этап.</i> Анализ финансовых показателей за предыдущий период (как правило, за один год) с использованием основных финансовых документов предприятия: годовой баланс, отчеты о прибылях и убытках, о движении денежных средств и др.</p>	<p>Выбор стратегии финансирования и обоснование источников финансирования этого выбора</p>
<p><i>II этап.</i> Составление основных прогнозных документов: объемов продаж, движения денежных средств, анализ прибылей и убытков, прогноз баланса</p>	

Методы финансового планирования

Балансовый метод – плановый баланс доходов и расходов – увязка имеющихся в наличии финансовых ресурсов и фактической потребности в них

Нормативный метод – на основе известных норм и технико-экономических нормативов рассчитывается потребность в финансовых ресурсах и их источниках

Расчетно-аналитический метод – на основе анализа достигнутой величины финансового показателя, принимаемого за базу, и индексов его изменения в плановом периоде рассчитывается плановая величина этого показателя

Экономико-математический метод – построение математической модели динамики финансовых показателей деятельности хозяйствующего субъекта и решения на ее основе оптимизационных задач выбора рациональных плановых значений финансовых показателей

Рис. 133. Методы финансового планирования

Таблица 60

Финансовый план туристских предприятий

<i>Доходная часть</i>	<i>Расходная часть</i>
<ul style="list-style-type: none"> • поступления от основной деятельности • денежные средства от прочей деятельности (продажа основных средств, ценных бумаг, долевое участие в совместной деятельности и т. п.) • кредитные поступления • заемные средства, ссуды • поступления из бюджета (госзаказ, господдержка) • прочие поступления 	<ul style="list-style-type: none"> • затраты на производственную деятельность • затраты на обеспечивающую деятельность • капитальные вложения (инвестиции) в развитие • затраты в рекламно-сбытовую деятельность • выплаты по кредитам, займам, ссудам, выплаты дивидендов • обязательные платежи в госбюджет, налоговые платежи • выплаты по штрафам, санкциям • отчисления в установленные фонды (развития, социально-экономический, долевой, резервный)
Баланс	

Таблица 61

Примерная сравнительная структура имущества туристских фирм (%)

<i>Раздел</i>	<i>Наименование статьи актива</i>	<i>Туроператор</i>	<i>Турагент</i>
I	Внеоборотные активы, в т. ч.:	12	5
	Основные средства	2,8	3,6
	Нематериальные активы	9,2	1,4
II	Оборотные активы, в т. ч.:	88	95
	Денежные средства	20	70
	Дебиторская задолженность	62	18
	Расходы будущих периодов	5	6
	Прочие	1	1
	Итого	100	100

Таблица 62

**Примерная структура источников имущества
туристских фирм (%)**

<i>Раздел</i>	<i>Наименование статьи пассива</i>	<i>Туроператор</i>	<i>Турагент</i>
III	Капитал и резервы	35	18
IV	Долгосрочные обязательства	–	–
V	Краткосрочные обязательства, в т. ч.:	65	82
	Кредиторская задолженность	50	70
	Авансы покупателей	9	5
	Прочие	6	7
	Итого	100	100

	A	РФД << 0	РФД = 0	РФД >> 0	
РХД >> 0		РФХД = 0 1	РФХД > 0 2	РФХД < 0 3	
РХД = 0		РФХД < 0 4	РФХД = 0 5	РФХД > 0 6	
РХД << 0		РФХД > 0 7	РФХД < 0 8	РФХД = 0 9	B

Рис. 134. Схема выбора стратегии финансирования

Таблица 63

Обозначения к схеме выбора стратегии финансирования

<i>Показатель</i>	<i>Обозначение</i>
РХД	Результат хозяйственной деятельности, выраженный величиной прибыльности
РФД	Результат финансовой деятельности, выраженный уровнем ликвидности

Показатель	Обозначение
РФХД	Результат финансово-хозяйственной деятельности, т. е. суммарный результат двух предыдущих
Диагональ АВ	Зона равновесия (прямоугольники 1, 5, 9)
Над диагональю	Зона успеха (РФХД выше нуля)
Под диагональю	Зона дефицита (РФХД равен или ниже нуля)
<i>Прямоугольник 1</i>	Ориентация туристской организации на получение максимальной прибыли (РХД >> 0) за счет существенного снижения ликвидности своей финансовой деятельности (РФД << 0), что может быть обеспечено за счет отказа формирования финансовых резервов, вовлечения в оборот заемных ресурсов (кредитов) в больших размерах и т. п.
<i>Прямоугольник 5</i>	Стремление туристской организации на «выживание» при обеспечении нулевой прибыльности (РХД = 0) и ликвидности (РФД = 0) за счет наличия определенных собственных резервов и источников
<i>Прямоугольник 9</i>	Стремление туристской организации к завоевыванию новых сфер туристского рынка за счет отказа от получения сиюминутной максимальной прибыльности (РХД << 0) в пользу резкого увеличения ликвидности (РФД >> 0)

Вопросы для закрепления

1. Поясните, что и почему является основой финансирования деятельности туристского предприятия.
2. Сформулируйте понятие финансового менеджмента туристских предприятий.
3. Охарактеризуйте функции финансов предприятий туристских фирм.
4. Охарактеризуйте особенности организации финансов туристского предприятия.
5. Охарактеризуйте особенности финансовых отношений туристского предприятия.
6. Охарактеризуйте источники финансирования деятельности туристского предприятия.

7. Сформулируйте понятие стоимости капитала и поясните, в связи с чем существует необходимость ее оценки.

8. Какие денежные фонды и почему формируются на туристском предприятии?

9. Сформулируйте понятие финансового планирования и охарактеризуйте его методы.

10. Сформулируйте понятие стратегии финансирования деятельности предприятия.

ТЕСТЫ

1. Система финансово-экономических отношений, которые возникают в процессе кругооборота основного капитала и оборотных средств в сфере производства и обращения, использование денежных доходов и фондов денежных средств – это:

- а) финансовое планирование
- б) финансы предприятия
- в) кредитная политика
- г) кругооборот капитала

2. Функции финансов туристской фирмы:

- а) восстановительная, развивающая, развлекательная
- б) коммерческая, маркетинговая, производственная
- в) формирование, распределение, контроль
- г) учетная, стимулирующая, плановая

3. Ресурсы, вкладываемые в объекты предпринимательской и других видов деятельности для получения прибыли или социального эффекта, – это:

- а) финансы предприятия
- б) собственный капитал
- в) инвестиции
- г) капитальные вложения

4. Предприятие должно быть обеспечено необходимыми денежными средствами при соблюдении основного правила: все расходы покрываются собственными доходами. Это функция финансов предприятия:

- а) контрольная
- б) распределительная
- в) накопительная
- г) учетная

5. Проценты за привлечение кредитов и займов, дивиденды акционерам, пеня за несвоевременную выплату налогов, отказ от скидок по товарным операциям (по кредиторской задолженности и т. п.):

- а) расходы по использованию источников капитала предприятия
- б) операционные расходы
- в) расходы по прочим операциям
- г) плата за кредиты

6. Финансовые отношения предприятия, связанные с оплатой работ и услуг, распределением прибыли, оборотных средств и др., – это отношения предприятия с:

- а) предприятиями-партнерами
- б) внутри предприятия
- в) финансово-кредитной системой
- г) вышестоящей организацией

7. Денежные фонды предприятий, которые носят двойственный характер: с одной стороны, они являются его собственными средствами, а с другой – принадлежат не предприятию, – это фонды:

- а) заемных средств
- б) собственных средств
- в) привлеченных средств
- г) денежных средств

8. Собственными источниками финансирования деятельности предприятия являются:

- а) доходы, средства акционеров, амортизационные отчисления
- б) доходы, эмиссия облигаций, амортизационные отчисления
- в) доходы, средства учредителей, амортизационные отчисления
- г) расходы по использованию источников капитала предприятия

9. В пассиве бухгалтерского баланса источники финансирования имущества сгруппированы по:

- а) принадлежности
- б) продолжительности использования
- в) принадлежности и продолжительности использования
- г) степени ликвидности

10. Общий вид деятельности, выражающий направление осуществления воздействия на отношение людей в хозяйственном процессе и в финансовой работе, – это функция финансового менеджмента:

- а) объекта управления
- б) субъекта управления
- в) организации управления
- г) контрольная

11. Финансовое планирование в туристской фирме – это:

- а) формирование и регулирование доходов
- б) распределение и регулирование расходов
- в) формирование и распределение доходов
- г) планирование доходов

12. Метод финансового планирования на основе анализа достигнутой величины финансового показателя, принимаемого за базу, и индексов его изменения в плановом периоде, – это метод:

- а) балансовый
- б) нормативный
- в) расчетно-аналитический
- г) экономико-математический

Тема: «ПЛАНИРОВАНИЕ, ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И БЮДЖЕТИРОВАНИЕ В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ»

Цели планирования в туризме

1. *Определение альтернативных подходов к:*

- маркетингу
- организации основной деятельности
- сопутствующим услугам и мероприятиям

2. *Формирование методов адаптации к неожиданным изменениям:*

- общих экономических условий
- энергосбережения
- жизненных ценностей
- состояния отдельных отраслей экономики
- прочих факторов внешней среды

3. *Поддержка уникальных для туризма характеристик:*

- местной культурной и социальной структуры
- местной архитектуры
- исторических мест и памятников
- местных традиций и обрядов
- парков и спортивных площадок и т. п.

4. *Достижение желаемого состояния, как, например:*

- высокого уровня дохода от деятельности
- положительного имиджа туристского предприятия
- эффективной организации турбизнеса
- высокого уровня сотрудничества между предприятиями отрасли
- развития эффективных маркетинговых и информационных программ и др.

5. *Избежание нежелательного состояния процессов, протекающих в организации, таких, как:*

- ненужная конкуренция между предприятиями сферы туризма
- потеря культурной индивидуальности
- потеря рыночной доли
- ярко выраженная сезонность
- транспортные проблемы и др.

Таблица 64

Уровни туристского планирования

<i>Уровень</i>	<i>Объект планирования</i>
<i>Международный</i>	Услуги по международным перевозкам, туры и потоки туристов по разным странам, международные маркетинговые стратегии и рекламные кампании
<i>Национальный</i>	Туристская инфраструктура, условия для развития туризма, реклама национального турпродукта на внутреннем и международном рынке, система подготовки кадров для туризма, строительство и реконструкция туристских объектов
<i>Региональный</i>	Региональная политика, программы и планы развития туризма с учетом специфических условий конкретного региона, направленные на становление рыночных отношений, создание базы для развития конкурентоспособного туристского комплекса, увеличение рабочих мест, сохранение и рациональное использование культурного и природного наследия, оздоровление экологической обстановки, привлечение дополнительных инвестиций в туризм
<i>Местный</i>	На уровне муниципального образования планирование экономического развития, землепользования, общей инфраструктуры и социальной сферы, парков и охраны природы, корпоративное планирование
<i>На уровне участка</i>	Детальное планирование месторасположения и планировки зданий и построек, парковой зоны, ландшафтной архитектуры и организации инфраструктуры, используемых в туризме

Таблица 65

Этапы планирования туризма в регионе

<i>Этап</i>	<i>Сущность</i>
<i>1. Подготовительный</i>	принятие органами управления решения о развитии туризма на основе планируемого и контролируемого подхода; определение рамочных условий по всем аспектам планирования; создание специальной многоотраслевой рабочей группы по территориальному планированию (маркетологи, экономисты, финансисты, экологи, социологи и т. д.)

Этап	Сущность
<i>2. Постановка целей и задач</i>	цели планирования развития туризма должны соответствовать общим целям общественного развития; исходная база для разработки целей – видение будущего состояния отрасли; основная цель – удовлетворение потребностей людей в различных турпродуктах при рациональном использовании туристских ресурсов и обеспечении устойчивого развития туризма; обеспечение участия всех заинтересованных сторон путем проведения семинаров, опросов, форумов, слушаний и т. д.
<i>3. Диагностика</i>	сбор информации, проведение предплановых исследований; ведущий – маркетинговый подход путем: сегментирования населения по степени доступности различных форм и видов туризма; измерения величины и характеристик потоков посетителей города; исследования в области туристского предложения территории; исследования и выявления факторов спроса на турпродукт территории; исследования процесса туристского потребления на основе сбора данных о туристских расходах
<i>4. Анализ и синтез</i>	поиски планов, программ, статистической информации и т. д., анализ документов, анализ прессы, интервью с экспертами; подведение итогов анализа, результатом которого является дифференцированный по отдельным областям деятельности проблемно-потенциальный профиль туристской отрасли в рамках исследуемой территории, уточнение целей, осуществляемых стратегий и выполняемых мероприятий
<i>5. Формирование политики и плана</i>	туристская политика и план развития туризма должны освещать вопросы: обоснования развития туризма с экономических, экологических и социокультурных позиций; выбора целесообразных форм развития и рынков сбыта; определения допустимой степени развития; выбора темпов развития; выработки функций органов власти и частного сектора в развитии и управлении туризма; охраны окружающей среды
<i>6. Рекомендации</i>	по направлениям: по организации работы с инвесторами; по созданию и продвижению имиджа туристского центра или региона; по поддержке приоритетных секторов; по продолжению работ над концепцией туристского развития
<i>7. Осуществление плана</i>	по заложенным на этапе разработки методам реализации плана
<i>8. Мониторинг</i>	проверка результатов выполнения планов с целью своевременной корректировки планов; проводится в областях: управление, инструменты, результаты

**Задачи планирования и плановые документы
предприятия**

<i>Вид планирования</i>	<i>Задачи планирования</i>	<i>Плановые документы</i>	
		<i>по видам планирования</i>	<i>по объекту планирования</i>
<i>Стратегическое</i>	– установление стратегических целей – стратегия поведения фирмы в бизнесе – период реализации стратегии и желаемые стратегические цели	1) Стратегические планы – корпоративные (для фирмы в целом) и функциональные (на срок более 5 лет) с малой детализацией показателей 2) Целевые программы 3) Проекты 4) Бизнес-планы	1. План маркетинга 2. План производства (операционный план) 3. План материального обеспечения ресурсами
<i>Тактическое</i>	– учет реальных результатов, корректировка стратегических целей или их количественных показателей – установление промежуточных целей	Тактические планы с большей детализацией (на срок более двух лет)	4. План технического оснащения и технического развития фирмы 5. План обеспечения трудовыми ресурсами
<i>Оперативное</i>	– достижение промежуточных целевых установок тактических планов	Дневные, недельные, подекадные, месячные, квартальные и годовые с высокодетализированными показателями плановые задания	6. План по издержкам 7. Финансовый план

Прогнозирование деятельности туристского предприятия	
<i>Цели прогнозирования</i>	<i>Виды прогнозов</i>
– выявление главных тенденций и закономерностей в динамике функционирования хозяйствующего субъекта	1) нормативные (программные, целевые и др.) 2) поисковые (исследовательские, изыскательские, генетические и т. п.) 3) плановые 4) по периоду упреждения прогнозы подразделяются на: – оперативные (текущие) – краткосрочные – долгосрочные
<i>Методы прогнозирования</i>	
<p>1) анкетирование (интервьюирование, опрос) специалистов в данной области с целью упорядочить, объективизировать субъективные оценки прогнозного характера</p> <p>2) экстраполяция и интерполяция (выявление промежуточного значения между двумя известными показателями) динамических рядов развития процесса прогнозируемого явления</p> <p>3) моделирование – построение нормативных и поисковых моделей с учетом вероятного или желательного изменения прогнозируемого явления</p> <p>4) методы компьютерного прогнозирования на базе маркетинговых исследований и применения офисных технологий</p>	

Рис. 135. Основные цели, виды и методы прогнозирования деятельности предприятия

Бюджет деятельности предприятия
<ul style="list-style-type: none"> • смета, план, созданный до выполнения предполагаемых действий в виде прогноза будущих финансовых операций • количественное выражение планов деятельности и развития организации, координирующей и конкретизирующей в цифрах проекты руководителей • составная часть управленческого контроля, создающая объективную основу оценки результатов деятельности организации

Рис. 136. Понятие бюджета деятельности туристского предприятия

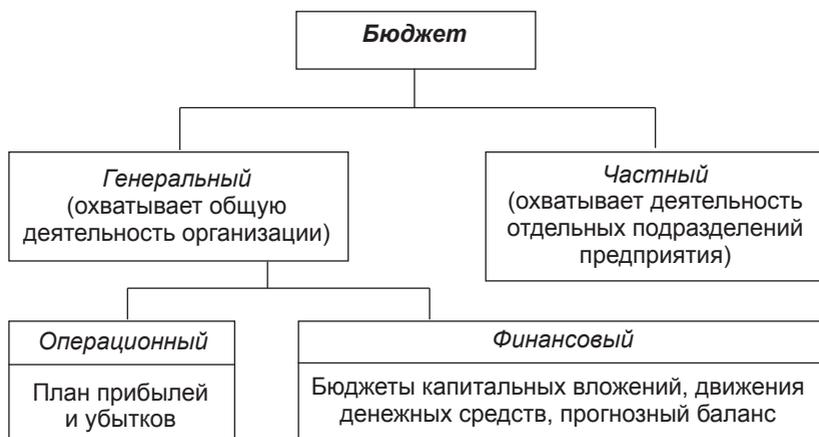


Рисунок 137. Виды бюджетов предприятия по объектам бюджетирования

Таблица 67

Основные показатели операционного бюджета туристского предприятия

Показатель	Источник для расчета показателя
Выручка от реализации услуг	Бюджет продаж
Себестоимость реализованных услуг	Бюджет себестоимости реализованных услуг на основе вспомогательных бюджетов
Операционные расходы (управленческие, коммерческие, затраты по реализации)	Бюджет операционных (накладных) расходов
Выплата процентов по кредитам	Прогноз движения денежных средств



Рис. 138. Виды бюджетов предприятия в зависимости от целей сравнения и анализа показателей деятельности предприятия

Вопросы для закрепления

1. Сформулируйте понятие планирования деятельности туристских предприятий.
2. Охарактеризуйте уровни планирования в туризме.
3. Охарактеризуйте этапы планирования в туризме.
4. Охарактеризуйте плановые документы туристского предприятия по видам планирования.
5. Охарактеризуйте плановые документы туристского предприятия по объектам планирования.
6. Сформулируйте понятие прогнозирования деятельности туристских предприятий.
7. Охарактеризуйте методы прогнозирования деятельности туристского предприятия.
8. Сформулируйте понятие бюджетирования деятельности туристских предприятий.
9. Охарактеризуйте виды бюджетов предприятия по объектам бюджетирования.
10. Охарактеризуйте виды бюджетов в зависимости от целей сравнения и анализа деятельности предприятия.

ТЕСТЫ

1. Способ регулирования экономических процессов на уровне национальной экономики, отрасли, фирмы, региона, включающий в себя установление целей и путей их достижения, – это:

- а) планирование
- б) прогнозирование
- в) бюджетирование
- г) нормирование

2. Сохранение и рациональное использование культурного и природного наследия, оздоровление экологической обстановки, привлечение дополнительных инвестиций в туризм – это уровень туристского планирования:

- а) национальный
- б) региональный

- в) местный
- г) на уровне участка

3. Планирование месторасположения и планировки зданий и построек, парковой зоны, ландшафтной архитектуры и организаций инфраструктуры, используемых в туризме, – это уровень туристского планирования:

- а) национальный
- б) региональный
- в) местный
- г) на уровне участка

4. Функциональное планирование с малой детализацией показателей – это вид планирования:

- а) стратегический
- б) тактический
- в) оперативный
- г) детализированный

5. План, в котором объектом планирования является план изучения сегментов рынка, разработка туристского продукта, план рекламных мероприятий – это план:

- а) финансовый
- б) производства
- в) маркетинга
- г) материального обеспечения

6. Планирование, основной задачей которого является достижение промежуточных установок, – это планирование:

- а) стратегическое
- б) тактическое
- в) оперативное
- г) детализированное

7. Вероятностная оценка будущего состояния фирмы, основанная на статистических данных прошлого и настоящего уровней развития объекта, – это:

- а) планирование
- б) прогнозирование
- в) бюджетирование
- г) нормирование

8. Исследовательские, изыскательские, генетические и т. п. прогнозы – это прогнозы:

- а) нормативные
- б) поисковые
- в) плановые
- г) расчетные

9. Метод прогнозирования, заключающийся в определении по некоторым известным значениям динамического ряда переменной величины ее значений вне данного ряда:

- а) интервьюирование
- б) моделирование
- в) экстраполирование
- г) нормирование

10. Процесс планирования сметы затрат, производимый до выполнения предполагаемых действий в виде прогноза будущих финансовых операций, – это:

- а) финансовое планирование
- б) бюджетирование деятельности туристской фирмы
- в) прогнозирование деятельности туристской фирмы
- г) нормирование

11. Разработка планового (прогнозного) отчета о прибылях и убытках предприятия – это бюджет фирмы:

- а) операционный
- б) финансовый
- в) частный
- г) плановый

12. Бюджет, который составляется для определенного диапазона конкретного уровня деловой активности, – это бюджет фирмы:

- а) жесткий
- б) гибкий
- в) частный
- г) плановый

Тема: «ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ФИРМОЙ»

Таблица 68

Критерии эффективности деятельности и их изменение

<i>Концепции, школы и подходы</i>	<i>Модель организации в аспекте</i>		
	<i>развития предприятия</i>	<i>доминирующей функции менеджмента</i>	<i>критериев эффектив- ности</i>
Научный менеджмент (школа научного управления, 1885–1920 гг.)	Механистическая конструкция	Оперативное управление производством	Экономическая эффективность или рациональное использование ресурсов
Школа человеческих отношений и поведенческих наук (1930–1950 гг.)	Коллектив людей, построенный на разделении труда	Организация или управление персоналом	Экономическая эффективность, учитывающая воздействие психологических факторов
Системный подход (с конца 1950-х гг. по настоящее время)	Сложная иерархическая система	Стратегический менеджмент	Системная целесообразность
Ситуационный подход (с конца 1960-х гг. по настоящее время)	Общественная организация с самостоятельным интересом и интересами отдельных групп	Политика	Социально-экономическая целесообразность

Таблица 69

**Результативный подход к управлению
в сопоставлении с обычно применяемым (действенным)**

<i>Результативный подход</i>	<i>Действенный подход</i>
<i>Эффективно действующий управляющий постоянно стремится:</i>	<i>Традиционно управляющий стремится:</i>
Делать требуемую работу требуемым способом и, таким образом, быть эффективным	Делать требуемую работу требуемым способом, даже если эта работа не требуется
Избегать возникновения проблем (например, путем подбора конструктивных альтернатив для уменьшения эффекта внезапности)	Решать проблемы по мере их возникновения посредством управления кризисной ситуацией
Оптимально использовать ресурсы посредством замены энергетических и сырьевых материалов на основе более качественной информации	Сохранить ресурсы
Повысить прибыли	Снизить себестоимость
Достичь лучших результатов	Выполнять должностные обязанности в соответствии с инструкциями
Оценивать конечные результаты	Контролировать затраты

Таблица 70

Способы сопоставления затрат (З) и результатов (Р)

Сопоставление	Характеристика
Р / З	Результат, получаемый с единицы затрат
З / Р	Удельная величина затрат, приходящаяся на единицу достигаемого результата
Р – З	Абсолютная величина превышения результатов над затратами
(Р – З) / З	Оптимальная величина эффекта
(Р – З) / Р	Удельная величина эффекта, приходящаяся на единицу получаемого результата

Таблица 71

Направления и цели анализа эффективности различных заинтересованных групп в сфере туристского бизнеса

<i>Группа</i>	<i>Вклад в организацию</i>	<i>Вид интереса</i>	<i>Параметры анализа</i>
<i>Собственники</i>	Собственный капитал	Дивиденды	Финансовые результаты, устойчивость положения
<i>Заимодавцы</i>	Заемный капитал	Проценты	Ликвидность
<i>Администрация</i>	Знания, компетентность	Оплата труда, карьерный рост	Все аспекты деятельности фирмы
<i>Персонал</i>	Труд (работа)	Заработная плата и отчисления на социальные нужды	Эффективность хозяйственной деятельности
<i>Партнеры</i>	Предоставление услуг (продуктов)	Цена услуги (товара)	Финансовое состояние
<i>Покупатели (клиенты, потребители услуг)</i>	Покупка услуги (товара)	Цена услуги (товара)	Финансовое состояние (надежность компании), характеристики услуги (товара)
<i>Налоговые органы</i>	Инфраструктура предприятия	Налоги	Финансовые результаты

Таблица 72

Виды эффективности по целям организации

<i>Вид</i>	<i>Расчет</i>	<i>Характеристика</i>
<i>Потребностная</i>	<i>Ц / П</i>	Отношение целей к потребностям, идеалам и нормам

Вид	Расчет	Характеристика
Результативная	$P / Ц$	Отношение достигнутого результата к преследуемым целям
Затратная	$P / З$	Отношение достигнутых результатов к затратам
Комплексная	$Э = (Ц / П) \times (P / Ц) \times (P / З)$	Отношение полученного результата с затратами на его достижение



Рис. 139. Принципы эффективной организации и управления деятельностью туристских предприятий

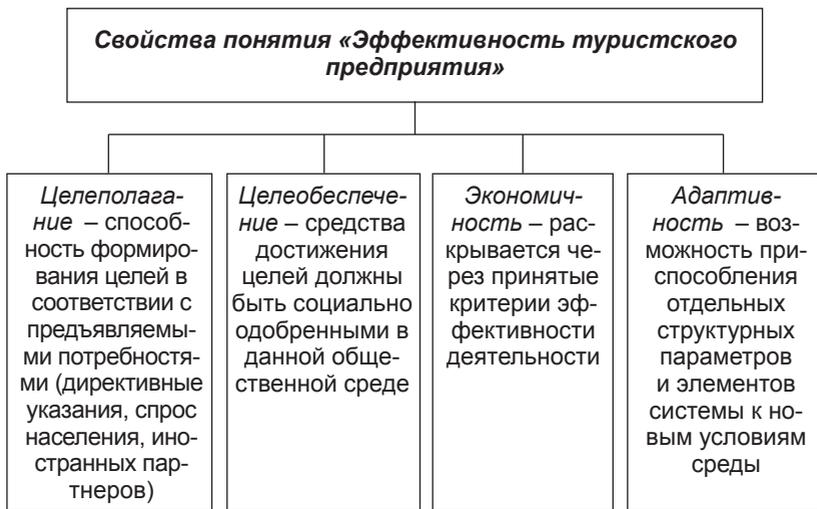


Рис. 140. Свойства понятия «Эффективность туристского предприятия»

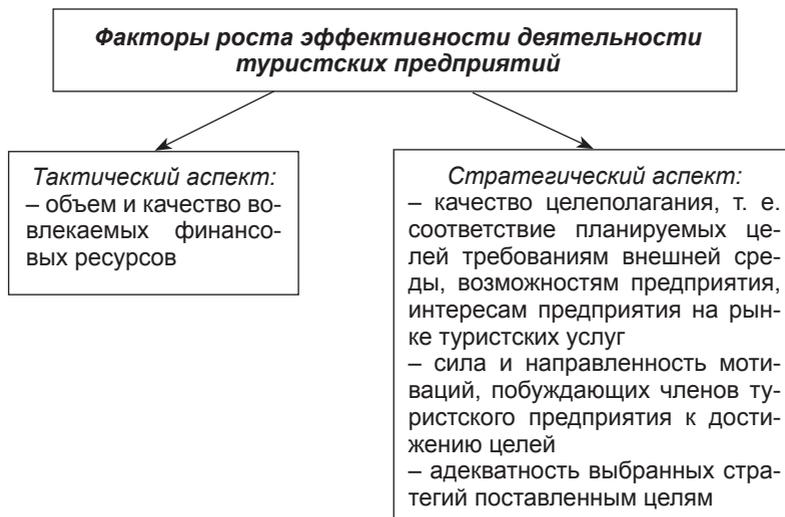


Рис. 141. Факторы роста эффективности деятельности туристских предприятий

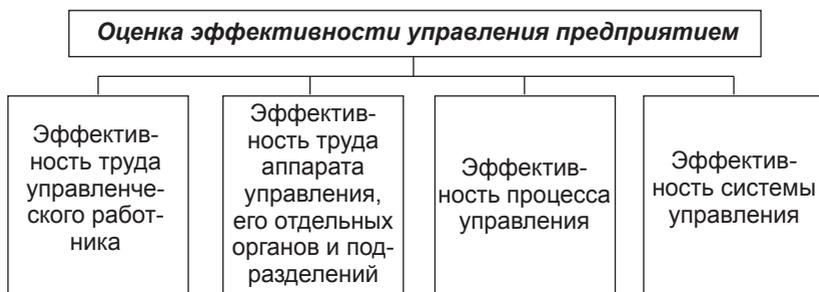


Рис. 142. Основные аспекты оценки эффективности управления предприятием

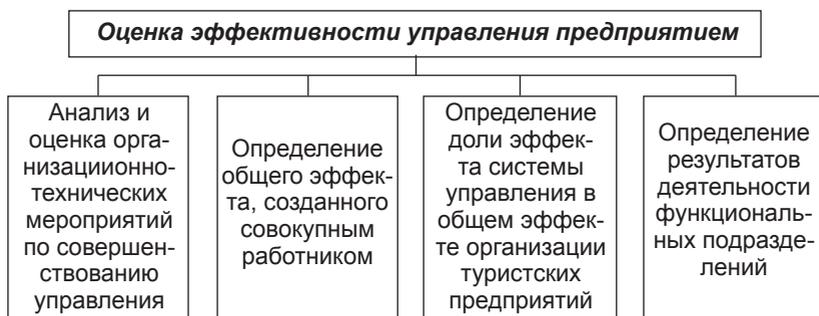


Рис. 143. Основные направления оценки эффективности управления предприятием



Рис. 144. Основные этапы оценки эффективности управления предприятием

**Система показателей эффективности затрат
на управление, применяемая в отечественной практике
производства и управления производством**

Показатель	Расчет	Характеристика
1. Доля работников управления, %	$УД_{ay} = P_y / P_{общ}$	Демонстрирует удельный вес работников управления в общей среднесписочной численности работников предприятия
2. Среднее число работников аппарата управления на одно структурное подразделение, чел.	$N_{ay} = P_y / n$	Отражает число работников аппарата управления, приходящихся на одно структурное подразделение
3. Коэффициент централизации функций управления	$K_{цy} = P_{зyi} / P_{yi}$	Определяется на основе данных о численности работников аппарата управления и общей численности работников, выполняющих аналогичную функцию по предприятию в целом
4. Норматив расходов на управление по предприятию, тыс. руб. (млн. руб.)	$C_{ya}^н = P_y Z_y \times x (1 + d_{ny}) + C_3$	P_y – нормативная среднесписочная численность работников аппарата управления на предприятии (чел.), Z_y – среднегодовая заработная плата одного работника управления (руб.), d_{ny} – прогрессивный норматив административно-управленческих расходов (канцелярские расходы, командировки и т. п.) к заработной плате работников управления, C_3 – годовая сумма затрат, связанных с содержанием и эксплуатацией средств механизации управленческого труда
5. Удельный вес затрат, связанных с механизацией и автоматизацией управленческого труда, %	$УД_{cy} = C_3 / C_{ya}$	Определяется отношением затрат на содержание и эксплуатацию всех средств оргтехники, механизации и автоматизации управленческого труда C_3 к общей сумме расходов, связанных с содержанием аппарата управления на данном предприятии

Показатель	Расчет	Характеристика
6. Затраты на содержание одного работника управления (тыс. руб. / чел.)	$C_{ур} = C_{ya} / P_y$	Отношение общей суммы затрат на содержание аппарата управления на предприятии, включая затраты на заработную плату управленческого персонала, канцелярские, командировочные и другие административно-управленческие расходы, а также расходы, связанные с эксплуатацией различных средств механизации (оргтехники) управленческого труда к среднесписочной численности работников аппарата управления
7. Выручка от реализации на 1 руб. затрат на управление, руб. / руб.	$BP_y = BP_{общ} / C_{ya}$	Затратоотдача затрат на управление – демонстрирует эффективность управления ими
8. Рентабельность затрат на управление, %	$R_y = Pr_{реал} / C_{ya}$	Демонстрирует величину прибыли от реализации, приходящейся на 1 руб. общей суммы затрат на содержание аппарата управления на предприятии

Таблица 74

**Система показателей эффективности, применяемая
в отечественной практике производства и управления
производством**

Группа показателей	Показатели
1. Обобщающие показатели эффективности	1. Рост производства продукции в стоимостном выражении 2. Производство продукции на 1 руб. затрат 3. Относительная экономия: – основных производственных фондов – нормируемых оборотных средств – материальных затрат без амортизации – фонда оплаты труда

Продолжение таблицы 74

Группа показателей	Показатели
	<p>4. Рентабельность как прибыль к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств</p> <p>5. Затраты на 1 руб. товарной продукции (работ по полной себестоимости)</p>
<i>2. Показатели эффективности живого труда</i>	<p>1. Производительность труда</p> <p>2. Доля прироста продукции (услуг), полученной за счет производительности труда</p> <p>3. Экономия живого труда</p> <p>4. Отношение темпа прироста средней заработной платы к темпам прироста производительности труда</p>
<i>3. Показатели эффективности использования основных фондов, оборотных средств и капитальных вложений</i>	<p>1. Производство продукции на 1 руб. среднегодовой стоимости основных производственных фондов</p> <p>2. Производство продукции на 1 руб. среднегодовой стоимости нормируемых оборотных средств:</p> <ul style="list-style-type: none"> – чистой продукции – товарной продукции (работ, услуг) <p>3. Прирост оборотных средств к приросту товарной продукции</p> <p>4. Отношение прироста чистой продукции к вызвавшему этот прирост капитальным вложениям</p> <p>5. Удельные капитальные вложения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – на единицу вводимой производственной мощности (по важнейшим видам продукции) – на 1 руб. прироста продукции <p>6. Срок окупаемости капитальных вложений к сумме прироста прибыли, полученной за счет этих капитальных вложений</p>
<i>4. Показатели эффективности использования материальных ресурсов</i>	<p>1. Материальные затраты без амортизации на 1 руб. товарной продукции (работ, услуг)</p> <p>2. Расход важнейших материальных ресурсов в натуральном выражении на 1 руб. товарной продукции (работ, услуг).</p>
<i>5. Показатели экономической эффективности новой техники (отражение экономической эффективности)</i>	<p>Рост производительности труда:</p> <ul style="list-style-type: none"> – относительное высвобождение численности работников – относительная экономия фонда заработной платы – прирост прибыли (экономия от снижения себестоимости продукции)

Группа показателей	Показатели
<i>новой техники в плановых и отчетных показателях)</i>	– относительная экономия материальных ресурсов
6. Анализ финансового состояния предприятия	1. Экспресс-анализ 2. Углубленный анализ

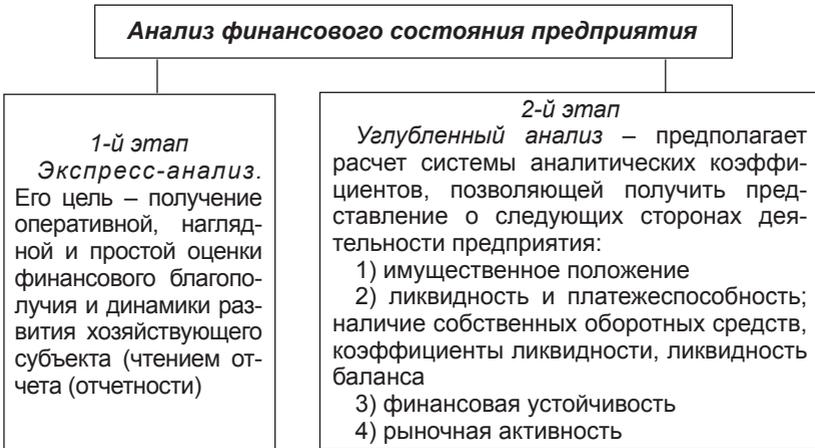


Рис. 145. Этапы проведения анализа финансового состояния предприятия

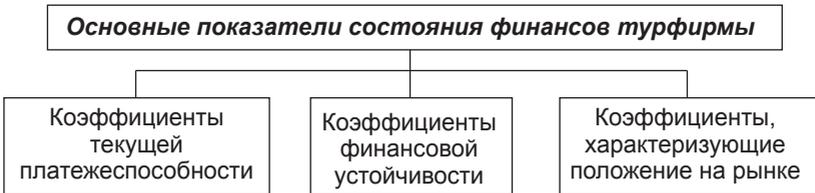


Рис. 146. Основные показатели состояния финансов туристского предприятия

Коэффициенты финансовой устойчивости

<i>Название</i>	<i>Расчет</i>	<i>Характеристика</i>
1. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	$\frac{\text{Собственные оборотные средства}}{\text{Общая величина оборотных средств предприятия}}$	Отражает наличие собственных оборотных средств предприятия, необходимых для его финансовой устойчивости (0,1–0,5)
2. Коэффициент маневренности собственных оборотных средств предприятия	$\frac{\text{Собственные оборотные средства}}{\text{Общая величина собственных средств (СК) предприятия}}$	Показывает способность предприятия поддерживать уровень собственного оборотного капитала и возможность пополнять оборотные средства в случае необходимости за счет собственных источников (0,2–0,5)
3. Коэффициент финансовой автономии (независимости)	$\frac{\text{Собственный капитал}}{\text{Совокупный капитал}}$	Показывает долю собственных источников финансирования в их общей величине (0,5–1)
4. Коэффициент финансовой зависимости	$\frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Совокупный капитал}}$	Демонстрирует долю заемных источников в их общей величине (0,1–0,5)
5. Коэффициент покрытия долгов собственным капиталом (платежеспособности)	$\frac{\text{Собственный капитал}}{\text{Заемный капитал}}$	Демонстрирует соотношение собственного и заемного капитала (1 и более)
6. Коэффициент финансового левериджа (финансового риска)	$\frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Собственный капитал}}$	Показывает степень финансового риска (до 1)

Таблица 76

Коэффициенты текущей платежеспособности

<i>Название</i>	<i>Расчет</i>	<i>Характеристика</i>
1. Коэффициент общей (текущей) ликвидности	$K_{он} = OA / KO$	Оценка ликвидности, кредитоспособности, возможность покрыть краткосрочные обязательства
2. Коэффициент промежуточной (быстрой) ликвидности	$K_{пл} = (ДС + КФВл + ДЗ) / KO$	Оценка степени покрытия краткосрочных обязательств за счет денежных средств, краткосрочных финансовых вложений и дебиторской задолженности
3. Коэффициент абсолютной ликвидности	$K_{пл} = (ДС + КФВл) / KO$	Оценка степени покрытия краткосрочных обязательств за счет денежных средств и краткосрочных финансовых вложений

Таблица 77

Коэффициенты, характеризующие положение турфирмы на рынке

<i>Название</i>	<i>Расчет</i>	<i>Характеристика</i>
1. Коэффициент рыночной цены акции к доходам на одну акцию	$\frac{\text{Рыночная цена одной акции}}{\text{Доход на одну акцию}}$	Показывает, сколько вкладчик может заплатить за каждый рубль дохода
2. Коэффициент полученных дивидендов на одну акцию по рыночной цене	$\frac{\text{Дивиденд на одну акцию}}{\text{Рыночная цена одной акции}}$	Отражает отдачу на вложенный акционером капитал

Вопросы для закрепления

1. Сформулируйте понятие эффективности деятельности предприятия.
2. Охарактеризуйте концепции, школы и подходы к оценке эффективности деятельности предприятия.
3. Охарактеризуйте результативный подход к управлению.
4. Охарактеризуйте направления и цели анализа эффективности различных заинтересованных групп в сфере туристского бизнеса.
5. Охарактеризуйте свойства понятия «Эффективность туристского предприятия».
6. Охарактеризуйте факторы роста эффективности туристских предприятий.
7. Охарактеризуйте этапы оценки эффективности управления предприятием.
8. Назовите этапы анализа финансового состояния предприятия.
9. Охарактеризуйте этап экспресс-анализа финансового состояния предприятия.
10. Охарактеризуйте этап углубленного анализа финансового состояния предприятия.

ТЕСТЫ

1. Если в модели организации доминирующей функцией менеджмента является организация или управление персоналом, то это подход к управлению:

- а) научный менеджмент (школа научного управления)
- б) школа человеческих отношений и поведенческих наук
- в) системный подход
- г) ситуационный подход

2. Если в модели критерием эффективности деятельности является социально-экономическая целесообразность, то это подход к управлению:

- а) научный менеджмент (школа научного управления)
- б) школа человеческих отношений и поведенческих наук

- в) системный подход
- г) ситуационный подход

3. Если управляющий постоянно стремится повысить прибыли фирмы, то это подход к управлению:

- а) результативный
- б) действенный
- в) системный
- г) ситуационный

4. Если при проведении анализа эффективности деятельности фирмы оцениваются показатели: условия покупки услуги (товара) и ее качества, цена услуги (товара), финансовое состояние фирмы, то этот анализ проводится для целевой группы:

- а) собственников
- б) покупателей
- в) партнеров
- г) кредиторов

5. Отношение достигнутого результата к преследуемым целям характеризует вид эффективности:

- а) потребностной
- б) результативной
- в) затратной
- г) системной

6. Отношение целей к потребностям, идеалам и нормам характеризует вид эффективности:

- а) потребностной
- б) результативной
- в) затратной
- г) системной

7. Изменчивость методов организации и управления производственно-хозяйственной деятельности под влиянием факторов внешней и внутренней среды – это принцип эффективности организации и управления деятельностью туристских предприятий:

- а) адаптивности
- б) гибкости
- в) интеграции
- г) координации

8. Сила и направленность мотиваций, побуждающих членов туристского предприятия к достижению целей, – это фактор роста эффективности деятельности туристских предприятий:

- а) оперативный
- б) тактический
- в) стратегический
- г) внутренний

9. Коэффициент, характеризующий соотношение собственного и совокупного капитала туристской фирмы, – это:

- а) коэффициент финансового риска
- б) коэффициент маневренности капитала
- в) коэффициент финансовой независимости
- г) коэффициент финансовой зависимости

10. Платежеспособность – это:

- а) способность получить кредит и возратить его
- б) наличие денежных средств при отсутствии просроченной кредиторской задолженности
- в) способность обратить активы в наличность
- г) состояние счетов предприятия, гарантирующее его постоянную кредитоспособность

11. Финансовая устойчивость – это:

- а) состояние счетов предприятия, гарантирующее его постоянную платежеспособность
- б) состояние счетов предприятия, гарантирующее его постоянную кредитоспособность
- в) состояние счетов предприятия, гарантирующее его постоянную ликвидность
- г) наличие денежных средств при отсутствии просроченной кредиторской задолженности

12. Ликвидность – это:

- а) способность получить кредит и возратить его
- б) наличие денежных средств при отсутствии просроченной кредиторской задолженности
- в) способность обратить активы в наличность
- г) состояние счетов предприятия, гарантирующее его постоянную кредитоспособность

13. Коэффициент, который показывает долю собственных источников финансирования в их общей величине, – это:

- а) коэффициент текущей ликвидности
- б) коэффициент маневренности собственных оборотных средств
- в) коэффициент финансовой независимости (автономии)
- г) коэффициент финансовой зависимости

14. Коэффициент финансового левериджа (риска):

- а) показывает степень финансового риска
- б) демонстрирует соотношение собственного и заемного капитала
- в) демонстрирует долю заемных источников в их общей величине
- г) демонстрирует состояние счетов предприятия, гарантирующее его постоянную кредитоспособность

ПРАКТИКУМ

Бухгалтерский баланс на 1 января 2012 г.

Форма № 1 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

Организация

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«Дальинтур»

по ОКПО

Идентификационный номер налогоплательщика _____ ИНН

Вид деятельности _____ по ОКОНХ

Организационно-правовая форма / форма собственности
по ОКОПФ/ОКФС

Единица измерения: _____ тыс. руб. _____ по ОКЕИ

Коды	
0710001	
384	

АКТИВ	Код стр.	На конец 2009 года	На конец 2010 года	На конец 2011 года
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы (04, 05)	110			
Основные средства (01, 02, 03)	120	4980	3950	6840
Незавершенное строительство (07, 08, 16, 61)	130			
Долгосрочные финансовые вложения (06, 82)	140			
Прочие внеоборотные средства	150	820	656	920
ИТОГО по разделу I	190	5800	4606	7760
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	210	1497	1878	2400
В том числе:				
Сырье, материалы и другие аналогичные ценности (10, 12, 13, 16)	211	100	710	160
Готовая продукция и товары для перепродажи (16, 40, 41)	214	319	200	560
Расходы будущих периодов (31)	216	40	950	1140
Прочие запасы и затраты	217	38	18	540
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям (19)	220	120	78	100

АКТИВ	Код стр.	На конец 2009 года	На конец 2010 года	На конец 2011 года
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	230	1250	650	
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	8900	6800	4565
Денежные средства	260	5250	7051	7800
В том числе:				
Касса (50)	261	250	370	400
Расчетные счета (51)	262	4100	5600	5800
Прочие денежные средства (55, 56, 57)	264	900	1081	1600
ИТОГО по разделу II	290	17 017	16 457	13 500
БАЛАНС (сумма строк 190 + 290)	300	22 817	21 063	22 625

ПАССИВ	Код стр.	На конец 2009 года	На конец 2010 года	На конец 2011 года
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал (85)	410	2000	2000	2000
Резервный капитал (86)	430	250	250	500
Нераспределенная прибыль отчетного года (88)	470	6600	11 600	19 690
ИТОГО по разделу III	490	8850	13 850	22 190
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Займы и кредиты (90, 94)	510			
В том числе:				
Кредиты банков, подлежащие погашению более чем через 12 месяцев после отчетной даты	511	12 946	6946	104
ИТОГО по разделу IV	590	12 946	6946	104
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Кредиторская задолженность	620	1021	267	328
В том числе:				
Поставщики и подрядчики (60, 76)	621	567	90	80
Задолженность перед персоналом организации (70)	624	19	78	95
Задолженность перед государственными внебюджетными фондами (69)	625	64	45	58

ПАССИВ	Код стр.	На конец 2009 года	На конец 2010 года	На конец 2011 года
Задолженность перед бюджетом (68)	626	30	20	55
Прочие кредиторы	628	341	34	43
ИТОГО по разделу V	690	1021	267	
БАЛАНС (сумма строк 490 + 590 + 690)	700	22 817	21 063	

Отчет о прибылях и убытках на 1 января 2012 г.

Форма № 2 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

Организация

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«Дальинтур»

Идентификационный номер налогоплательщика _____ по ОКПО
ИНН _____

Вид деятельности _____ по ОКОНХ

Организационно-правовая форма / форма собственности
по ОКOPФ/OKФC

Единица измерения: _____ тыс. руб. _____ по ОКЕИ

Коды	
0710001	
384	

Наименование показателя	Код стр.	За 2011 год	За 2010 год
I. Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	50 318,79	40 991,1
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ и услуг	020	36 620,79	32 560,3
Валовая прибыль	029	13 698	8430,8
Коммерческие расходы	030	400	300
Управленческие расходы	040	1944	1300
Прибыль (убыток) от продажи (строки 010 – 020 – 030 – 040)	050	11 354	6830,8
II. Операционные доходы и расходы			
Прочие операционные расходы	100	590	130
III. Внереализационные доходы и расходы			
Внереализационные доходы	120	114	100
Внереализационные расходы	130	223	120

Наименование показателя	Код стр.	За 2011 год	За 2010 год
Прибыль (убыток) до налогообложения (строки 050 + 060 – 070 + 080 + 090 – 100 + 120 – 130)	140	10 655	6680,8
Налог на прибыль и иные аналогичные обязательные платежи	150	2557,2	1603,4
Прибыль (убыток) от обычной деятельности	160	8097,8	5077,4
IV. Чрезвычайные доходы и расходы			
Чрезвычайные доходы	170		
Чрезвычайные расходы	180		
Чистая прибыль (нераспределенная прибыль (убыток) отчетного периода (строки 160 + 170 – 180)	190	8097,8	5077,4

Задание 1. Используя данные бухгалтерской отчетности, заполните недостающие строки и оцените динамику эффективности использования основных фондов туристской фирмы.

Таблица 1

Расчет показателей эффективности использования основных фондов туристского предприятия

Показатели	1-й год	2-й год	Отклонение	
			(+, -)	(%)
1. Объем производства, тыс. руб.				
2. Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс. руб.				
3. Прибыль от реализации услуг, тыс. руб.				
4. Численность персонала, чел.	23	25		
5. Фондоотдача, руб., коп.				–
6. Фондоёмкость, руб.				–
7. Фондовооруженность, тыс. руб.				–
8. Рентабельность основных фондов, %				–

Задание 2. Используя данные бухгалтерской отчетности, заполните недостающие строки и оцените динамику эффективности использования оборотных фондов турфирмы и их структуры.

Таблица 2

Анализ оборачиваемости оборотных средств турфирмы

Показатели	1-й год	2-й год	Отклонение	
			(+, -)	(%)
1. Выручка от реализации, тыс. руб.				
2. Однодневная реализация, тыс. руб. (стр. 1/360)				
3. Среднегодовая стоимость оборотных активов, тыс. руб.				
4. Оборачиваемость оборотных активов, оборотов				–
5. Период одного оборота, дней				–
6. Коэффициент загрузки средств в обороте, руб./руб.				–

Задание 3. Используя данные таблицы, заполните недостающие строки и оцените динамику численности персонала туристской фирмы и его структуры.

Таблица 3

Структура персонала турфирмы по категориям

Показатели	1-й год		2-й год		Отклонение	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Руководители	2		2			
Специалисты	19		20			
Обслуживающий персонал	2		3			
Итого	23	100	25	100		

Задание 4. Используя данные таблицы, заполните недостающие строки и проанализируйте показатели движения персонала туристской фирмы.

Таблица 4

Анализ движения персонала туристской фирмы

Показатели	1-й год	2-й год	Отклонение	
			(+, -)	(%)
Среднесписочная численность, чел.	23	25		
Принято, чел.	2	3		
Уволено по всем причинам, чел.	3	3		
Уволено по собственному желанию и по решению администрации, чел.	3	3		
Коэффициент принятия, %				–
Коэффициент выбытия, %				–
Коэффициент текучести, %				–
Коэффициент постоянства кадров, %				–

Задание 5. Используя данные бухгалтерской отчетности, заполните недостающие строки и оцените динамику эффективности использования персонала турфирмы.

Таблица 5

Анализ эффективности использования персонала турфирмы

Показатели	1-й год	2-й год	Отклонение	
			(+, -)	(%)
Объем оказанных услуг, тыс. руб.				
Среднесписочная численность персонала, чел.				
Чистая прибыль, тыс. руб.				
Число обслуженных клиентов, чел.				
Среднегодовая выработка одного работника, тыс. руб./чел.				
Производительность труда, чел./чел.				
Комплексный показатель эффективности труда персонала, тыс. руб./чел.				
Чистая прибыль на одного работника, тыс. руб./чел.				

Задание 6. Используя данные бухгалтерской отчетности, заполните недостающие строки и оцените динамику и эффективность оплаты труда персонала гостиницы.

Таблица 6

Анализ динамики и эффективности оплаты труда персонала туристской фирмы

Показатели	1-й год	2-й год	Отклонение	
			(+, -)	(%)
Выручка от реализации услуг, тыс. руб.				
Чистая прибыль, тыс. руб.				

Окончание таблицы 6

Показатели	1-й год	2-й год	Отклонение	
			(+, -)	(%)
Прибыль от реализации, тыс. руб.				
Фонд оплаты труда, тыс. руб.	6010,9	7300,5		
Среднесписочная численность, чел.				
Средняя заработная плата, тыс. руб./чел.				
Выручка от реализации на 1 руб. заработной платы, руб./руб.				
Прибыль от реализации на 1 руб. заработной платы, руб./руб.				
Чистая прибыль на 1 руб. заработной платы, руб./руб.				

Задание 7. Используя данные бухгалтерской отчетности, заполните недостающие строки и оцените динамику и эффективность затрат на производство и реализацию услуг туристской фирмы.

Таблица 7

Анализ динамики затрат на рубль продукции

Показатель	1-й год	2-й год	Отклонение	
			(+, -)	(%)
Выручка от реализации услуг, тыс. руб.				
Себестоимость оказанных услуг, тыс. руб.				
Чистая прибыль, тыс. руб.				
Затраты на рубль выручки от реализации услуг, руб./руб.				
Чистая прибыль на 1 рубль затрат, руб./руб.				

Задание 8. Используя данные бухгалтерской отчетности, заполните недостающие строки и оцените динамику прибыли туристской фирмы.

Таблица 8

Динамика прибыли турфирмы (тыс. руб.)

Показатели	1-й год	2-й год	Отклонение	
			(+, -)	(%)
1. Выручка от реализации				
2. Себестоимость оказанных услуг				
3. Коммерческие расходы				
4. Управленческие расходы				
5. <i>Прибыль от реализации</i>				
6. Проценты к уплате				
7. Внереализационные доходы				
8. Внереализационные расходы				
9. <i>Прибыль до налогообложения</i>				
10. Налог на прибыль				
11. <i>Чистая прибыль</i>				

Задание 9. Используя данные бухгалтерской отчетности и ранее выполненных расчетов, заполните таблицу 9 и оцените динамику рентабельности деятельности туристской фирмы.

Таблица 9

Расчет показателей рентабельности предприятия (%)

Показатели	1-й год	2-й год	Отклонение (+, -)
1. Рентабельность реализованных услуг			
2. Рентабельность основных фондов			
3. Рентабельность оборотных активов			
4. Рентабельность персонала			
5. Рентабельность затрат			
6. Рентабельность собственного капитала			

Задание 10. Используя данные бухгалтерской отчетности и выполненных заданий, заполните таблицу 10 и оцените эффективность управления деятельностью туристского предприятия.

Таблица 10

Оценка эффективности управления деятельностью турфирмы

Показатели	1-й год	2-й год	Отклонение	
			(+, -)	(%)
Численность работников управления, чел.				
Общая численность работников, чел.				
Управленческие расходы, тыс. руб.				
Выручка от реализации услуг, тыс. руб.				
Чистая прибыль, тыс. руб.				
Доля работников управления, %				
Затраты на содержание одного работника управления, руб./чел.				
Выручка от реализации на 1 руб. затрат на управление, руб./руб.				
Рентабельность затрат на управление, руб./руб.				

Задание 11. Используя данные бухгалтерской отчетности, оцените финансовую устойчивость туристской фирмы на основе финансовых коэффициентов в динамике.

Таблица 11

Анализ финансовой устойчивости турфирмы на основе финансовых коэффициентов

Показатели	1-й год	2-й год	Отклонение	
			(+, -)	%
1. Сумма собственного капитала				
2. Сумма заемного капитала				
3. Сумма совокупного капитала				

Окончание таблицы 11

Показатели	1-й год	2-й год	Отклонение	
			(+, -)	%
4. Коэффициент финансовой автономии (независимости)				–
5. Коэффициент финансовой зависимости				–
6. Коэффициент покрытия долгов собственным капиталом (платежеспособности)				–
7. Коэффициент финансового левериджа (финансового риска)				–
8. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами				–
9. Коэффициент маневренности собственных оборотных средств				–
10. Коэффициент абсолютной ликвидности				–
11. Коэффициент текущей ликвидности				–

ОТВЕТЫ К ТЕСТОВЫМ ЗАДАНИЯМ

ТЕМА	НОМЕР ВОПРОСА						
	1	2	3	4	5	6	7
Предмет и метод экономики и предпринимательства в социально-культурном сервисе и туризме	1 Б	2 В	3 Б	4 Б	5 А	6 Б	7 Б
	8 В	9 В	10 А				
Сервис как деятельность и классификация его видов	1 А	2 В	3 В	4 Б	5 В	6 Б	7 А
	8 Б	9 Г	10 А	11 А	12 А		
Сущность туризма	1 Б	2 В	3 В	4 А	5 Г	6 В	7 А
	8 Б	9 Б	10 Б	11 В	12 В		
Понятие, цели и задачи предпринимательства в туризме	1 А	2 В	3 Г	4 Б	5 Б	6 В	7 В
	8 Г	9 А	10 А	11 А	12 А		
Туристская индустрия	1 Б	2 Б	3 А	4 А	5 Б	6 А	7 Б
	8 В	9 А	10 В	11 В	12 Б		
Туристский рынок	1 Б	2 А	3 Б	4 В	5 А	6 Б	7 А
	8 В	9 В	10 А				
Туристский продукт	1 В	2 Б	3 А	4 В	5 А	6 Б	7 В
	8 Б	9 В	10 А	11 Г	12 Б		
Эффективность туризма	1 А	2 Б	3 В	4 В	5 А	6 В	7 Г
	8 А	9 Г	10 Б	11 В	12 Г		
Основной капитал туристского предприятия	1 Б	2 Г	3 Б	4 В	5 А	6 Г	7 В
	8 А	9 Б	10 В	11 А	12 Б		

ТЕМА	НОМЕР ВОПРОСА						
	1	2	3	4	5	6	7
Оборотный капитал туристского предприятия	А	В	В	Б	А	А	А
	8	9	10	11	12		
Персонал туристского предприятия	1	2	3	4	5	6	7
	В	В	А	В	Г	А	Б
Риск и страхование в туризме	8	9	10	11	12		
	Б	Б	Б	В	В		
Затраты и себестоимость в туризме	1	2	3	4	5	6	7
	В	Б	А	Г	В	Б	В
Ценообразование в туризме	8	9	10	11	12	13	14
	А	Г	Б	А	А	Б	В
Валовой доход, прибыль и рентабельность в туризме	1	2	3	4	5	6	7
	А	В	В	В	Г	Б	Б
Финансы туристской фирмы	8	9	10	11	12		
	В	А	Б	В	А		
Планирование, прогнозирование и бюджетирование в туристском бизнесе	1	2	3	4	5	6	7
	Б	В	Г	А	В	Б	Б
Эффективность управления туристской фирмой	8	9	10	11	12		
	В	В	Б	В	В		
Эффективность управления туристской фирмой	1	2	3	4	5	6	7
	Б	Г	А	Б	Б	А	А
Эффективность управления туристской фирмой	8	9	10	11	12	13	14
	В	В	Б	А	В	В	В

ГЛОССАРИЙ

А

Анализ – способ познания предметов и явлений окружающей среды, основанный на расчленении целого на составные части и изучение их во всем многообразии связей и зависимостей.

Анимация туризма – досуговая деятельность.

Аннуитет – инвестиции, приносящие вкладчику определенный доход через регулярные промежутки времени (в основном это вложения средств в страховые и пенсионные фонды).

Аннуляция – отмена туристской поездки.

Б

Баланс туристский страны – отношение между стоимостью туристского продукта, реализованного иностранным туристам в принимаемой стране, и стоимостью туристского продукта, реализованного гражданами данной страны за рубежом.

Ботель – гостиница на воде для туристов, путешествующих по воде на лодках, катерах, яхтах и т. п.

Бунгало – небольшое строение из легкого материала, используемое для размещения туристов.

Бюджет – смета, план, созданный до выполнения предполагаемых действий в виде прогноза будущих финансовых операций.

В

Валовой туристский продукт – суммарный объем товаров и услуг, производимых (потребляемых) в сфере туризма, определяемый либо как сумма всех произведенных затрат на производство турпродукта, либо как сумма всех доходов от туризма.

Ваучер – документ, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура, и подтверждающий факт их оказания.

Внешняя среда – совокупность элементов, окружающих организацию и оказывающих на ее деятельность заметное влияние.

Внутренняя среда – строение организации и ее структура, характеристики элементов и связей между ними.

Д

Дайвинг – подводное погружение с аквалангом с целью ознакомления с подводной флорой, фауной, рельефом дна и т. д., сопряженное с определенной степенью риска.

Диверсификация – а) концентрическая – производство новых продуктов на базе существующего бизнеса; б) горизонтальная – рост на существующем рынке за счет освоения нового продукта, требующий технологии, отличной от используемой; в) конгломератная – фирма расширяется за счет производства продукта, технологически не связанного с традиционно выпускаемыми продуктами, которые реализуются на новых рынках.

Дифференциация продукта – способ различения продуктов (товаров, услуг) одного производителя от продуктов, предлагаемых его конкурентами.

Ж

Жизненный цикл туристского комплекса – последовательная смена стадий его развития «рост» – «нестабильность» – «спад» – «кризис».

И

Идеология – система политических, правовых, нравственных, религиозных, эстетических и философских взглядов и идей, в которых осознаются и оцениваются отношения людей к действительности.

Инвестиции – долгосрочные вложения капитала в отрасли внутри страны и за границей (финансовые (покупка ценных бумаг) и реальные (в основные фонды)).

Индустрия гостеприимства – предприятия, предоставляющие услуги по размещению: гостиницы, мотели, кемпинги, пансионаты, меблированные комнаты, дома отдыха и т. д., а также те предприятия питания, которые являются неотъемлемой частью предприятий, предоставляющих услуги по размещению (рестораны в гостиницах, столовые в пансионатах и домах отдыха и т. д.).

Инклюзив-тур – групповое туристское путешествие по заранее обусловленному маршруту с предварительно оплаченными транспортными расходами.

Иновация – любой новый подход к конструированию, производству или сбыту продукта, в результате чего инвестор получает преимущества перед конкурентами.

Иновационный менеджмент – совокупность принципов, методов и форм управления инновационными процессами, инновационной деятельностью организаций.

Иновационный потенциал – 1) совокупность ресурсов, определяющих появление новых продуктов и технологий, обеспечивающих развитие социально-экономической системы; 2) совокупность ресурсов, способных привести к созданию нового качества функционирования и развития социально-экономических систем, которые удовлетворяют более высокие общественные потребности.

Инфраструктура – комплекс отраслей экономики, обслуживающих отрасли сферы производства: 1) производственная, охватывающая отрасли, непосредственно обслуживающая материальное производство (транспорт, связь, линии электропередачи, водоснабжение и т. д.); 2) социальная (торговля, ЖКХ, система здравоохранения и образования, предприятия бытового обслуживания и др. отрасли нематериального производства); 3) рыночная, охватывающая субъекты материального, технологического и др. характера, обеспечивающие функционирование рыночного механизма; 4) региональная, включающая организационно-экономическую систему, обслуживающую комплексы территориально и содействующую их адаптации к изменению рыночной конъюнктуры, обеспечивающую свободное внутри- и межрегиональное перемещение товарных, сырьевых, трудовых, финансовых, инвестиционных, информационных ресурсов.

Инфраструктура туроперейтинга – туристские фирмы, занимающиеся организацией и продажей туристских поездок; транспортная инфраструктура туризма – транспортные организации, занимающиеся туристскими перевозками.

Инфраструктура туризма учебная – учебные заведения по подготовке и повышению квалификации специалистов туристской индустрии.

Инфраструктура туризма информационная – системы бронирования и резервирования мест; информационные и рекламные службы.

Инфраструктура туризма научная – научно-исследовательские организации, занимающиеся сбором и обработкой статистических данных по туризму, составлением научных прогнозов и научными исследованиями в области экономики и социологии туризма; предприятия по производству товаров туристского спроса.

Инфраструктура туризма торговая – предприятия розничной торговли по продаже товаров туристского спроса.

Инфраструктура туризма производственная – комплекс действующих сооружений, зданий, сетей, систем, непосредственно не относящихся к производству туристского продукта, но необходимых для самого процесса производства туристских услуг, транспорт, связь, сети энергоснабжения, водоснабжения и пр.

Исследование – функция управления, характеризующая познавательную деятельность и процесс выработки новых знаний.

К

Калькулирование себестоимости – система экономических расчетов себестоимости единицы отдельных видов продукции (работ, услуг).

Кемпинг – лагерь для автотуристов, оборудованный водопроводом, плитами для приготовления пищи и т. п., имеющий магазин, почту, телефон, медпункт и т. п.

Классификация – упорядоченное распределение элементов некоторого множества по каким-либо существенным признакам и отнесение их к тому или иному классу, подклассу, группе.

Клиент – постоянный покупатель или заказчик, лицо, пользующееся теми или иными услугами.

Критерий – 1) признак, на основании которого производится оценка, сравнение альтернатив, классификация объектов и явлений; 2) признак, на основе которого производится оценка состояния, действия, явления и т. д.

М

Маркетинг в туризме – комплексный подход к управлению производством, реализацией и организацией потребления туристского продукта, ориентированный на учет требований туристского рынка и активное воздействие на спрос с целью расширения объема продажи туристского продукта.

Материально-техническая база – совокупность материальных, вещественных элементов производительных сил, включающая средства труда (основные фонды) и предметы труда (оборотные фонды).

Менеджмент – экономическое управление, опирающееся на социально-экономические интересы; научная концепция, одно из направлений науки.

Менеджмент в туризме – совокупность принципов, методов, средств и форм управления производственно-обслуживающими процессами в туристских фирмах.

Механизм управления – совокупность рычагов воздействия (качества человека, определяющие возможность и эффективность деятельности: интересы, мотивы, стимулы, ценности, установки и др.), позволяющих согласовывать деятельность людей.

Модели конкуренции – модели состояния экономической системы в условиях рыночной конкуренции, отражающие соотношение между спросом, предложением и ценами на товары.

Мотель – гостиница для автотуристов, расположенная на автостраде, как правило, оборудованная гаражом, станцией технического обслуживания, автозаправочной станцией и другими необходимыми средствами обслуживания автомобилей.

Мотивация – внешнее или внутреннее побуждение экономического субъекта к деятельности во имя достижения каких-либо целей, наличие интереса к такой деятельности и способы его инициирования, побуждения.

Мультипликатор – соотношение отклонения от равновесного чистого национального продукта (валового национального продукта за вычетом отчислений на потребление капитала) и исходного изменения в расходах на инвестиции, вызвавшего данное изменение реального чистого национального продукта.

О

Органы управления туризмом – государственные учреждения, в функции которых входит управление развитием туризма в стране и в регионах.

Оферта – письменное, устное или вытекающее из поведения стороны (оферента) сообщение о желании вступить в юридически обязывающий договор о продаже партии товара (услуг) на определенных продавцом условиях.

Оценка эффективности управления – результат определения и анализа процесса управления организацией посредством синтетических показателей: интенсивности (соизмерение усилий и времени), производительности (соизмерение результата и времени) и эффективности (соизмерение усилий и результата).

П

Планирование – функция управления, связанная с разработкой показателей производственно-хозяйственной деятельности организации, формированием различных планов.

Предприятие индустрии туризма – поверенный по договору поручения туроператора (доверителя), который обязан от имени туроператора и за его счет совершить определенные юридические действия, при этом права и обязанности по сделке, совершенной предприятием индустрии туризма, возникают непосредственно у туроператора.

Прибыль – экономическая категория, выражающая конечные результаты хозяйственной деятельности отдельного предприятия, отрасли, национальной экономики в целом; одна из основных форм стоимости прибавочного продукта; одна из форм прибавочного продукта.

Показатель – характеристика какого-либо свойства, аспекта, стороны оцениваемого объекта.

Потенциал – совокупность находящихся в распоряжении организации ресурсов, имеющих определяющее значение для возможностей и границ его функционирования в тех или иных условиях.

Потенциал туристского предприятия – система природных, трудовых, финансовых, технико-технологических, научных и предпринимательских ресурсов и методов управления ими с целью устойчивого функционирования и развития.

Потребитель – физическое или юридическое лицо, использующее товары, услуги или работы для удовлетворения своих нужд.

Потребности – нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью человека, условиями проявления нужды.

Предприятие – самостоятельный хозяйствующий субъект, производящий продукцию, выполняющий работы и услуги в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Прогноз – вероятностная оценка будущего состояния фирмы, основанная на статистических данных прошлого и настоящего уровней развития объекта.

Продвижение туристского продукта – комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров по продаже турпродукта, издание каталогов, буклетов и др.).

Р

Рафтинг – сплав по рекам.

Результат – выход системы, воздействие ее функционирования на внешнюю среду. **Результат управления** – значения выходных показателей объекта управления.

Ресурсы – средства, ценности, запасы, возможности.

Ресурсы туристские – природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических и духовных сил.

Рентабельность (прибыльность) – один из основных качественных показателей эффективности производства, характеризующий уровень отдачи затрат и степень использования средств в процессе производства и реализации продукции (работ, услуг).

Рекреационный – предназначенный для отдыха, восстановления сил.

Риск – возможность наступления событий с отрицательными последствиями в результате определенных решений или действий.

Рынок – совокупность социально-экономических отношений в сфере обмена, посредством которых осуществляется реализация товаров, движение капиталов и т. д.

С

Себестоимость туристского продукта – стоимостная оценка используемых в процессе производства природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат.

Селективные риски – риски неправильного выбора видов вложения капитала, ценных бумаг для инвестирования при формировании инвестиционного портфеля.

Система – множество взаимодействующих элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, составляющих целостное образование.

Стратегия – 1) план достижения конкретной долгосрочной цели; 2) траектория движения фирмы в перспективном периоде, определяющая направление развития, сферы деятельности, систему взаимоотношений фирмы с другими субъектами хозяйствования и приводящая фирму к ее целям.

Стратегическое управление отраслевыми комплексами – разработка и принятие стратегических решений, ориентированных на будущее и закладывающих основу для принятия оперативных решений.

Стратегический анализ – этап предплановых исследований, на котором системно анализируются факторы внешней, деловой окружающей среды и ресурсного потенциала предприятия (его внутренних возможностей) для определения текущего состояния предприятия и выявления условий для его дальнейшего успешного развития в условиях рыночного хозяйствования.

Т

Таймшер – совместное владение недвижимостью в туристском бизнесе с возможностью пользоваться ею на протяжении определенного времени, которая пропорциональна денежному взносу.

Трансфер – 1) любая перевозка туриста внутри туристского центра, т. е. доставка его с вокзала в гостиницу и обратно, с одного вокзала на другой, в театр и обратно и т. п.; 2) обмен населением между государствами на основе международного соглашения.

Тур – туристская поездка по определенному маршруту, в определенный срок и с определенным комплексом услуг.

Турагент – хозяйствующий субъект или индивидуальный предприниматель, который приобретает туры по туристским маршрутам, разработанным туроператором, выпускает по ним путевки и реализует их.

Туризм – временное перемещение населения из одного региона (района, города, страны) в другой, если оно не связано с переменной места жительства или работы.

Турист – гражданин, посещающий страну (место) временно пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 часов до 12 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки.

Туристская дестинация – географическая территория, имеющая определенные границы со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения разнообразных нужд туристов.

Туристская деятельность – деятельность, связанная с организацией всех форм выезда людей с места постоянного жительства в оздоровительных целях, для удовлетворения познавательных интересов или в профессионально-деловых целях без

занятия оплачиваемой деятельностью в местах временного пребывания.

Туристская индустрия – совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков.

Туристский комплекс – сложная многофункциональная система, организованная в единых территориальных границах, базой существования которой является наличие разнообразных туристских ресурсов, совокупности предприятий туристской индустрии, органов управления туризмом и основной целью функционирования которой является формирование и реализация конкурентоспособного туристского продукта.

Туристская политика – один из видов социально-экономической политики государства, направленной на развитие туристской индустрии и субъектов туристского рынка (туроператоров и турагентов).

Туристская путевка – документ, подтверждающий оплату стоимости туристских услуг, предусмотренных программой туристского обслуживания, и являющийся основанием для получения этих услуг туристом или группой туристов; документ, подтверждающий факт передачи туристского продукта.

Туристская рента – часть прибыли от коммерческого использования любых туристских ресурсов, которая взимается в форме налога или сбора с туристских фирм (туроператоров и турагентов).

Туристская территория – вид комплексного туристского ресурса – географически определенное место концентрации наиболее ценных туристских ресурсов, а также объектов туристского интереса, выделяемое в составе туристского региона, с указанием в кадастрах и иных видах документации и введением режима приоритетного целевого функционирования и развития туризма в его пределах.

Туристский импорт – ввоз в страну туристских впечатлений, который сопровождается одновременным вывозом туристом денег из данной страны.

Туристский интерес – перспектива получения положительных эмоций и потенциальная возможность удовлетворения планируемой потребности туриста в конкретной услуге или товаре.

Туристский кругооборот – система экономических и юридических (гражданско-правовых) отношений, возникающая между туристом и туристской фирмой и показывающая потоки: туристского продукта; инвестиций в развитие туризма и денежных поступлений в бюджет от доходов туристской деятельности.

Туристский продукт – 1) это право на тур, предназначенное для реализации туристу; 2) экономическая категория, включающая: а) туры, объединенные их целесообразностью (познавательные, оздоровительные и т. п.); б) туристско-экскурсионные услуги (размещение, питание, транспортные услуги и др.); в) товары туристско-сувенирного назначения (карты, открытки, сувениры, и т. п.).

Туристский маршрут – заранее спланированная трасса передвижения туристов в течение определенного времени с целью получения туристских услуг, предусмотренных программой обслуживания.

Туристский экспорт – вывоз из страны туристских впечатлений, который сопровождается одновременным ввозом туристом денег в данную страну.

Туристский центр – место отдыха туриста, включающее все его рекреационные возможности: природные, культурно-исторические, экологические, этнические, социально-демографические, инфраструктурные.

Туристское впечатление – комплекс положительных эмоций и душевного состояния туриста, возникающий или достигнутый им в результате потребления туристского продукта (услуги, товара).

Туроператор – хозяйствующий субъект или индивидуальный предприниматель, который занимается разработкой туристских маршрутов, обеспечивает их функционирование, организует рекламу, устанавливает цены на туры турагентам для выпуска по ним путевок и последующей их реализации.

Туроператорская деятельность – деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем.

Туроператоры инициативные (туроператоры по отправке) – операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы своей страны по договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или напрямую с производителями туристских услуг. Классический инициативный туроператор формирует туры, комплектуя их из услуг местных туроператоров, обеспечивает проезд к месту начала путешествия и обратно, а также предоставление внутри маршрутного транспорта.

Туроператоры рецептивные – туроператоры на приеме, формирующие туры в местах приема и обслуживания туристов на основе прямых договоров с производителями туристских услуг.

Туристский регион – пространственно определенная территория, на которой располагаются туристские аттракторы и инфраструктура, обслуживающая посетителей.

Туристский потенциал – способность определенного региона к максимально возможному производству услуг туризма и гостеприимства по конкретной номенклатуре в условиях наилучшего использования имеющихся ресурсов при наиболее совершенной и эффективной технологии и организации производства услуг и труда персонала.

Туроператорская деятельность – деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем.

Туродень – натуральный показатель объема деятельности туристских хозяйствующих субъектов. Туродни – количество дней, проведенных туристами в данной стране (в практике большинства стран этот показатель называют количеством ночевков или койко-днями).

Турпакет – совокупность материальных и нематериальных услуг туризма. Турпакет состоит из четырех основных компонентов: 1) место назначения; 2) транспорт как средство передвижения до места назначения; 3) размещение, т. е. место (отель), которое предлагается туристу в месте назначения на то время, пока он путешествует; 4) трансфер – доставка туриста автотранспортом от места прибытия, расположенного в стране пребывания (аэропорт, гавань, железнодорожная станция), к месту размещения (отель).

У

Услуги дополнительные туристско-экскурсионные – услуги, не предусмотренные ваучером или путевкой, доводимые до потребителя в режиме его свободного выбора, не входят в основную стоимость путевки (прокат, телефон, бытовое обслуживание, почта, обмен валюты, дополнительное питание, общественный транспорт, рент-кар, хранение вещей, развлечения, резервирование мест, коммерческое ТВ, видео, приобретение билетов, пользование мини-баром и т. п.).

Ф

Фактор – причина, источник воздействия на систему, определяющий ее состояние.

Финансовая устойчивость – способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внешней и внутренней среде, гарантирующая его постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска.

Финансовый механизм – совокупность финансовых стимулов, рычагов, инструментов, форм и способов регулирования экономических процессов и отношений (цены, налоги, пошлины, льготы, штрафы, санкции, дотации, субсидии, банковский кредитный и депозитный процент, учетная ставка, тарифы).

Фонды основные – совокупность материально-вещественных ценностей (в стоимостном выражении), служащих в течение длительного периода времени и утрачивающих свою стоимость по частям. Основные фонды как средство труда многократно используются в хозяйственном процессе, не изменяя при этом свою вещественно-натуральную форму.

Фонды оборотные – активы, целиком потребляемые в одном производственном цикле и полностью переносящие свою стоимость на изготавливаемый продукт. Оборотные производственные фонды состоят из предметов труда, средств труда, незавершенного производства, расходов будущих периодов.

Фотель – плавающая гостиница.

Ц

Цена – денежное выражение стоимости товара (услуги), показатель ее величины.

Ч

Чартер – договор фрахтования водного или воздушного судна на определенный рейс, заключающийся между фрахтовщиком и фрахтователем; может заключаться на один рейс, на несколько последовательных рейсов, на определенное время (тайм-чартер), а также по времени – заблаговременно либо в срочном порядке (промпт).

Экскурсант – временный посетитель, находящийся менее 24 часов в стране (месте) посещения.

Экскурсия – коллективное посещение музея, достопримечательного места, выставки и т. п.; поездка, прогулка с образовательной, научной, спортивной или увеселительной целью.

Экономика туризма – деятельность предприятий туристской индустрии по удовлетворению неограниченных потребностей туристов при ограниченных туристских ресурсах с определенной степенью эффективности их использования. По своей структуре экономика туризма представляет: 1) совокупность производственных отношений, возникающих в туризме; 2) рациональное использование всех ресурсов туризма; 3) науку, изучающую отраслевые аспекты экономических (производственных) отношений в туризме.

Эффект экономический от развития туризма в регионе – создание дополнительных рабочих мест в туристской индустрии, повышение занятости населения, а также стимулирование развития слабых в экономическом отношении регионов.

Эффективность – соответствие результатов общественно полезной деятельности поставленным задачам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Александрова, А. Ю. Международный туризм : учебное пособие для вузов / А. Ю. Александрова. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 464 с.
2. Балабанов, И. Т. Экономика туризма : учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 176 с.
3. Биржаков, М. Б. Введение в туризм / М. Б. Биржаков. – 9-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Издательский дом Герда, 2007. – 576 с.
4. Боголюбов, В. С. Экономика туризма: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская. – М. : Академия, 2005. – 192 с.
5. Бурменко, Т. Д. Сфера услуг: экономика : учеб. пособие / Т. Д. Бурменко, Н. Н. Даниленко, Т. А. Туренко; под ред. Т. Д. Бурменко. – М. : КНОРУС, 2007. – 328 с.
6. Быстров, С. А. Финансовый менеджмент в туризме / С. А. Быстров. – СПб. : Издательский дом Герда, 2006. – 240 с.
7. Быстров, С. А. Туризм: макроэкономика и микроэкономика / С. А. Быстров, М. Г. Воронцова. – СПб. : Издательский дом Герда, 2008. – 464 с.
8. Вечканов, Г. С. Современная экономическая энциклопедия / Г. С. Вечканов, Г. Р. Вечканова. – СПб. : Лань, 2002. – 880 с., ил. – (Учебники для вузов. Специальная литература).
9. Гвозденко, А. А. Логистика в туризме : учеб. пособие / А. А. Гвозденко. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 272 с.
10. Горбылева, З. М. Экономика туризма : учеб. пособие / З. М. Горбылева. – Мн. : БГЭУ, 2004. – 478 с.
11. Грибов, В. Д. Экономика предприятия сервиса : учеб. пособие / В. Д. Грибов, А. Л. Леонов. – М. : КНОРУС, 2006. – 280 с.
12. Гуляев, В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие / В. Г. Гуляев. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 304 с.
13. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович. – 3-е изд., стереотип. – Мн. : Новое знание, 2003. – 496 с.
14. Замедлина, Е. А. Экономика отрасли: туризм : учеб. пособие / Е. А. Замедлина, О. Н. Козыпева. – М. : Альфа-М: ИНФРА-М, 2007. – 205 с. – (Серия «ПРОФиль»).
15. Запесоцкий, А. С. Стратегический маркетинг в туризме: Теория и практика / А. С. Запесоцкий. – СПб. : СПбГУП, 2003. – 352 с.
16. Зорин, И. В. Энциклопедия туризма : справочник / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 368 с.

17. Ефимова, О. В. Финансовый анализ / О. В. Ефимова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Бухгалтерский учет, 1999. – 352 с. (Библиотека журнала «Бухгалтерский учет»)
18. Кабушкин, Н. И. Менеджмент туризма : учеб. пособие / Н. И. Кабушкин. – Мн. : БГЭУ, 1999. – 644 с.
19. Квартальнов, В. А. Туризм : учебник / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 320 с.
20. Квартальнов, В. А. Теория и практика туризма / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2003.
21. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб. пособие / А. Б. Косолапов, Т. И. Елисеева. – М. : КНОРУС, 2005. – 208 с.
22. Крутик, А. Б. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / А. Б. Крутик, М. В. Решетова. – М. : Издательский центр «Академия», 2007. – 224 с.
23. Маршалова, А. С. Управление экономикой региона : учеб. пособие / А. С. Маршалова, А. С. Новоселов. – Новосибирск : Сибирское соглашение, 2001. – 404 с.
24. Лысенко, Н. Н. Экономика туризма в схемах и таблицах: учеб. пособие / Н. Н. Лысенко. – Южно-Сахалинск : СахГУ, 2005. – 76 с.
25. Лысенко, Н. Н. Экономика гостиничных и ресторанных предприятий : учеб. пособие / Н. Н. Лысенко. – Южно-Сахалинск : Сахалинское книжное изд-во, 2008. – 140 с.
26. Манильская декларация по мировому туризму / В. Д. Уваров, К. Г. Борисов. Международные туристские организации : справочник. – М. : Международные отношения, 1990.
27. Международный маркетинг : учеб. пособие для вузов / Г. А. Васильев, Л. А. Ибрагимов, Н. Г. Каменева и др. ; под ред. Г. А. Васильева, Л. А. Ибрагимова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 199 с.
28. Менеджмент туризма. Финансы и бухгалтерский учет в туризме : учебник. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 323 с.
29. Менеджмент туризма. Экономика туризма : учебник. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 320 с.
30. Менеджмент туризма. Основы деятельности : учебник. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 288 с.
31. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности : учебник. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 288 с.
32. Менеджмент туризма. Туризм как объект управления : учебник. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 288 с.

33. Менеджмент туризма. Туризм и отраслевые системы : учебник. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 272 с.

34. Организация туризма : учеб. пособие / А. П. Дурович, Н. И. Кабушкин, Т. М. Сергеева и др. ; под общ. ред. Н. И. Кабушкина и др. – Мн. : Новое знание, 2003. – 632 с.

35. Планирование на предприятиях туризма: учеб. пособие для вузов / Е. И. Богданов, О. Н. Кострюкова, В. П. Орловская, П. М. Фенин; под ред. Е. И. Богданова. – СПб. : Издательский дом «Бизнес-пресса», 2003. – 288 с.

36. Помелова, Е. В. «Въездной туризм и его влияние на социально-экономическое развитие региона» [Электронный ресурс] : дис. ... канд. экон. наук / Е. В. Помелова. – М. : РГБ, 2006 (Из фондов Российской Государственной библиотеки).

37. Саак, А. Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных. – СПб. : Питер, 2008. – 512 с. : ил. – (Серия «Учебное пособие»).

38. Севастьянова, С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства : учеб. пособие / С. А. Севастьянова. – М. : КНОРУС, 2007. – 256 с.

39. Соболева, Е. А. Финансово-экономический анализ деятельности туристской фирмы : учебно-методическое пособие / Е. А. Соболева, И. И. Соболев. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 128 с.

40. Соболева, Е. А. Статистика туризма: Статистическое наблюдение : учеб. пособие / Е. А. Соболева. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 160 с. : ил.

41. Туризм и гостиничное хозяйство : учеб. пособие. – М. : ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д. : Издательский центр «МарТ», 2003. – 352 с.

42. Черняк, В. З. Основы экономики в схемах и таблицах / В. З. Черняк. – М. : Экзамен, 2003. – 352 с.

43. Экономика организаций (предприятий) : учебник для вузов / под ред. проф. В. Я. Горфинкеля, проф. В. А. Швандара. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 608 с.

44. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Е. Л. Драчева, Д. В. Забаев, Д. К. Исмаев и др. ; под ред. И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчевой. – 3-е изд., стереотип. – М. : КНОРУС, 2007. – 576 с.