

Министерство образования и науки Российской Федерации
Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова
Кафедра регионоведения и туризма

Экономика туризма

Методические указания

Рекомендовано
Научно-методическим советом университета
для студентов, обучающихся по специальности
Социально-культурный сервис и туризм

Ярославль 2011

УДК 94+33
ББК У9(2)43я73
Э 40

Рекомендовано

*Редакционно-издательским советом университета
в качестве учебного издания. План 2010/2011 учебного года*

Рецензент

кафедра регионоведения и туризма Ярославского
государственного университета им. П. Г. Демидова

Составитель И. Г. Мельникова

Э 40 **Экономика туризма:** метод. указания / сост.
И. Г. Мельникова; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова.
– Ярославль : ЯрГУ, 2011. – 60 с.

Методические указания составлены в соответствии с Государственным образовательным стандартом и представляют собой руководство для выполнения практических занятий, рассчитанных на 34 академических часа.

Предназначены для студентов, обучающихся по специальности 100103.65 Социально-культурный сервис и туризм (дисциплина «Экономика и предпринимательство в СКСиТ», блок ОПД), очной формы обучения.

УДК 94+33
ББК У9(2)43я73

© Ярославский государственный
университет им. П. Г. Демидова,
2011

Введение

Экономика туризма – это особая часть национального, регионального и мирового хозяйства. Как отдельная отрасль науки она относительно молода и находится в процессе становления. Туризм является самым стабильно развивающимся сектором современной экономики. В России не хватает специалистов, обладающих необходимыми компетенциями для работы в условиях туристского рынка, поэтому подготовка специалистов в области туристского предпринимательства предполагает изучение дисциплины «Экономика туризма».

Дисциплина «Экономика туризма» содействует формированию глубоких знаний и практических навыков определения экономической эффективности туризма, способствует развитию экономического мышления, базируется на знаниях студентами теоретических основ экономики, изученных на 1-м курсе, и преподается на 2-м курсе. В ходе изучения данного курса студенты должны овладеть методами проведения анализа показателей деятельности предприятий туристской индустрии, составления смет и калькуляций, экономического обоснования бизнес-планов.

Одновременно предполагается написание каждым студентом небольшого реферата по самостоятельно выбранной тематике, составленного по специальной туристской периодике: 1) гостиница и ресторан: бизнес и управление; 2) современные проблемы сервиса и туризма (научно-практический журнал); 3) туризм: право и экономика; 4) туризм: практика, проблема, перспектива; 5) туристические и гостиничные услуги: бухгалтерский учет и налогообложение; 6) PRO отель. Реферат должен состоять из 10–12 страниц (Times New Roman, кегль 14, полуторный интервал), содержать введение и заключение, а также необходимо ссылаться на пять и более наименований литературы или интернет-материалов. Запрещается сдавать работы, представленные в готовом виде в Интернет.

Тема 1. Введение в экономику туризма

Занятие 1–3. Оценка роли туризма в экономике

Экономика туризма – прикладная наука, изучающая поведение людей и групп в процессе производства, распределения, обмена и потребления туристских продуктов, в целях удовлетворения потребностей, при ограниченности туристских ресурсов и конкуренции за их использование.

Сегодня туризм – самый стабильно развивающийся сектор экономики, серьезно влияющий на экономику стран и регионов. Это индустрия международного масштаба, сравнимая по эффективности с нефтегазодобывающей промышленностью и автомобилестроением. Согласно программе ЮНВТО, к 2020 г. доходы от туризма возрастут в 4,5 раза (до 2 000 млрд долл.) и превысят доходы от продажи нефти. Многие страны значительную часть своего благосостояния построили на доходах от туризма (например, Швейцария, Австрия, Болгария). Туризм стимулирует развитие других отраслей экономики: производства товаров народного потребления, торговли, сельского хозяйства, связи и др. Причины привлекательности туристского бизнеса: небольшие инвестиции, растущий спрос на туристские услуги, высокий уровень рентабельности и минимальный срок окупаемости затрат. В туризме рост объемов предоставляемых услуг приводит к увеличению числа рабочих мест намного быстрее, чем в других отраслях.

Туристскую индустрию можно рассматривать как совокупность средств размещения, объектов общественного питания, средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного значения, организаций, осуществляющих туристическую деятельность. Однако в Общероссийском классификаторе отсутствует туризм как самостоятельная отрасль, он рассматривается как отраслевая подгруппа. В реальной хозяйственной жизни туризм базируется на межотраслевой производственной кооперации. Туристский комплекс – это функциональная подсистема, выражающая взаимосвязь, взаимодействие собственно туризма и сопряженных с ним отрас-

лей экономики по производству туристских продуктов, товаров и услуг и их реализации.

Важной проблемой в настоящее время является отсутствие правильно организованного статистического учета туристской деятельности, когда экономические показатели туризма «растворяются» в данных других отраслей народного хозяйства.

Мировой экономический кризис, начавшийся в 2008 г., привел к спаду мирового туризма. Однако индустрия туризма продолжает развиваться, повышается его роль в экономике и социальной сфере. Эксперты считают, что индустрия туризма станет одной из самых быстрорастущих в мире. Так, уже в 2010 г. российский выездной туризм показал самый большой результат за последние 10 лет (на 32% выросло число поездок россиян за рубеж на отдых). Оценка динамики показателей осуществляется по абсолютным и относительным отклонениям. Абсолютные изменения (отклонения) рассчитываются как разница между последним и предыдущим значениями показателя. Относительные отклонения определяются отношением последнего значения показателя к предыдущему.

Практическое задание № 1

1. По данным Российского союза туриндустрии, Росстата и Федерального агентства по туризму: Въезд иностранных граждан в Россию в 1995–2010 гг., по целям поездок (млн прибытий):

Въезд иностранных граждан в Россию в 1995–2010 гг., по целям поездок (млн прибытий)

<i>Цель поездки</i>	<i>1995</i>	<i>2000</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>
Всего	10,3	21,2	23,7	21,3	22,3
Служебная	2,9	3,2	4,1	3,9	4,4
Туризм	1,8	2,6	2,3	2,1	2,1
Частная	3,9	13,4	15,1	13,4	-
Транзит	0,9	0,4	0,4	0,3	-
обслуживающий персонал	0,8*	1,6	1,7	1,6	-

* Водители автотранспортных средств и экипажи морских, речных и воздушных судов, бригады железнодорожного транспорта

2. Рассчитайте динамику въезда иностранных граждан по целям поездок в Россию за 1995-2010 гг. Результаты расчетов оформите в виде таблицы:

Цели поездок	2000–1995 гг.		2008–2000 гг.		2009–2008 гг.		2010–2009 гг.	
	Абс.	Отн.	Абс.	Отн.	Абс.	Отн.	Абс.	Отн.
Служебная								
Туризм								
Частная								
Транзит								
Обслуживающий персонал								
Всего:								

Практическое задание № 2

1. По данным Российского союза туриндустрии, Росстата и Федерального агентства по туризму (см. табл. «Выезд российских граждан за границу в 1995–2009 гг., по целям поездок»).

2. Рассчитайте динамику выезда российских граждан за границу в 1995–2009 гг. по целям поездок во все страны;

3. Рассчитайте динамику выезда российских граждан за границу в 1995–2009 гг. по целям поездок в страны дальнего зарубежья;

4. Рассчитайте динамику выезда российских граждан за границу в 1995–2009 гг. по целям поездок в страны СНГ.

Результаты расчетов оформите в виде таблицы.

**Выезд российских граждан за границу в 1995–2009 гг.,
по целям поездок (тыс. поездок)**

	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Все страны											
Всего	21329	18371	17939	20343	20468	24410	28476	28920	34219	36487	34276
в том числе по целям поездок:											
служебная	3249	2163	2529	2595	2516	2285	2357	2340	2162	1968	1294
туризм	2607	4485	4191	5044	5640	6557	6785	7752	9369	11314	9542
частная	13803	10088	9490	10837	10330	13604	17205	16957	20232	20667	21404
транзит	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
обслуживающий персонал*	1670	1635	1729	1867	1982	1964	2129	1871	2456	2538	2006
Страны дальнего зарубежья											
Всего	8396	9819	10402	11436	11645	13147	14838	15495	18691	20464	21641
в том числе по целям поездок:											
служебная	1696	161	1651	2064	1985	1748	1864	1900	1712	1614	1043
туризм	2555	4252	3972	4426	4615	5791	6405	7132	9041	10822	9192
частная	2925	2867	3172	3600	3614	4194	5149	5247	6070	6072	9881
транзит	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

обслуживающий персонал	1220	1089	1307	1346	1431	1414	1420	1217	1868	1956	1526
Страны СНГ											
Всего	12933	8552	7537	8907	8823	11263	13638	13263	15527	16023	12605
в том числе по целям поездок:											
служебная	1553	552	578	531	531	537	493	442	450	354	252
туризм	52	233	219	618	1025	766	380	621	328	492	350
частная	10878	7221	6318	7237	6716	9410	12056	11711	14162	14595	11523
транзит	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
обслуживающий персонал	450	546	422	521	551	550	709	489	587	582	480

* Водители автотранспортных средств и экипажи морских, речных и воздушных судов, бригады железнодорожного транспорта

Практическое задание № 3

Определите динамику среднедушевых расходов туристов, въехавших на территорию Российской Федерации, если имеются следующие статистические данные:

<i>Среднедушевые расходы в РФ, долл.</i>	<i>Базовый год</i>	<i>Отчетный год</i>
- граждан дальнего зарубежья	572	716
- граждан СНГ	189	293

Результаты расчетов оформите в виде таблицы:

<i>Среднедушевые расходы в РФ, долл.</i>	<i>Значение</i>		<i>Отклонения</i>	
	<i>Базо- вый год</i>	<i>Отчет- ный год</i>	<i>Абс.</i>	<i>Отн.</i>
- граждан дальнего зарубежья				
- граждан СНГ				

Тема 2. Основные факторы развития туристской отрасли

Занятие 4–6. Оценка факторов развития туристской отрасли

Экономика – это взаимодействие факторов производства. К основным факторам относятся земля, капитал, труд.

Земля как фактор производства является основным фактором для отдельных видов туризма (спортивного, аграрного и др.), для базовых туристских предприятий (пансионатов, домов отдыха, турбаз). В России земля обладает относительной дешевизной, что в целом определяет высокую рентабельность туристского бизнеса. Цена земли для туристских целей определяется уровнем экологичности, близостью туристских объектов к местам проживания (крупным населенным пунктам), наличием объектов культуры и памятных мест. Цена земли связана с уровнем арендной

платы. В России принято стоимость земли определять как 20-летнюю аренду. Методика расчета арендной платы основана на показателях занимаемой площади и числе мест размещения (например, в аграрном туризме это соотношение 1 человек на 1 км²).

Капитал – это стоимость, которая приносит доход и может быть воплощена в денежных, материальных и нематериальных активах. Капитал в качестве фактора производства делится на основной и оборотный. Основной капитал (актив) туристского предприятия – это часть капитальных средств, участвующих в производстве длительное время в течение многих циклов. Оборотный капитал (актив) участвует и полностью расходуется в течение одного производственного цикла. Оценка основных средств проводится по видам:

- полная первоначальная стоимость включает все фактические затраты на строительство, приобретение, транспортировку, монтаж объекта;

- восстановительная стоимость – стоимость воспроизводства основных средств по современным ценам; применяется для того, чтобы основные средства с разными сроками службы можно было оценивать по единым ценам. Восстановительная стоимость устанавливается в результате переоценки с использованием индексации (коэффициентов переоценки) или прямого пересчета по документально подтвержденным рыночным ценам;

- остаточная стоимость – это расчетная величина, определяемая как разность между первоначальной (восстановительной) стоимостью и суммой износа (амортизации).

Оборотные средства оцениваются по их фактической себестоимости, которая определяется исходя из затрат на их приобретение и изготовление, включая оплату процентов за приобретение в кредит, предоставленный их поставщиками, наценки (надбавки), комиссионные вознаграждения, уплаченные снабженческим, внешнеэкономическим организациям, стоимость услуг товарных бирж, таможенные пошлины, расходы на транспортировку, хранение и доставку, осуществляемую силами сторонних организаций.

Труд – это осознанная, целесообразная деятельность людей, требующая значительных затрат физической и умственной энергии, осуществления работы, завершающейся полезным, нужным результатом. Количество и качество труда определяет величину заработной платы, которая устанавливается либо в виде должностного оклада, либо по тарифной сетке (ставке), либо в соответствии с контрактом, но не может быть ниже уровня минимальной заработной платы. Верхний предел заработной платы в условиях рыночной экономики обычно не ограничивается, но должностные оклады имеют верхний предел.

Практическое задание № 1

Выполните экономическое обоснование цены земельного участка для турбазы, расчет оформите в таблице.

Таблица

Расчет цены земельного участка

<i>№ n/n</i>	<i>Показатель</i>	<i>Расчет</i>	<i>Значение</i>
	Предполагаемые затраты:		
1	- арендная плата за 1 км ² в год, тыс. руб.		30
2	- занимаемая площадь, км ²		25
3	- арендная плата за общую площадь, тыс. руб.	п. 1 * п. 2	
4	- цена земли, тыс. руб.		
	Расчет планируемой прибыли:		
5	- сезонный период, дн.		150
6	- стоимость туродня, руб.		200
7	- число мест размещения, ед.		
8	- выручка за сезон, тыс. руб.	п. 5 * п. 6 * п. 7	
9	- прибыль, тыс.руб.	п. 8*0,3	
10	Срок окупаемости капитальных вложений в земельный участок, лет	п. 4/п. 9	

Практическое задание № 2

Определите первоначальную стоимость оборудования для ресторана, если:

- цена его покупки составила 210 тыс. руб.;

- затраты на транспортировку 34 тыс. руб.;
- стоимость его монтажа 16 тыс. руб.

Практическое задание № 3

Определите восстановительную стоимость здания гостиницы, если его первоначальная стоимость составляет 3 780 тыс. руб., коэффициент переоценки – 1,1.

Практическое задание № 4

Определите остаточную стоимость транспортного средства турфирмы, если его первоначальная стоимость составляет 190 тыс. руб., сумма износа – 84 тыс. руб.

Практическое задание № 5

Определить фактическую себестоимость приобретенных продуктов для предприятия общественного питания, если цена их приобретения составила 560 тыс. руб., комиссионное вознаграждение снабженческой организации – 10% от цены, расходы на транспортировку – 8 тыс. руб.

Практическое задание № 6

Определите заработную плату менеджера турфирмы за месяц, если его должностной оклад составляет 5 тыс. руб., ему установлена доплата в размере 10% от объема продаж, его личный объем продаж за месяц – 640 тыс. руб.

Тема 3. Механизм туристского рынка и его элементы

Занятие 7–9. Оценка конъюнктуры туристского рынка

В основе функционирования механизма туристского рынка лежат законы стоимости (ценности), полезности, спроса и предложения, конкуренции, прибыли и др. Они реализуются через различные типы цен туристских продуктов. Экономическое положение субъектов туристского рынка зависит от рыночной конъюнктуры.

Рыночная конъюнктура представляет собой совокупность складывающихся на рынке туристских продуктов в каждый данный момент времени экономических условий, при которых осу-

ществляется процесс реализации. Она определяется экономическими показателями, отражающими состояние туристского рынка: соотношением спроса и предложения, уровнем цен, емкостью рынка, состоянием туристских продуктов, платежеспособными возможностями туристов как потребителей и др.

Спрос показывает количество туристского продукта, которое туристы готовы купить по некоторой цене из возможных в течение определенного периода времени цен. Реальный спрос – размер фактической реализации турпродуктов за определенный срок, выраженный в натуральных или стоимостных показателях. Величинами измерения потенциального спроса являются численность потенциальных потребителей и размер потенциальных продаж (в натуральном и стоимостном выражении). Основные методы прогнозирования спроса:

- экстраполяция (распространение) – позволяет прогнозировать темпы роста продажи товаров исходя из тенденций, сложившихся в прошедшем периоде;

- экспертные оценки – метод основан на получении объективных оценок как результат субъективных мнений специалистов.

Предложение – это совокупность турпродуктов с определенными ценами, которые находятся на туристском рынке и их могут или намерены продать производители-продавцы. Предложение увеличивается с ростом цен и уменьшается при их снижении.

Практическое задание № 1

Определите динамику реального спроса на новогодние туры за период, если по данным статистики оценка расходов потребителей на покупку новогодних туров составила: в базовом году 325 туров на сумму 4 877 тыс. руб., в отчетном году – 368 туров на сумму 5 923 тыс. руб.

Практическое задание № 2

1. Составьте прогноз спроса на услуги для гостиницы на 2011 г. методом экстраполяции при наличии следующих данных:

<i>Показатель</i>	<i>2007 г.</i>	<i>2008 г.</i>	<i>2009 г.</i>	<i>2010 г.</i>	<i>2011 г.</i>
Объем реализованных услуг, млн руб.	35,7	33,4	33,8	36,2	

2. Напишите обоснование прогнозируемой величины потенциального спроса на гостиничные услуги.

Практическое задание № 3

1. Проведите анализ предложения любого туристского продукта (по Вашему выбору) в г. Ярославле.

Тема 4. Туристский комплекс – многоотраслевая функциональная подсистема национального хозяйства

Занятие 10–13. Определение структуры туристского комплекса

Туристский комплекс представляет собой функциональную многоотраслевую подсистему, выражающую взаимодействие собственно туризма и сопряженных с ним отраслей экономики по производству туристских продуктов, товаров и услуг и их реализации. Современная статистика не позволяет точно определить туристскую составляющую в национальной экономике.

В туристском комплексе можно выделить четыре сферы: 1) производство средств производства для индустрии туризма – производственные предприятия, обеспечивающие туристский комплекс; 2) собственно индустрия туризма, состоящая из четырех сегментов: транспортных перевозок, размещения, питания, развлечений; 3) реализация туристских продуктов, товаров, услуг – сегмент туроператоров, турагенств, специализированных магазинов; 4) туристское образование – образовательные учреждения, ведущие подготовку специалистов туристского профиля.

Соотношение между отдельными элементами целого, выраженное в процентах, называют структурой. В экономике определяют структуру туристского комплекса в целом или структуру его отдельных сфер, т. е. выясняют, каков удельный вес отдельных составляющих целого элементов.

Практическое задание № 1

Определите динамику функционирования сегмента транспортных перевозок в России, используя следующие статистические данные (млн чел.):

<i>Вид транспорта</i>	<i>1992 г.</i>	<i>1995 г.</i>	<i>2000 г.</i>	<i>2005 г.</i>	<i>2007 г.</i>
Транспорт всего, в т. ч.:	47 885	44 943	44 745	29 390	23 074
- железнодорожный	2 372	1 883	1 419	1 339	1 278
- автобусный	24 874	22 817	22 892	15 636	12 559
- таксомоторный	266	66	16	6	8
- трамвайный	8 071	7 540	7 421	4 123	2 660
- троллейбусный	8 619	8 475	8 759	4 653	2 972
- метрополитен	3 567	4 150	4 186	3 574	3 528
- морской	9	3	1,1	1,3	1,4
- внутренний водный	44	27	28	21	21
- воздушный	63	32	23	37	47

Результаты расчетов оформите в таблице.

Практическое задание № 2

Определите динамику численности гостиничных предприятий в России, используя следующие статистические данные:

	1993 г.	2000 г.	2005 г.	2009 г.
Число гостиниц	6 258	4 182	4 812	6 500

Результаты расчетов оформите в таблице.

Практическое задание № 3

Определите структуру предпочтений туристов при выборе средств транспорта по результатам опроса потенциальных пассажиров, которые отдали предпочтение: железнодорожному транспорту – 611 чел.; авиационному – 430 чел.; автобусному – 214 чел.; водному транспорту – 243 чел.; иному транспорту – 69 чел.

Результаты расчетов оформите в таблице.

Практическое задание № 4

На примере самостоятельно выбранного предприятия общественного питания проведите анализ ценового диапазона предлагаемых продуктов (минимальная и максимальная цена).

Тема 5. Оценка основных средств предприятий туриндустрии

Занятие 14–18. Расчет показателей использования основных средств

Основные средства (основные производственные фонды) – это часть средств производства, которые целиком участвуют в ряде производственных циклов, сохраняя при этом полностью свою натуральную форму, обладают стоимостью и постепенно переносят ее на вновь создаваемый продукт. Для оценки уровня использования основных средств предприятий применяются различные показатели.

Амортизационные отчисления – это доли стоимости основных средств, которые входят как элемент в себестоимость продукции и переносятся на изготавливаемый продукт в виде ежемесячных отчислений в течение всего срока службы основных средств. Амортизационные отчисления осуществляются по нормам. Нормы амортизации – это установленный в процентах размер амортизации за определенный период времени по конкретному основному средству. Согласно постановлению Правительства Российской Федерации от 01.01.2002 г. № 1 «О Классификации основных средств, включаемых в амортизационные группы», все основные средства подразделяются на группы в соответствии со сроками полезного использования. Существует 10 амортизационных групп. Наиболее распространенный способ расчета амортизации (А) – линейный способ, при котором годовая сумма амортизационных отчислений определяется умножением первоначальной стоимости объекта основных средств (ОС) на норму амортизации (Н): $A = ОС * Н$. Норма амортизации рассчитывается, исходя из срока полезного использования основного средства (Т): $H = (1/T) * 100\%$.

Главным показателем использования основных средств предприятия является фондоотдача (ФО), определяемая отношением годового объема выпуска продукции (ВП) в денежном выражении к среднегодовой стоимости основных средств (ОС): $ФО = ВП / ОС$.

Другой обобщающий показатель – фондоемкость (ФЕ) продукции – величина, обратная фондоотдаче, показывает долю стоимости основных средств, приходящихся на рубль выпускаемой продукции: $ФЕ = 1 / ФО$.

Показатель фондовооруженность (ФВ) труда рассчитывается как отношение стоимости основных средств к числу работников: $ФВ = ОС / Ч$, где Ч – численность работников.

Практическое задание № 1

Рассчитать норму амортизацию, амортизационные отчисления за год и за месяц (линейным способом), остаточную стоимость основных средств через год после введения их в эксплуатацию:

- персональный компьютер (срок полезного использования 2 года, первоначальная стоимость 24 тыс. руб.);
- туристское судно (срок полезного использования 5 лет, первоначальная стоимость 120 тыс. руб.);
- автобус малый (срок полезного использования 4 года, первоначальная стоимость 240 тыс. руб.).

Практическое задание № 2

Рассчитать сумму амортизационных отчислений оборудования кофейни за месяц:

<i>Наименование</i>	<i>Кол-во, шт.</i>	<i>Стои- мость, тыс. руб.</i>	<i>Норма амортизации годовая, %</i>
Барная стойка	1	210	30
Кофе-машина	2	72	25
Плита	1	43	20
Посудомоечная машина	1	52	
Холодильник	1	96	33

Практическое задание № 3

Рассчитать показатели использования основных производственных фондов фирмы и их изменения в отчетном году по сравнению с базовым годом.

Данные базового года:

среднегодовая стоимость основных производственных фондов – 206 тыс. руб.;

годовой объем выручки – 240 тыс. руб.

численность работников – 67 чел.

Данные отчетного года:

среднегодовая стоимость основных производственных фондов – 199 тыс. руб.;

годовой объем выручки – 210 тыс. руб.;

численность работников – 67 чел.

Тема 6. Оценка оборотных средств предприятий туриндустрии

Занятие 19–23. Расчет показателей использования оборотных средств

Оборотные средства (оборотные фонды) – часть средств производства, которая участвует в одном производственном цикле, меняет свою натуральную форму и полностью переносит свою стоимость на производимую продукцию. Соотношение между отдельными элементами оборотных средств, выраженное в процентах, называется структурой оборотных средств.

К важнейшим показателям эффективности использования оборотных фондов относятся коэффициенты оборачиваемости, коэффициент загрузки и длительность одного оборота оборотных средств.

Коэффициент оборачиваемости (КО) оборотных средств определяется отношением объема реализации продукции (РП) к среднему остатку оборотных средств (ОбС): $КО = РП / ОбС$.

Этот показатель характеризует отдачу оборотных средств или сколько приходится рублей продукции на каждый один рубль используемых фондов.

Коэффициент (КЗ) загрузки оборотных фондов является обратным показателем коэффициента оборачиваемости и характеризует, сколько рублей фондов приходится на каждый один рубль продукции: $КЗ = ОбС / РП$.

Длительность (ДО) оборота оборотных фондов определяется отношением количества дней (КД) в плановом периоде к коэффициенту оборачиваемости (КО): $ДО = КД / КО$.

Практическое задание № 1

Определить структуру оборотных средств туристского предприятия:

<i>Состав</i>	<i>Сумма, тыс. руб.</i>	<i>Удельный вес, %</i>
- сырье	734	
- готовая продукция	249	
- дебиторская задолженность	108	
- денежные средства	1 183	
Итого:		100

Практическое задание № 2

Определить динамику структуры оборотных средств гостиницы:

<i>Состав</i>	<i>Сумма, тыс. руб.</i>	
	<i>2009 г.</i>	<i>2010 г.</i>
- сырье	7 842	6 735
- готовая продукция	2 348	919
- расходы будущих периодов	3 655	3 336
- дебиторская задолженность	10 763	15 005
- краткосрочные финансовые вложения	50 000	25 000
- денежные средства	22 010	21 805
Итого:		

Расчет оформить в виде таблицы:

<i>Состав</i>	<i>Удельный вес, %</i>		<i>Откло- нение</i>
	<i>2009 г.</i>	<i>2010 г.</i>	
- сырье			
- готовая продукция			
- расходы будущих периодов			
- дебиторская задолженность			
- краткосрочные финансовые вложения			
- денежные средства			
Итого:	100	100	

Практическое задание № 3

Рассчитать показатели использования оборотных средств туристского предприятия и их изменения в отчетном году по сравнению с базовым годом.

<i>Показатели</i>	<i>Значения</i>		<i>Изменения</i>	
	<i>Базовый год</i>	<i>Отчетный год</i>	<i>Абс.</i>	<i>Отн.</i>
Выручка, тыс. руб.	11 800	15 400		
Остатки оборотных средств, тыс. руб.	2 200	3 100		
Число дней в плановом периоде	360	360		
Коэффициент оборачиваемости				
Коэффициент загрузки				
Длительность одного оборота, дн.				

Тема 7. Организация оплаты труда на предприятиях туриндустрии

Занятие 24–26. Расчет заработной платы работников туриндустрии

Заработная плата – денежное вознаграждение за труд; часть стоимости созданного трудом продукта, дохода от его продажи, выдаваемая работнику предприятием, в котором он работает.

Основу организации заработной платы составляет тарифная система, представляющая собой совокупность норм и нормативов, с помощью которых предприятие регулирует уровень заработной платы в зависимости от квалификации работников, сложности условий труда, интенсивности работы и значимости отдельных видов труда. Основные элементы тарифной системы – тарифные ставки, тарифные сетки, тарифно-квалификационные справочники, применяемые для оплаты труда рабочих; схемы должностных окладов и квалификационный справочник служащих, применяемый при оплате их труда; районные коэффициенты к заработной плате; различные надбавки и доплаты, устанавливаемые для компенсации дополнительных трудовых затрат работников и стимулирования совмещения профессий.

Система оплаты труда – это способ соизмерения размера оплаты труда с его результатами (либо затратами). Существуют две основные системы оплаты труда: сдельная и повременная. Сдельная – оплата за каждую единицу продукции или выполненный объем работ: $Z_c = P * V$, где P – это сдельная расценка, т. е. оплата за каждую единицу продукции; V – выполненный объем работ.

Повременная – оплата за отработанное время: $Z_p = O * V_p$, где O – оплата за единицу времени, V_p – количество отработанного времени.

Сейчас эти системы практически не используются в чистом виде, а дополняются различными поощрительными системами, к которым относятся: система нормирования труда на основе учета операций (используется в различных структурах гостиничного комплекса); система интенсификации труда на основе увеличения норм обслуживания (применяется в экскурсионном бизнесе); различные системы премирования для увеличения объема продаж, а также использование гибкого графика рабочего времени, неполной рабочей недели, максимальной недельной нагрузки (используется в турфирмах).

Штатное расписание – это документ, в котором представлены номенклатура должностей служащих предприятия и соответствующие каждой должности размеры должностных окладов. Общая сумма должностных окладов всех работников образует фонд оплаты труда предприятия.

Практическое задание № 1

Рассчитать заработную плату работников турфирмы, если им установлена доплата в размере 10% от личного объема продаж:

1. Менеджер – оклад 6 тыс. руб., личный объем продаж 340 тыс. руб.;

2. Менеджер – оклад 5,5 тыс. руб., личный объем продаж 220 тыс. руб.

Практическое задание № 2

Рассчитать заработную плату работнику гостиницы, которому установлена норма оплаты за каждую операцию в размере 130 руб., всего за месяц он выполнил 52 операции.

Практическое задание № 3

Определите размер премии, которая будет выплачена работникам турпредприятия, если согласно положению по премированию ее размер составляет 15% от прибыли. Предприятие по итогам месяца получило прибыль 1,2 млн руб.

Практическое задание № 4

Составьте штатное расписание для кафе численностью не более 15 человек, определите фонд оплаты труда. Задание оформите в виде таблицы:

<i>Должность</i>	<i>Количество, чел.</i>	<i>Оклад, руб.</i>	<i>Сумма, руб.</i>
Итого:		-	

Тема 8. Управление затратами в туризме

Занятие 27–30. Определение себестоимости туристского продукта

Себестоимость туристского продукта – это выраженные в денежной форме затраты на формирование, продвижение и продажу турпродукта. Для определения себестоимости продукции составляют калькуляцию или смету. Калькуляция – это группировка затрат по статьям калькуляции. Установлена типовая группировка затрат по статьям калькуляции: сырье и материалы; возвратные отходы (вычитаются); покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних организаций; топливо и энергия на технологические цели; заработная плата производственных рабочих; отчисления на социальные нужды; расходы на подготовку и освоение производства; общепроизводственные расходы; общехозяйственные расходы; потери от брака; прочие производственные расходы; коммерческие расходы.

Итог первых 11 статей образует производственную себестоимость, итог всех 12 статей – полную себестоимость продукции.

Смета представляет собой группировку затрат в соответствии с их экономическим содержанием по следующим общепринятым

элементам: материальным затратам (за вычетом стоимости возвратных отходов); затратам на оплату труда; отчислениям на социальные нужды; амортизации; прочим затратам.

В ходе составления бизнес-планов открытия предприятий туристской индустрии все расходы делят на: текущие, имеющие частую периодичность (например, на сырье и материалы), и единовременные (однократные), связанные с подготовкой и освоением новых видов деятельности.

К прямым затратам при калькулировании турпродукта относятся затраты на приобретение в целях производства турпродукта прав на следующие услуги туристам: по размещению и проживанию; по транспортному обслуживанию; по питанию; по экскурсионному обслуживанию; по медицинскому обслуживанию; по визовому обслуживанию (другие затраты на оформление турпоездки); культурно-просветительского, развлекательного характера; по добровольному страхованию; по обслуживанию гидами и сопровождающими.

Практическое задание № 1

Рассчитать производственную и полную себестоимость продукции, если имеется следующая группировка затрат базы отдыха:

<i>Статьи</i>	<i>Сумма, тыс. руб.</i>
Сырье (питание, постельное белье...)	420
Возвратные отходы (питание...)	84
Покупные изделия, услуги производственного характера сторонних предприятий	160
Топливо и энергия	43
Заработная плата производственных рабочих	860
Отчисления на социальные нужды	292
Расходы на подготовку производства (ремонт помещений, переподготовка кадров)	180
Общепроизводственные затраты (производство продуктов питания, оплата труда бригадиров, руководителей подсобной организации)	170
Общехозяйственные расходы (канцтовары, оплата труда руководителей)	79
Потери от брака (незаполняемость помещений)	92

Прочие производственные расходы (командировки, междугородние переговоры)	44
Итого производственная себестоимость	
Коммерческие расходы (затраты на турагентов)	42
Всего полная себестоимость	

Практическое задание № 2

Определить структуру затрат кафе за месяц:

<i>Затраты</i>	<i>Сумма, тыс. руб.</i>	<i>Удельный вес, %</i>
Продукты	480	
Зарплата	59	
Отчисление на социальные нужды	20	
Аренда	160	
Коммунальные платежи	5	
Реклама	32	
Итого:		100

Практическое задание № 3

Составьте перечень расходов на открытие турагентства, сгруппировав все планируемые затраты на 2 вида: единовременные (разовые) и ежемесячные (текущие).

Практическое задание № 4

Составьте калькуляцию себестоимости любого туристского продукта (по Вашему выбору).

Занятие 31–33. Современные особенности классификации затрат в туриндустрии

Альтернативой отечественному подходу к калькулированию полной себестоимости является система «директ-костинг», которая учитывает не полную, а ограниченную себестоимость. Это себестоимость включает в себя только прямые или переменные затраты, т. е. затраты, непосредственно зависящие от изменения объемов производства услуг. Постоянные затраты – это затраты, величина которых не меняется с изменением объемов производства и реализации услуг (например, амортизация, аренда, зарплата директора).

Схема отчета о доходах туристского предприятия по системе «директ-костинг»:

<i>Показатель</i>	<i>Расчет</i>
1. Выручка от реализации услуг	
2. Переменные затраты	
3. Маржинальный доход	п. 1 – п. 2
4. Постоянные затраты	
5. Прибыль	п. 3 – п. 4

В настоящее время в управлении затратами на предприятиях используется также система «стандарт-кост», которая включает в себя разработку норм стандартов на затраты труда, материалов, накладных расходов, составление стандартной (нормативной) калькуляции и учет фактических затрат с выделением отклонений от стандартов (норм).

Практическое задание № 1

Определить динамику доходов турфирмы за период по системе «директ-костинг»:

<i>Показатель</i>	<i>Значение, тыс. руб.</i>		<i>Отклонение</i>	
	<i>Базовый год</i>	<i>Отчетный год</i>	<i>Абс.</i>	<i>Отн.</i>
Выручка от реализации услуг	2 180	1 840		
Переменные затраты	1 830	1 650		
Маржинальный доход				
Постоянные затраты	120	120		
Прибыль				

Практическое задание № 2

Определите отклонение фактических затрат кафе от плановых:

<i>Наименование статьи</i>	<i>Сумма, руб.</i>		<i>Отклонение</i>	
	<i>План</i>	<i>Факт</i>	<i>Абс.</i>	<i>Отн.</i>
Транспортные расходы	6 808	7 100		
Расходы на оплату труда	70 000	70 000		
Отчисления на социальные нужды	23 800	23 800		
Расходы на аренду и содержание зданий, оборудования и инвентаря	43 000	46 000		
Расходы на рекламу	1 350	1 350		
Итого:				

Тема 9. Ценообразование в туризме

Занятие 34–36. Экономические обоснование цены в туризме

Ценообразование – это процесс установления цены на конкретный товар или услугу. В общем виде цена равна себестоимости производства и реализации продукта (услуги) плюс прибыль. Обычно прибыль в этом случае определяется по показателю рентабельности (прибыльности) деятельности: $Пр = С * (П / 100\%)$, где $С$ – себестоимость, $П$ – рентабельность деятельности (как правило, ее значение принимают равным 20–30%).

В туризме используют три подхода к ценообразованию:

1. Формирование цены по составляющим элементам туристского продукта: транспорт, питание, проживание, досуг.

2. Расчет цены по этапам продвижения турпродукта на рынок (базовое предприятие, туроператор, турагент): $Цб$ – оптовая (отпускная) цена базового предприятия (дома отдыха, пансионата) – включает в себя себестоимость базового предприятия и его прибыль; оптовая цена туристской отрасли (туроператора) – складывается из отпускной цены базового предприятия + себестоимость туроператора и его прибыли; $Цр$ – розничная цена турпродукта – состоит из оптовой цены туристской отрасли + себестоимость и прибыль турагента.

$$Цр = Цб + Цт + Ца,$$

где $Цр$ – розничная цена турпродукта; $Цб$ – оптовая (отпускная) цена базового предприятия (дома отдыха, пансионата), включает в себя себестоимость базового предприятия и его прибыль; $Цт$ – себестоимости туроператора и его прибыль; $Ца$ – себестоимости турагента и его прибыль.

3. Определение цены на основе стратегии турпредприятия. Выделяют две основные стратегии: 1) стратегия скользящей, падающей цены («снятие сливок») – сначала устанавливают максимально высокую цену, ориентируясь в основном на лиц с высокими доходами; когда начальный спрос ослабевает, цену снижают до среднего уровня (лиц со средним доходом); процесс повто-

ряется до насыщения массового спроса; 2) стратегия преимущественной цены («прочное вхождение на рынок») основывается на достижении преимущества по отношению к конкурентам: по издержкам (цена ниже цен конкурентов); по качеству (цена выше цен конкурентов).

При установлении окончательной цены товара (услуги) применяется различная ценовая тактика: 1) стандартные цены, т. е. цена остается неизменной, не подвергается рыночным колебаниям, чтобы у покупателей возникала ассоциация определенного товара с определенной ценой. В туриндустрии для сохранения уровня цен на отдельные турпродукты меняют набор предлагаемых услуг; 2) гибкие цены, т. е. цена на аналогичные туруслуги будет меняться в зависимости от конъюнктуры: сезонности, наличия достопримечательностей, водоемов, гостиничного дизайна, развития коммуникаций, дополнительных услуг; 3) психологически привлекательные цены, т. е. цена устанавливается на несколько единиц ниже от какой-нибудь крупной суммы (например, цифра «9» в конце цены – «1 999 руб.»).

Практическое задание № 1

Определите цену турпродукта (по Вашему выбору), используя первый подход к ценообразованию – формирование цены по составляющим элементам туристского продукта.

Практическое задание № 2

Определите розничную цену турпродукта на основе ценообразования по этапам продвижения турпродукта на рынок, если показатель рентабельности деятельности составляет 30%:

- себестоимость пансионата – 8 тыс. руб.;
- себестоимость туроператора – 2 тыс. руб.;
- себестоимость турагента – 0,9 тыс. руб.

Практическое задание № 3

Для любого предприятия туристской индустрии (по Вашему выбору) проведите анализ ценовой политики конкурентов:

<i>Имя конкурента</i>	<i>Ценовая политика</i>	<i>Описание преимущества конкурента</i>

Практическое задание № 4

Рассчитайте цены на каждое блюдо в ресторане на основе предлагаемых калькуляционных карт:

<i>Порядковый номер калькуляции, название, дата утверждения</i>		<i>№ 1 Салат «Летний» от 01.02.2010</i>		
<i>№ п/п</i>	<i>Наименование продукта</i>	<i>норма, кг</i>	<i>цена, руб. коп.</i>	<i>сумма, руб. коп.</i>
1	Картофель молодой	1,6	20,00	
2	Огурцы свежие	2,13	60,00	
3	Помидоры свежие	1,88	70,00	
4	Лук зеленый	1,50	200,00	
5	Горошек зеленый консервированный	1,33	77,65	
6	Яйца (шт.)	30	3,00	
7	Сметана	2,4	100,00	
8	Соль	0,1	8,00	
9	Перец горошком	0,002	400,00	
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		—	—	
Цена за 100 блюд (с учетом наценки 100 %), руб. коп.				
Цена продажи 1 блюда, руб. коп.				
Выход одного блюда в готовом виде, г		100		

<i>Порядковый номер калькуляции, название, дата утверждения</i>		<i>№ 2 Рассольник от 01.02.2010</i>		
<i>№ п/п</i>	<i>Наименование продукта</i>	<i>норма, кг</i>	<i>цена, руб. коп.</i>	<i>сумма, руб. коп.</i>
1	Картофель молодой	8	20,00	
2	Огурцы соленые	1,675	100,00	
3	Петрушка корень сушеный	0,3	460,00	
4	Лук репчатый	1.2	20,00	
5	Лук зеленый	1.325	200,00	
6	Сельдерей корень	0,725	100,00	
7	Щавель консервированный	0,53	60,00	

8	Масло подсолнечное	0,42	45,00	
9	Соль	0,15	8,00	
10	Перец горошком	0,0025	400,00	
11	Сметана	0,5	100,00	
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		—	—	
Цена за 100 блюд (с учетом наценки 100 %), руб. коп.				
Цена продажи 1 блюда, руб. коп.				
Выход одного блюда в готовом виде, г		250/20		

<i>Порядковый номер калькуляции, название, дата утверждения</i>		<i>№ 3 Жаркое по-домашнему от 01.02.2010</i>		
<i>№ п/п</i>	<i>Наименование продукта</i>	<i>норма, кг</i>	<i>цена, руб. коп.</i>	<i>сумма, руб. коп.</i>
1	Картофель молодой	25,3	20,00	
2	Говядина	16,2	300,00	
3	Лук репчатый	3	20,00	
4	Масло подсолнечное	1	45,00	
5	Томатное пюре	1,5	31,00	
6	Соль	0,4	8,00	
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		—	—	
Цена за 100 блюд (с учетом наценки 100 %), руб. коп.				
Цена продажи 1 блюда , руб. коп.				
Выход одного блюда в готовом виде, г		325		

<i>Порядковый номер калькуляции, название, дата утверждения</i>		<i>№ 4 Греча рассыпчатая от 01.02.2010</i>		
<i>№ п/п</i>	<i>Наименование продукта</i>	<i>норма, кг</i>	<i>цена, руб. коп.</i>	<i>сумма, руб. коп.</i>
1	Крупа гречи	9,6	26,10	
2	Масло подсолнечное	0,336	45,00	
3	Соль	0,2	8,00	

Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд	—	—	
Цена за 100 блюд (с учетом наценки 100 %), руб. коп.			
Цена продажи 1 блюда, руб. коп.			
Выход одного блюда в готовом виде, г	100		

<i>Порядковый номер калькуляции, название, дата утверждения</i>		<i>№ 5 Яблоки печеные от 01.02.2010</i>		
<i>№ п/п</i>	<i>Наименование продукта</i>	<i>норма, кг</i>	<i>цена, руб. коп.</i>	<i>сумма, руб. коп.</i>
1	Яблоки	9,2	50,00	
2	Сахар	1,5	30,00	
3	Варенье	3	110,00	
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		—	—	
Цена за 100 блюд (с учетом наценки 100 %), руб. коп.				
Цена продажи 1 блюда, руб. коп.				
Выход одного блюда в готовом виде, г		110		

<i>Порядковый номер калькуляции, название, дата утверждения</i>		<i>№ 6 Чай-заварка от 01.02.2010</i>		
<i>№ п/п</i>	<i>Наименование продукта</i>	<i>норма, кг</i>	<i>цена, руб. коп.</i>	<i>сумма, руб. коп.</i>
1	Чай высшего сорта	1	450,00	
2	Вода питьевая бутилизованная (в литрах)	27,5	6,10	
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		—	—	
Цена за 100 блюд (с учетом наценки 100 %), руб. коп.				
Цена продажи 1 блюда, руб. коп.				
Выход одного блюда в готовом виде, г		200		

<i>Порядковый номер калькуляции, название, дата утверждения</i>		<i>№ 7 Салат из редьки с овощами от 01.02.2010</i>		
<i>№ n/n</i>	<i>Наименование продукта</i>	<i>норма, кг</i>	<i>цена, руб. коп.</i>	<i>сумма, руб. коп.</i>
1	Редька	8,14	130,00	
2	Морковь	2,5	40,00	
3	Лук зеленый	1,25	200,00	
4	Сметана	1,5	100,00	
5	Соль	0,1	8,00	
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		—	—	
Цена за 100 блюд (с учетом наценки 100 %), руб. коп.				
Цена продажи 1 блюда, руб. коп.				
Выход одного блюда в готовом виде, г		100		

<i>Порядковый номер калькуляции, название, дата утверждения</i>		<i>№ 8 Суп из овощей с фасолью от 01.02.2010</i>		
<i>№ n/n</i>	<i>Наименование продукта</i>	<i>норма, кг</i>	<i>цена, руб. коп.</i>	<i>сумма, руб. коп.</i>
1	Капуста белокочанная	4,7	16,00	
2	Морковь	1,25	40,00	
3	Картофель	5	20,00	
4	Лук репчатый	0,6	20,00	
5	Петрушка корень сушеный	0,1	460,00	
6	Лук зеленый	0,65	200,00	
7	Фасоль	1	50,00	
8	Масло растительное	0,42	45,00	
9	Соль	0,15	8,00	
10	Перец	0,002	400,00	
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		—	—	
Цена за 100 блюд (с учетом наценки 100 %), руб. коп.				
Цена продажи 1 блюда, руб. коп.				
Выход одного блюда в готовом виде, г		250		

<i>Порядковый номер калькуляции, название, дата утверждения</i>		<i>№ 9 Голубцы овощные от 01.02.2010</i>		
<i>№ п/п</i>	<i>Наименование продукта</i>	<i>норма, кг</i>	<i>цена, руб. коп.</i>	<i>сумма, руб. коп.</i>
1	Капуста белокочанная	19	16,00	
2	Морковь	2,8	40,00	
3	Лук репчатый	3,6	20,00	
4	Свежие шампиньоны	6,6	125,00	
5	Крупа рисовая	1,1	41,25	
6	Зелень петрушки	0,3	200,00	
7	Масло растительное	1,26	45,00	
8	Соль	0,15	8,00	
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		—	—	
Цена за 100 блюд (с учетом наценки 100 %), руб. коп.				
Цена продажи 1 блюда, руб. коп.				
Выход одного блюда в готовом виде, г		250		

<i>Порядковый номер калькуляции, название, дата утверждения</i>		<i>№ 10 Кисель ягодный от 01.02.2010</i>		
<i>№ п/п</i>	<i>Наименование продукта</i>	<i>норма, кг</i>	<i>цена, руб. коп.</i>	<i>сумма, руб. коп.</i>
1	Клюква или смородина свежеморож.	2,52	100,00	
2	Вода питьевая	17,9	6,10	
3	Сахар	2,4	30,00	
4	Картофельный крахмал	0,9	65,00	
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		—	—	
Цена за 100 блюд (с учетом наценки 100 %), руб. коп.				
Цена продажи 1 блюда, руб. коп.				
Выход одного блюда в готовом виде, г		200		

Тема 10. Финансово-экономический анализ деятельности предприятий туриндустрии

Занятие 37–39. Методы финансово-экономического анализа

Экономический анализ хозяйственной деятельности туристских предприятий – это комплексное изучение их работы с целью объективной оценки достигнутых результатов, определение путей повышения эффективности производства туристского продукта и качества обслуживания клиентов. Предметом экономического анализа являются хозяйственные процессы, связанные с производственной и коммерческой деятельностью отдельных предприятий и с развитием туристской отрасли в целом.

Финансово-экономический анализ – это процесс исследования финансового состояния и основных результатов финансовой деятельности с целью выявления резервов и обеспечения эффективности развития туристского предприятия. Состоит из: 1) анализа основных финансово-экономических показателей деятельности туристского предприятия; 2) финансового анализа.

Информационной базой для финансово-экономического анализа является бухгалтерская отчетность туристского предприятия, в первую очередь бухгалтерский баланс (форма № 1) и отчет о прибылях и убытках (форма № 2). Бухгалтерский баланс представляет собой двустороннюю таблицу, состоящую из 2 частей – актива и пассива. В активе отражается все имущество туристского предприятия, в пассиве – источники образования данного имущества (капитал).

Бухгалтерский баланс

<i>Актив</i>	<i>Пассив</i>
1. Внеоборотные активы	1. Собственный капитал
2. Оборотные активы	2. Заемный капитал
Валюта (итог) актива	Валюта (итог) пассива

Правило бухгалтерского баланса – валюта актива должна быть равна валюте пассива.

Методы финансово-экономического анализа:

1. Горизонтальный анализ определяет абсолютные и относительные изменения (отклонения) различных величин (показателей) за определенный период. Его результаты, как правило, оформляют в виде таблицы:

Показатель	Значение, руб.		Отклонение	
	План	Факт	Абс.	Отн.

Относительные отклонения при этом рассчитываются двумя показателями:

1) темп роста – отношение значения показателя отчетного года (последующего) к значению базового года (предыдущего):

$$Tr = Po / Pb (* 100\%),$$

где Tr – темп роста, Po – значение показателя отчетного года, Pb – значение показателя базового года.

Темп роста показывает, во сколько раз изменяется значение показателя. Он может измеряться в процентах, а может не иметь единицы измерения. Например, $Tr = 238 / 197 = 1,2$ (или 120%), т. е. данный показатель в отчетном периоде по сравнению с базовым вырос в 1,2 раза или темп роста данного показателя составил 120%;

2) темп прироста: $Tп = Tr - 1$, или $Tп = Tr - 100\%$. Например, $Tп = 1,2 - 1 = 0,2$, или $Tп = 120\% - 100\% = 20\%$, т. е. данный показатель в отчетном периоде увеличился на 0,2 или на 20%.

2. Вертикальный анализ представляет собой вычисление удельного веса отдельных величин в общем итоге, т. е. выяснение структуры на определенную дату. Его результаты оформляют в виде таблицы:

Показатель	Значение	Удельный вес, %
Итого:		100

3. Трендовый анализ – сопоставление величин за ряд лет (или смежных отчетных периодов) для выявления тенденций, доминирующих в динамике. Трендовый анализ используется, когда необходимо выявить динамику показателей за 5 и более лет (например, стратегий развития регионов).

4. Коэффициентный анализ – это изучение уровней и динамики относительных показателей финансового состояния туристского предприятия, рассчитанных как отношение абсолютных показателей. Для финансового анализа предприятий туристской индустрии используются следующие группы коэффициентов: а) *коэффициенты ликвидности* (ликвидность – наличие у предприятия ликвидных средств, способность в любой момент совершать необходимые расходы) – анализ текущих активов предприятия с точки зрения возможности отвечать по своим краткосрочным обязательствам; б) *коэффициенты оборачиваемости* – насколько быстро сформированные активы оборачиваются в процессе хозяйственной деятельности, дают информацию об эффективности работы предприятия в целом; в) *коэффициенты финансовой устойчивости* позволяют оценить уровень финансового риска, степень его финансовой стабильности, характеризуют степень возможности банкротства предприятия в связи с использованием заемных средств; в) *коэффициенты рентабельности* (прибыльности) – определяют общую эффективность деятельности предприятия.

На практике обычно используются *три коэффициента ликвидности*:

<i>Наименование коэффициента</i>	<i>Расчет</i>	<i>Рекомендуемое значение</i>
Коэффициент текущей ликвидности	Отношение оборотных активов (раздел II баланса предприятия) к краткосрочным обязательствам	1–2
Коэффициент быстрой ликвидности	Отношение оборотных активов, за исключением товарно-материальных запасов, к краткосрочным обязательствам	0,7–1
Коэффициент абсолютной ликвидности	Отношение денежных средств и краткосрочных финансовых вложений к краткосрочным обязательствам	0,2–0,25

Полученные в результате расчетов коэффициенты ликвидности сравнивают с рекомендуемыми (нормативными) значениями. Если они не попадают в рекомендуемый диапазон значений, то делается вывод о недостаточной ликвидности рассматриваемого предприятия.

Коэффициенты оборачиваемости (деловой активности)

<i>Наименование коэффициента</i>	<i>Расчет</i>	<i>Значение</i>
Коэффициент общей оборачиваемости капитала (ресурсотдача)	Отношение выручки от реализации к средней величине активов	Показывает эффективность использования имущества, отражает скорость оборота
Коэффициент оборачиваемости оборотных (мобильных) средств	Отношение выручки от реализации к средней величине оборотных активов	Показывает скорость оборота всех оборотных средств предприятия
Коэффициент отдачи нематериальных активов	Отношение выручки от реализации к средней величине нематериальных активов	Показывает эффективность использования нематериальных активов
Фондоотдача	Отношение выручки от реализации к средней величине основных средств	Показывает эффективность использования только основных средств
Коэффициент отдачи собственного капитала	Отношение выручки от реализации к средней величине собственного капитала	Показывает скорость оборота собственного капитала. Сколько рублей выручки приходится на 1 рубль собственного капитала
Оборачиваемость материальных средств (запасов)	$360 / \text{коэффициент оборачиваемости запасов}$	Показывает, за сколько в среднем дней оборачиваются запасы в анализируемом периоде
Оборачиваемость денежных средств	$360 / \text{коэффициент оборачиваемости денежных средств}$	Показывает срок оборота денежных средств

Коэффициент оборачиваемости средств в расчетах	Отношение выручки от реализации к средней величине дебиторской задолженности	Показывает количество оборотов средств в дебиторской задолженности за отчетный период
Срок погашения дебиторской задолженности	360 / коэффициент оборачиваемости средств в расчетах	Показывает, за сколько дней в среднем погашается дебиторская задолженность
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	Отношение себестоимости услуг к средней величине кредиторской задолженности	Показывает расширение или снижение коммерческого кредита, предоставляемого предприятию
Срок погашения кредиторской задолженности	360 / коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	Показывает средний срок погашения долгов предприятия по текущим обязательствам

Коэффициенты финансовой устойчивости

<i>Наименование коэффициента</i>	<i>Расчет</i>	<i>Норматив</i>	<i>Значение</i>
Коэффициент капитализации	Отношение заемного капитала к собственному капиталу	$\leq 1,5$	Показывает, сколько заемных средств привлечено на 1 рубль собственных средств
Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования	Отношение чистых оборотных активов к оборотным активам	$\geq 0,5$ нижняя граница 0,1	Показывает, какая часть собственного капитала вложена в мобильные активы
Коэффициент финансовой независимости (автономии)	Отношение собственного капитала к капиталу	0,4–0,6	Показывает долю собственных средств во всех источниках предприятия и определяет степень независимости предприятия от внешних источников финансирования

Коэффициент финансирования	Отношение собственного капитала к заемному капиталу	≥ 0.7 опт. 1,5	Дает представление о соотношении источников финансирования предприятия
Коэффициент финансовой устойчивости	Отношение суммы собственного капитала и долгосрочного заемного капитала к капиталу	$\geq 0,6$	Определяет долю устойчивых источников финансирования в пассивах предприятия, т. е. тех пассивов, которые могут быть направлены на финансирование инвестиций

Показатель «чистые активы» является новым для российских предприятий. Чистые оборотные активы – это величина, определяемая вычитанием из суммы оборотных активов суммы ее внешних обязательств (долгосрочных и краткосрочных займов).

Рентабельная деятельность туристского предприятия определяется прибылью, которую оно получает. Для анализа рентабельности рассчитывают следующие показатели:

<i>Наименование показателя</i>	<i>Расчет</i>	<i>Значение</i>
Рентабельность продаж	Отношение прибыли от реализации к выручке от реализации	Показывает, сколько прибыли приходится на единицу реализованной продукции
Рентабельность деятельности	Отношение прибыли от реализации к себестоимости услуг	Показывает уровень прибыли на рубль себестоимости
Рентабельность активов	Отношение прибыли от реализации к средней величине активов	Эффективность использования всего имущества предприятия
Рентабельность собственного капитала	Отношение прибыли от реализации к средней величине собственного капитала	Эффективность использования собственного капитала

Результатом проведенного финансового анализа является определение проблем в деятельности туристского предприятия, далее разрабатывается комплекс мероприятий по улучшению финансового состояния предприятия.

Практическое задание № 1

Проведите вертикальный анализ бухгалтерского баланса туристской фирмы:

<i>Актив</i>	<i>Значение, тыс. руб.</i>	<i>Удельный вес, %</i>
1. Внеоборотные активы, в т. ч.		
- основные средства	52	
2. Оборотные активы, в т. ч.		
- денежные средства	4,5	
Итого:	56.5	100

<i>Пассив</i>	<i>Значение, тыс. руб.</i>	<i>Удельный вес, %</i>
1. Собственный капитал, в т. ч.		
- уставный капитал	50	
2. Заемный капитал, в т. ч.		
- краткосрочные займы	6,5	
Итого:	56.5	100

Практическое задание № 2

Проведите горизонтальный анализ бухгалтерского баланса туристского предприятия:

<i>Актив</i>	<i>Значение, тыс. руб.</i>	
	<i>на 01.01.2010 г.</i>	<i>на 01.01.2011 г.</i>
1. Внеоборотные активы, в т. ч.	2 649	2 167
- основные средства	2 567	2 102
- НМА	82	65
2. Оборотные активы, в т. ч.	404	940
- материальные запасы	123	199
- дебиторская задолженность	46	38
- денежные средства	235	703
Итого:	3 053	3 107

<i>Пассив</i>	<i>Значение, тыс. руб.</i>	
	<i>на 01.01.2010 г.</i>	<i>на 01.01.2011 г.</i>
1. Собственный капитал	940	1 542
- уставный капитал	40	40
- прибыль	900	1 502
2. Заемный капитал, в т. ч.	2 113	1 565
- долгосрочны займы	1 500	1 100
- краткосрочные займы	500	300
- кредиторская задолженность	113	165
Итого:	3 053	3 107

Практическое задание № 3

Проведите трендовый анализ выезда российских граждан за границу с целью туризма по материалам сайта www.ratanews.ru за 2006–2010 гг. (тыс. поездок):

	<i>Страна</i>	<i>Годы</i>				
		<i>2010</i>	<i>2009</i>	<i>2008</i>	<i>2007</i>	<i>2006</i>
1	Италия	451,5	336,1	398,1	334,1	245,8
2	Испания	411,4	296,3	365,4	318,6	246,1
3	Греция	386,7	282,3	349,2	244	198,8
4	ОАЭ	286,9	214,3	228,1	207,2	173,9
5	Германия	470,7	363,3	330,3	231,3	225,7

Проанализируйте динамику выезда по отдельным странам. Результаты расчетов оформите в виде таблицы.

Практическое задание № 4

Проведите коэффициентный анализ гостиничного предприятия, если за 2010 г. основные показатели его деятельности: объем реализации услуг (выручка) составил 125 347 тыс.руб.; прибыль – 29 436 тыс. руб.

Бухгалтерский баланс гостиницы за 2010 г. (тыс. руб.)

<i>Актив</i>	<i>Код строки</i>	<i>На начало года</i>	<i>На конец года</i>
I. Внеоборотные активы			
- нематериальные активы	110	24	21
- основные средства	120	45 856	45 017

- незавершенное строительство	130	1 703	30 764
- долгосрочные финансовые вложения	140	-	22 000
Итого по разделу I:	190	47 583	97 802
II. Оборотные активы			
- запасы, в т. ч.	210	13 845	10 990
- сырье		7 842	6 735
- готовая продукция		2 348	919
- расходы будущих периодов		3 655	3 336
- дебиторская задолженность, вт.ч.	240	10 763	15 005
- покупатели и заказчики		1 789	244
- краткосрочные финансовые вложения	250	50 000	25 000
- денежные средства	260	22 010	21 805
Итого по разделу II:	290	96 618	72 800
БАЛАНС	300	144 201	170 602

<i>Пассив</i>	<i>Код строки</i>	<i>На начало года</i>	<i>На конец года</i>
III. Капитал и резервы			
- уставный капитал	410	35 881	35 881
- резервный капитал	430	1 794	1 794
- нераспределенная прибыль	470	77 613	105 916
Итого по разделу III:	490	115 288	143 591
IV. Долгосрочные обязательства			
- отложенные налоговые обязательства	515	368	362
Итого по разделу IV:	590	368	362
V. Краткосрочные обязательства			
- кредиторская задолженность, в т. ч.	620	24 656	23 103
- поставщики		9 094	9 711
- задолженность перед государственными внебюджетными фондами		111	101
- задолженность по налогам и сборам		10 415	4 527
- прочие кредиторы		5 036	8 764
- доходы будущих периодов	640	3 889	3 546
Итого по разделу V:	690	28 545	26 649
БАЛАНС	700	144 201	170 602

Занятие 40–41. Анализ основных финансово-экономических показателей деятельности туристского предприятия

Оценка финансово-экономического состояния туристского предприятия начинается с анализа основных финансово-экономических показателей его деятельности, которые делятся на абсолютные и относительные. Абсолютные показатели устанавливаются в натуральных или денежных измерителях. Для анализа абсолютных показателей используют метод горизонтального анализа. К абсолютным показателям относятся: объем реализации услуг (доходы) – важнейший показатель деятельности туристского предприятия; объем обслуживания туристов (экскурсантов) (чел., чел.-дней); количество мест – всего, в т.ч. круглогодичных, сезонных, собственных, арендованных; себестоимость обслуживания; численность работников туристского предприятия; размер заработной платы; прибыль.

К основным относительным показателям деятельности туристского предприятия относятся:

1. Производительность труда – это оказание услуг в расчете на одного работающего, показатель эффективности использования трудовых ресурсов. Производительность труда измеряется при помощи двух показателей: 1) выработка (отношение результатов труда к трудовым затратам для ее производства); 2) трудоемкость (показатель, обратный показателю выработки) показывает трудовые затраты на единицу результата. Например, 3 менеджера турфирмы за день обслужили 36 клиентов. Таким образом, $\text{выработка} = 36 / 3 = 12 \text{ клиентов/раб.}$; $\text{трудоемкость} = 3 / 36 = 0,08$.

2. Коэффициенты ритмичности и сезонности – важные показатели для анализа деятельности туристского предприятия. Ритмичность работы рассчитывается по удельному весу объема услуг за отдельные периоды по отношению к общему объему услуг (расчет ведется в стоимостном выражении). Далее определяется коэффициент сезонности как отношение минимального удельного веса объема услуг к максимальному в течение рассма-

триваемого периода (как правило, за год). Относительные показатели обычно определяются в процентах или коэффициентах.

Практическое задание № 1

Определите динамику основных финансово-экономических показателей деятельности гостиницы. Расчет оформите в таблице:

№ п/п	Наименование показателя	Ед. изм.	Значение показателя		Отклонение	
			Базовый год	Отчет- ный год	Абсо- лютное (+, -)	Темп при- роста, %
1	Объем реализации услуг	руб.	14 142 530	15 136 200		
2	Численность работающих, в т. ч. рабочих	чел. чел.	31 22	31 20		
3	Среднегодовая выработка: 1 работающего 1 рабочего	руб. руб.				
	Себестоимость всего объ- ема услуг	руб.	9 332 647	9 310 500		
	Прибыль от реализации услуг	руб.				
	Рентабельность продаж	%				-
	Рентабельность деятель- ности	%				-

Практическое задание № 2

Определите основные финансово-экономические показатели деятельности турфирмы. Расчет оформите в таблице:

Показатели	Ед. изм.	Значение показателя		Отклонение	
		2009 г.	2010 г.	Абсо- лютное (+, -)	Темп роста (%)
Объем реализации услуг	руб.	3 128 170	5 005 072		
Себестоимость объема услуг	руб.	2 626 731	4 204 264		
Прибыль от реализации	руб.				
Численность работников	чел.	4	6		

Фонд оплаты труда	руб.	372 817	860 508		
Среднегодовая выработка работника	руб.				
Среднемесячная заработная плата	руб.				
Рентабельность деятельности				-	-

Практическое задание № 3

Определите коэффициенты ритмичности и сезонности работы турфирмы.

1. На основании данных об объемах продаж по отдельным направлениям рассчитайте объемы продаж по месяцам:

<i>Месяц</i>	<i>Египет</i>	<i>Восточная Азия</i>	<i>Турция</i>	<i>Европа</i>	<i>Россия</i>	<i>Всего</i>
Январь	49,7					
Февраль	107,8			18,1		
Март	177,2		35,1	145,0		
Апрель	242,1		22,6	20,5	250,0	
Май	44,7		210,4		130,6	
Июнь	76,2		50,2	101,2	360,8	
Июль	65,2		250,4	317,6	187,9	
Август	140,0		557,5	158,3	125,5	
Сентябрь	33,1		198,1	42,8	18,5	
Октябрь	26,2	17,36	225,2			
Ноябрь	38,7	31,6		96,7		
Декабрь	59,5	53,4			167,2	

2. Затем полученные общие объемы продаж по месяцам вставьте в следующую таблицу и рассчитайте ритмичность и сезонность работы турфирмы:

<i>Месяц</i>	<i>Объем продаж, тыс. руб.</i>	<i>Удельный вес, %</i>
Январь		
Февраль		
Март		
Апрель		
Май		

Июнь		
Июль		
Август		
Сентябрь		
Октябрь		
Ноябрь		
Декабрь		
Итого:		100
Коэффициент сезонности		

Тема 11. Инвестиционная деятельность предприятий туриндустрии

Занятие 42–44. Оценка эффективности инвестиционного проекта

Инвестициями являются денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта. По объектам вложения инвестиции бывают: реальные (долгосрочные вложения в отрасли материального производства), финансовые (инвестиции в различные финансовые инструменты в целях получения дохода), капиталообразующие (капитальные вложения в основные средства), портфельные (в долгосрочные ценные бумаги – акции, облигации, векселя и др.).

Инвестиционная деятельность предприятия – неотъемлемая часть его общей производственно-хозяйственной деятельности – представляет собой процесс вложения инвестиций, а также осуществления практических действий для получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта. Источники инвестиций могут быть собственные и привлеченные. Существуют следующие способы финансирования инвестиционных проектов: а) акционерное финансирование, представляющее собой

вклады денежных средств, передачу оборудования, технологий; б) финансирование из государственных источников, которое осуществляется непосредственно за счет инвестиционных программ в форме кредитов и за счет прямого субсидирования; в) долговое финансирование, производимое за счет кредитов банков и займов юридических лиц и физических лиц; г) лизинговое финансирование, которое представляет собой долгосрочную аренду, связанную с передачей в пользование оборудования, транспортных средств и другого движимого и недвижимого имущества; д) финансирование за счет авансовых платежей будущих пользователей, заинтересованных в реализации проекта, которое заключается в предоставлении ими финансовых средств, материалов, оборудования, консалтинговых услуг на осуществление проекта. При этом потребителям предоставляется часть льгот, но они не являются собственниками проекта.

По каждому используемому в проекте способу финансирования необходимо иметь информацию о величине, сроках кредита или вложения, процентной ставке, форме возврата и т. д. Данную информацию можно оформить в виде таблицы.

Задолженность

<i>№ п/п</i>	<i>Название банка- инвестора</i>	<i>Сумма воз- можного кредита, тыс. руб.</i>	<i>Процент- ная ставка и дата выдачи</i>	<i>Обеспе- чение под заем</i>	<i>Срок (ко- личество месяцев)</i>

Основные показатели оценки инвестиционных проектов:

1) срок окупаемости инвестиций: $Ср = Вл / ЧД$, где Вл – общие затраты на проект (инвестиции); ЧД – чистый доход (за вычетом процентов и налогов). Например, общие инвестиции планируются в размере 20 млн руб., чистые годовые денежные доходы – 4 млн руб. Тогда срок окупаемости:

$$Ср = 20 \text{ млн} / 4 \text{ млн} = 5 \text{ лет};$$

2) рентабельность инвестиций – показатель, обратный показателю срока окупаемости: $P = (1 / Ср) * 100\%$.

Из предыдущего примера: $P = (1/5) * 100\% = 20\%$.

Практическое задание № 1

Составьте описание возможных кредиторов и инвесторов и соответственно условий по обслуживанию долга для организации кафе, на начальную организацию которого необходимо 750 тыс. руб. Для этого заполните таблицу «Задолженность».

Практическое задание № 2

Определите срок окупаемости инвестиционного проекта открытия нового кафе, если общая сумма планируемых капитальных вложений составит 1 874 тыс. руб., а чистый годовой доход по оптимистичному прогнозу планируется в размере 1 536 тыс. руб., по пессимистичному прогнозу – 983 тыс. руб. Рассчитайте рентабельность капитальных вложений по обоим вариантам.

Практическое задание № 3

Рассчитайте рентабельность и срок окупаемости капитальных вложений в проект открытия гостиницы. Расчет выполните в виде таблицы:

<i>Наименование статьи</i>	<i>Расчет</i>	<i>Значение</i>
Чистый доход в месяц, тыс. руб.		296
Капитальные затраты, тыс. руб.		7 364
Срок окупаемости, мес.		
Рентабельность капитальных вложений, %		

Тема 12. Риски в деятельности предприятия туриндустрии

Занятие 45–47. Оценка рисков в деятельности предприятия туриндустрии

Любая хозяйственная деятельность рискованна, т. к. происходит в условиях неопределенности. В современных экономических условиях неустойчивости степень риска существенно возрастает. В ходе оценки рисков в деятельности туристского предприятия необходимо выяснить возможные риски с указанием вероятности их возникновения и сформировать организационные мероприятия по их профилактике и нейтрализации. Глубина анализа зависит

от конкретного вида деятельности. В отдельных случаях необходим тщательный расчет рисков с применением математического аппарата теории вероятности. В более простых случаях возможен анализ рисков с помощью метода экспертных оценок. Для оценки рисков необходимо: выявить полный перечень рисков; определить вероятность возникновения каждого; оценить ожидаемый размер убытков при их возникновении; проранжировать их по вероятности возникновения; установить приемлемый уровень риска и отбросить те из них, вероятность которых ниже указанного порога.

Существует множество классификаций рисков: по видам деятельности, по формам собственности др. Основные виды рисков:

1. Производственный – это неисполнение хозяйственных договоров, изменения конъюнктуры рынка, усиления конкуренции, возникновения непредвиденных затрат, потери имущества туристского предприятия.

2. Коммерческий – возникает в процессе реализации товаров (оказания услуг) из-за невыгодного изменения цены, повышения издержек обращения.

3. Финансовый – возникает при осуществлении финансового предпринимательства или финансовых сделок.

4. Инвестиционный – это может быть обесценивание инвестиционно-финансового портфеля, состоящего из собственных и приобретенных ценных бумаг.

5. Рыночный – связан с возможным колебанием рыночных процентных ставок, курсов валют.

В зависимости от величины потерь принято выделять следующие виды рисков: допустимый (потеря части прибыли или всей прибыли), критический (величина потерь превышает расчетную прибыль), катастрофический (потери превышают денежные возможности предпринимателя).

Методы управления рисками включают: диверсификацию – наиболее важное направление снижения риска. Обычно это диверсификация поставщиков и потребителей, расширение числа участников; страхование – это передача ответственности за определенные риски страховой компании; резервирование – создание определенных запасов: финансовых, материальных, информационных.

Следует помнить, что мероприятия по управлению рисками приводят к увеличению затрат. Оценка рисков может быть качественная и количественная. Качественная оценка – это описание нежелательных событий, вероятность имущественных и нематериальных потерь. Количественная оценка – это измерение с помощью показателей уровня риска.

Практическое задание № 1

Главным риском проекта создания частной гостиницы в квартире является порча имущества и приведение его в нетоварный вид. Основными причинами ухудшения состояния квартиры могут быть: протечка из квартир, расположенных выше этажами; естественное старение (появление микротрещин на стенах и потолке); акты вандализма (битье стекол, порча двери и др.).

Рассчитайте затраты, необходимые для преодоления рискованных ситуаций:

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование работы</i>	<i>Стоимость, руб.</i>
1	Блокировка телефона	3 050
2	Ремонт (с материалом), в т. ч.	
	- покраска потолка	6 900
	- ремонт стен	8 100
	- покраска окон	3 600
3	Замена мебели	10 060
4	Замена холодильника	6 300
	Всего:	

Поясните, какой метод оценки использован в данном задании.

Практическое задание № 2

Определите гарантии, которые следует использовать для уменьшения вероятности рискованных ситуаций при открытии кафе:

<i>Риски</i>	<i>Гарантии</i>
Потеря материальных объектов	
Аренда	
Потеря здания в случае пожара	
Невыплата ссуды	
Принятие новых нормативных актов, ограничивающих или запрещающих деятельность подобных заведений	

Практическое задание № 3

Опишите возможные риски, возникающие в деятельности турагентской фирмы. Проранжируйте их по вероятности возникновения:

<i>Риски</i>	<i>Вероятность возникновения (ранг)</i>

Тема 13. Туризм – сфера предпринимательской деятельности

Занятие 48–49. Организация предпринимательской деятельности в туризме

Туристская деятельность – это предпринимательская деятельность. Предпринимательская деятельность – это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

Все многообразие предпринимательской деятельности и туристской, в частности, классифицируется по различным критериям: виду деятельности, формам собственности, количеству собственников, организационно-правовым формам и др.

Процедура организации предпринимательской деятельности представляет собой особый, официальный порядок осуществления предпринимательской деятельности: выбор предпринимательской идеи – главный замысел, содержание той или иной предпринимательской деятельности, план, намерение; принятие предпринимателем решения приступить или не приступить к практической реализации возможности предпринимательских идей; выбор формы предпринимательства (индивидуальной или коллективной).

Процедура организации и развития нового предприятия осуществляется в определенной последовательности: определение состава учредителей с учетом их платежеспособности, деловой порядочности, полного взаимного доверия; разработка учреди-

тельных документов; заключение учредительного договора о создании и деятельности предприятия; утверждение устава предприятия и оформление протокола № 1 собрания участников о назначении директора и председателя ревизионной комиссии; открытие временного счета в банке, на который в течение 30 дней после регистрации предприятия должно поступить не менее 50% уставного капитала; регистрация предприятия по месту своего учреждения в Регистрационной палате; передача сведений о предприятии для включения в Государственный реестр; внесение участниками предприятия своих вкладов в банк; открытие постоянного расчетного счета в банке; регистрация предприятия в районной налоговой инспекции; получение разрешения на изготовление круглой печати и углового штампа.

Практическое задание № 1

При наличии значительной конкуренции на рынке турагентов как Вы будете преодолевать имеющиеся трудности для вхождения в эту сферу бизнеса. Заполняя приведенную таблицу, необходимо выделить основные препятствия и указать пути их преодоления.

Возможные сложности вхождения в бизнес

<i>Описание барьера</i>	<i>Планируемые действия</i>
1. Большое количество конкурентов	
2. Ценовая конкуренция	
3. Отсутствие фирменных знаков известных компаний	
4. Расположение на окраине	
5. Расположение в центре города	

Практическое задание № 2

Опишите производственный процесс кофейни:

<i>Наименование операций</i>	<i>Продолжительность операций, мин.</i>

Практическое задание № 3

Составьте перечень возможных критериев для оценки предпринимательских идей в сфере туристской деятельности.

Тема 14. Бизнес-планирование в туриндустрии

Занятие 50–53. Расчет показателей бизнес-плана

Бизнес-планирование – это особый вид планирования. Бизнес-план является основой управления предприятием, многоплановым управленческим инструментом. Он разрабатывается в случае создания нового туристского предприятия, при обосновании заявок на кредиты, при выходе на новые рынки сбыта и т. д. Бизнес-план – это документ, представляющий собой результат комплексного исследования всех сторон деятельности предприятия туриндустрии. Структура и содержание бизнес-плана строго не регламентированы. Основными разделами бизнес-план являются:

- резюме – пишется в последнюю очередь, после того как проведены все расчеты и обоснования, цель резюме – вызвать интерес и представить основы плана (проекта), его характеристика, основные цели, стоимость, необходимость финансирования;

- план маркетинга – определение рынка или его сегмента, структуры возможных потребителей, оценка конкурентоспособности нового продукта, возможности конкурентов, маркетинговая стратегия (способы продвижения продукта, реклама, ценовая политика и др.). Этот раздел бизнес-плана является наиболее значительным, после его детальной проработки можно сделать вывод о том, стоит ли заниматься этим видом деятельности. Подробный маркетинговый анализ позволит сделать вывод о том, что планируемая деятельность пользуется спросом, риск существует, но является вполне приемлемым, затраты значительны, но осуществимы;

- организационный план – раскрывает организационно-правовые аспекты бизнес-плана – форму собственности предприятия, его организационную структуру, количество и квалификацию персонала, сроки и режим работы, ход работ по осуществлению проекта;

- производственный план – дает описание выбираемого для проекта местоположения, требуемых производственных площадей и помещений, технологий и оборудования, необходимых материальных и человеческих ресурсов, новых точек продаж и других вопросов, связанных с производством и реализацией продукции;

- финансовый план – это наиболее сложная и важная часть бизнес-плана, здесь приводятся расчеты всех затрат и доходов, делаются выводы о прибыльности или убыточности предлагаемого проекта;

- план по рискам – проводится оценка степени риска, анализ угроз и возможностей проекта, а также приводятся методы защиты от их влияния;

- приложения – важная часть бизнес-плана, способствующая разгрузке основного текста от подробностей, дает возможность представить потенциальным партнерам и инвесторам различные дополнительные материалы. Обычно к бизнес-плану прилагаются копии документов, а оригиналы представляются по дополнительному требованию.

Цель бизнес-плана туристского предприятия состоит в определении ключевых финансовых, экономических и маркетинговых параметров создания (деятельности) предприятия в сфере туризма. Существуют различные методы планирования: нормативные, экономико-математические, метод экстраполяции (распространения) и др.

В основной части бизнес-плана создания туристского предприятия необходимо рассчитать планируемые доходы, определить затраты, разделив их на единовременные и текущие (ежемесячные), а также обязательно рассчитать срок окупаемости и эффективность вложений в открытие данного предприятия.

Практическое задание № 1

Рассчитать ежемесячный доход новой гостиницы, прибыль, срок окупаемости и рентабельность капитальных затрат.

Капитальные затраты на открытие гостиницы – 7 300 тыс. руб. Гостиница имеет в наличии девять номеров различной вместимости (6-местных – 5 номеров по цене 500 руб., 3-местных – 4 номера по цене 400 руб.). Коэффициент заполнения номеров 0,75. Ежемесячные расходы гостиницы 193 750 руб.

Расчет доходов гостиницы за месяц

<i>Наименование статьи</i>	<i>Расчет</i>	<i>Сумма, тыс. руб.</i>
Доходы от размещения Шестиместные номера		
Четырехместные номера		
Итого:		

Расчет рентабельности и срока окупаемости проекта

<i>Наименование статьи</i>	<i>Расчет</i>	<i>Значение</i>
Доход в месяц, тыс. руб.		
НДС, тыс. руб.		
Текущие затраты в месяц, тыс. руб.		
Прибыль, тыс. руб.		
Налог на прибыль (20%), тыс. руб.		
Прибыль после уплаты налогов, тыс. руб.		
Капитальные затраты, тыс. руб.		
Срок окупаемости, мес.		
Рентабельность капитальных вложений, %		

Практическое задание № 2

1. На основании рассчитанных в задании № 5 темы 9 цен на отдельные блюда составьте два вида меню для комплексного обеда.

2. Далее определите объем продаж кафе за месяц, учитывая, что основными потребителями будут туристические группы. Численность одной группы на автобусе составляет 40 человек. Количество проданных обедов по двум видам меню пусть будет составлять 50/50. Составьте два варианта прогноза:

- оптимистичный – кафе будет обслуживать 2 автобуса в сутки

2 автобуса * 40 чел. * 30 дней = 2 400 чел. в месяц;

- пессимистичный – 4 автобуса в неделю.

Прогноз объемов продаж

		<i>За месяц (порц.)</i>	<i>За год (порц.)</i>
Комплексный обед № 1	Оптимистичный	1 200	
	Пессимистичный		
Комплексный обед № 2	Оптимистичный	1 200	
	Пессимистичный		

3. Определите финансовый результат кафе за месяц и за год по вариантам прогноза.

Практическое задание № 3

1. Определите планируемую выручку нового турагентства за месяц на основании следующих данных:

- средней стоимости турпутевки;
- количество проданных за месяц путевок (например, 300 путевок в Турцию и 270 в Испанию);
- агентской комиссии – 10% от стоимости реализуемых путевок.

2. На основании рассчитанных в задании 3 темы 8 (занятия 27–30) единовременных и текущих расходов турагентства определите срок окупаемости и рентабельность капитальных затрат.

Расчет рентабельности и срока окупаемости проекта

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование статьи</i>	<i>Расчет</i>	<i>Значение</i>
1	Стоимость реализованных путевок за месяц, руб.		
2	Агентская комиссия (доход турагентства), руб.	П. 1. * 0,1	
3	Текущие затраты в месяц, руб.		
4	Прибыль, руб.	П. 2–п. 3	
5	Налог с дохода (6%), руб.	П. 2*0,06	
6	Прибыль после уплаты налогов, руб.	П.4–п. 5	
7	Капитальные затраты, руб.		
8	Срок окупаемости, мес.	П. 7 / п. 6	
9	Рентабельность капитальных вложений, %	П. 6 / п. 7	

Список рекомендуемой литературы

1. Бозин, В. П. Основы экономики недвижимости в спорте и туризме: учеб. пособие / В. П. Бозин. – М.: Советский спорт, 2005. – 196 с.

2. Балабанов, И. Т. Экономика туризма: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 174 с.

3. Виноградова, М. В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: учеб. пособие / М. В. Виноградова и др. – М.: Дашков и Ко, 2008. – 284 с.

4. Гуляев, В. Г. Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие: учебник / В. Г. Гуляев, И. А. Селиванов; Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2008. – 280 с.

5. Здоров, А. Б. Экономика туризма: учебник / А. Б. Здоров. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 272 с.

6. Козырева Т. В. Учет издержек в туризме: учеб. пособие / Т. В. Козырева. – М.: Финансы и статистика, 2000.

7. Денисова, М. О. Формирование турпродукта в части гостиничных услуг / М. О. Денисова // Туристические и гостиничные услуги: бухгалтерский учет и налогообложение. – 2010. – № 1.

8. Как оценить доходность гостиницы? // PRO отель. – 2009. – № 10 (25). – С. 58–63.

9. Максимова, А. Ценообразование в гостиничном бизнесе / А. Максимова // Гостиница и ресторан: бизнес и управление. – 2008. – № 5. – С. 8–10.

10. Овчаров, А. Туристский комплекс в России: тенденции и риски / А. Овчаров // Вопросы экономики. – 2008. – № 1. – С. 108–119.

11. Орлова, Е. Р. Бизнес-план: методика составления и анализ типовых ошибок / Е. Р. Орлова. – М.: ОМЕГА-Л, 2007. – 160 с.

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

13. Славников, М. Классификация факторов, влияющих на состояние рынка туристских услуг в Российской Федерации / М. Славников // Экономические науки. – 2006. – № 12. – С. 141–145.

14. Темный, Ю. В. Экономика туризма: учебник / Ю. В. Темный, Л. Р. Темная. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2010. – 448 с.

15. Экономика предприятий торговли и общественного питания / Т. И. Николаева и др. – М., 2008. – 399 с.

Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт федерального агентства по туризму Российской Федерации. URL: <http://russiatourism.ru>.

2. Ассоциация содействия туристским технологиям. URL: <http://www.astt.ru/>

3. Официальный сайт Департамента культуры и туризма Ярославской области. URL: <http://tourism.adm.yar.ru>.

4. Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. URL: http://www.ratanews.ru/news/news_1032011_full.stm

Оглавление

Введение.....	3
Тема 1. Введение в экономику туризма.....	4
<i>Занятие 1–3. Оценка роли туризма в экономике.....</i>	<i>4</i>
Тема 2. Основные факторы развития туристской отрасли	9
<i>Занятие 4–6. Оценка факторов развития туристской отрасли.....</i>	<i>9</i>
Тема 3. Механизм туристского рынка и его элементы.....	12
<i>Занятие 7–9. Оценка конъюнктуры туристского рынка.....</i>	<i>12</i>
Тема 4. Туристский комплекс – многоотраслевая функциональная подсистема национального хозяйства.....	14
<i>Занятие 10–13. Определение структуры туристского комплекса</i>	<i>14</i>
Тема 5. Оценка основных средств предприятий туриндустрии.....	16
<i>Занятие 14–18. Расчет показателей использования основных средств.....</i>	<i>16</i>
Тема 6. Оценка оборотных средств предприятий туриндустрии....	18
<i>Занятие 19–23. Расчет показателей использования оборотных средств.....</i>	<i>18</i>
Тема 7. Организация оплаты труда на предприятиях туриндустрии.....	20
<i>Занятие 24–26. Расчет заработной платы работников туриндустрии.....</i>	<i>20</i>
Тема 8. Управление затратами в туризме	22
<i>Занятие 27–30. Определение себестоимости туристского продукта</i>	<i>22</i>

Занятие 31–33. Современные особенности классификации затрат в туриндустрии	24
Тема 9. Ценообразование в туризме.....	26
Занятие 34–36. Экономические обоснование цены в туризме	26
Тема 10. Финансово-экономический анализ деятельности предприятий туриндустрии.....	33
Занятие 37–39. Методы финансово-экономического анализа.....	33
Занятие 40–41. Анализ основных финансово-экономических показателей деятельности туристского предприятия.....	42
Тема 11. Инвестиционная деятельность предприятий туриндустрии.....	45
Занятие 42–44. Оценка эффективности инвестиционного проекта	45
Тема 12. Риски в деятельности предприятия туриндустрии	47
Занятие 45–47. Оценка рисков в деятельности предприятия туриндустрии.....	47
Тема 13. Туризм – сфера предпринимательской деятельности.....	50
Занятие 48–49. Организация предпринимательской деятельности в туризме	50
Тема 14. Бизнес-планирование в туриндустрии.....	52
Занятие 50–53. Расчет показателей бизнес-плана.....	52
Список рекомендованной литературы.....	56
Интернет-ресурсы.....	57

Учебное издание

Экономика туризма

Методические указания

Составитель **Мельникова** Ирина Геннадьевна

Редактор, корректор М. В. Никулина
Верстка И. Н. Иванова

Подписано в печать 14.07.11. Формат 60×84 1/16.
Бум. офсетная. Гарнитура «Times New Roman».
Усл. печ. л. 3,72. Уч.-изд. л. 2,0.
Тираж 30 экз. Заказ

Оригинал-макет подготовлен
в редакционно-издательском отделе
Ярославского государственного университета
им. П. Г. Демидова.
150000, Ярославль, ул. Советская, 14.

Отпечатано на ризографе.

Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова.
150000, Ярославль, ул. Советская, 14.