МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ
И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. Х.М. БЕРБЕКОВА»

ЭКОНОМИКА ТУРИСТСКОГО РЫНКА

Методические рекомендации

Для направления 100200.62 Туризм

НАЛЬЧИК
2012

УДК 796.51 (075.8)
ББК 75.81 я 73
Э40

***Рецензент*:**

кандидат экономических наук
Кабардино-Балкарской государственной
сельскохозяйственной академии
Т.Х. Созаева

Составители: **Каранашев А.Х., Кудашева Н.З.**

Э40 Экономика туристского рынка [Текст] : методические рекомендации / А. Х. Каранашев, Н. З. Кудашева. – Нальчик : Каб.-Балк. ун-т, 2012. – 27 с. – 100 экз.

Издание содержит учебную программу курса «Экономика туристского рынка», планы лекций, контрольные вопросы, методические рекомендации по изучению дисциплины, краткие выводы по темам, основные понятия и определения, список рекомендуемой литературы.

Предназначено для студентов экономического факультета, обучающихся по направлению 100200.62 Туризм.

Рекомендовано РИС университета

УДК 796.51 (075.8)
ББК 75.81 я 73

© Кабардино-Балкарский
государственный университет, 2012

ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Дисциплина «Экономика туристского рынка» является дисциплиной базовой части профессионального цикла Б.3 ФГОС ВПО по направлению подготовки 100200.62 Туризм.

Целью дисциплины «Экономика туристского рынка» является освоение компетенций, необходимых в среде функционирования организаций и предприятий туристской индустрии в современных рыночных условиях.

Задачами дисциплины являются:

– ознакомление студентов с теоретическими основами хозяйствования организаций туризма на рынке, экономическими условиями осуществления предпринимательской деятельности в туризме;

– обучение студентов практическим навыкам по выполнению расчетов различных показателей деятельности туристских организаций;

– формирование у студентов умений по разработке политики туристской организации в области персонала, затрат, прибыли, конкурентоспособности услуг в условиях рыночной экономики.

– освоение теоретических и практических знаний по основам экономики и предпринимательства в сфере туризма;

– формирование практических навыков принятия экономических решений, необходимых при проведении анализа и оценке эффективности функционирования предприятий туристской индустрии;

– освоение методов разработки и реализации производственных программ и стратегий в туризме.

Требования к знаниям, умениям и компетенциям обучающегося: в области философии, математики, географии, технологии туристско-рекреационного проектирования, организации туристской деятельности.

Для изучения дисциплины «Экономика туристского рынка» обучающийся должен

знать:

- сущность экономических категорий, терминологию экономики и структуру экономического знания, функции экономики и методы экономических исследований;
- фундаментальные разделы математики, необходимые для логического осмысления и обработки информации в профессиональной деятельности;
- особенности экономической политики российского государства;
- этику сферы бизнеса и услуг, управленческую этику, этику партнерских отношений, эстетику обслуживания;
- организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности;

уметь:

• формировать и совершенствовать свои взгляды и убеждения, анализировать гражданскую и мировоззренческую позицию людей, переносить философское мировоззрение в область материально-практической деятельности;

• применять математические методы в профессиональной туристской деятельности при решении практических задач;

• работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности;

• применять методики психодиагностики: экспресс-диагностика потребностей, мотивов, целей потребителя, выделять главные психологические особенности потребителя;

• применять информацию о значении туризма в современном мире, о направлениях основных туристских потоков, туристскую статистику в практике обоснования туристских проектов;

владеть:

• системным мышлением, методами экономических исследований, приемами и методами анализа экономических проблем и явлений;

• математическими знаниями и методами; математическим аппаратом, необходимым для профессиональной деятельности;

• методиками диагностирования поведения и оказания влияния на потребителя;

• профессиональной этикой и этикетом.

Дисциплина **«Экономика туристского рынка»** является предшествующей для освоения дисциплин: «Экономический анализ предприятий туриндустрии», «Менеджмент туризма» и дисциплин вариативной части основной образовательной программы.

Процесс освоения дисциплины **«Экономика туристского рынка»** направлен на формирование и развитие следующих ниже компетенций.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать общекультурными компетенциями (ОК):

• способностью к интеллектуальному, культурному, нравственному, физическому и профессиональному саморазвитию и самосовершенствованию (ОК-1);

• способностью к работе в коллективе, руководству людьми и подчинению (ОК-6);

• пониманием социальной значимости своей будущей профессии, высокой мотивацией к профессиональной деятельности туризма (ОК-9).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать профессиональными компетенциями (ПК):

организационно-управленческая деятельность:

– способностью к работе в трудовых коллективах предприятий туристской индустрии (ПК-7);

– способностью к организации работы исполнителей, принятию управленческих решений в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства» (ПК-8);

– умением рассчитать и оценить затраты по организации деятельности предприятия туристской индустрии» (ПК-9);

сервисная деятельность:

– умением организовать и качественно осуществлять процесс обслуживания потребителя (ПК-12).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

знать:

– понятие туристского продукта и факторы, влияющие на его конкурентоспособность;

– содержание современной туристской политики, структуру объединений и ассоциаций предприятий туристской индустрии и их задачи;

– основы предпринимательской деятельности;

– экономический потенциал и ресурсы предприятий туристской индустрии (основные и оборотные средства, персонал, издержки предприятия, финансы и финансовые результаты);

– методы определения эффективности деятельности предприятий туризма;

– формы оплаты труда;

– методы прогнозирования и планирования;

уметь:

– определять конкурентоспособность туристского продукта организации и конкурентоспособность туристского предприятия на рынке;

– рассчитывать основные показатели деятельности туристского предприятия, в т.ч. трудовые показатели, технико-экономические показатели, финансовые показатели;

– использовать методики определения эффективности деятельности туристского предприятия, методы ценообразования при формировании цены туристского продукта;

– определять признаки банкротства и применять способы по устранению негативных последствий банкротства;

владеть:

– навыками практического использования полученных во время обучения знаний и умений;

– начальными навыками формирования управленческих решений, организации работы исполнителей, разработки и реализации производственных программ и стратегий в туризме.

ТЕМА 1. Туризм как динамичная отрасль экономики

Целью изучения темы является освоение компетенций, связанных с функционированием отрасли туризма как динамичной сферы в современных рыночных условиях.

Задачами изучения темы являются:

– ознакомление студентов с теоретическими основами хозяйствования организаций туризма на рынке, экономическими условиями осуществления предпринимательской деятельности в туризме;

– обучение студентов практическим навыкам по выполнению расчетов различных показателей деятельности туристских организаций;

– формирование у студентов умений по разработке политики туристской организации в области персонала, затрат, прибыли, конкурентоспособности услуг в условиях рыночной экономики;

– освоение теоретических и практических знаний по основам экономики и предпринимательства в сфере туризма;

– формирование практических навыков принятия экономических решений, необходимых при проведении анализа и оценке эффективности функционирования предприятий туристской индустрии;

– освоение методов разработки и реализации производственных программ и стратегий в туризме.

Вопросы темы

1. Экономика туризма как динамичная отрасль.
2. Концепции экономики туризма.
3. Типы туризма.
4. Участники туристского рынка.
5. Туристский продукт.
6. Современная туристская политика.

Характеристика основных понятий и определений

Инфраструктура рынка – совокупность предприятий, организаций и служб, способствующих реализации экономических, хозяйственных и других отношений между основными субъектами.

Факторы, предопределяющие поведение потребителей: доходы потребителей туристских услуг, цены предложения на услуги, неценовые факторы.

Список рекомендуемой литературы: 2, 7, 15, 17, 37.

Краткие выводы

Современная мировая индустрия туризма является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамичных отраслей народного хозяйства. Экономика туризма включает два уровня: экономику туризма как межот-

раслевого комплекса социально-бытовой инфраструктуры и экономику хозяйствующих субъектов (предприятий туризма). Становление и развитие этой перспективной отрасли экономики в России по существу только начинается, однако есть все предпосылки, чтобы одним из важных направлений развития Российской Федерации стал туристический бизнес. Развитие туристской отрасли невозможно без решения проблем недостаточного развития туристской инфраструктуры, значительного морального и физического износа существующей материально-технической базы.

Контрольные вопросы

1. Предмет экономики туристского рынка.
2. Особенности формирования туризма как отрасли экономики.
3. Особенности функционирования туризма как отрасли экономики.
4. Понятие «туристский продукт».
5. Понятие «конкурентоспособность туристского продукта».
6. Понятие «объединения и ассоциации предприятий туристской индустрии».

ТЕМА 2. Предпринимательская деятельность туристских организаций

Целью изучения темы является освоение компетенций, связанных с сущностью предпринимательства, формами предпринимательства и их отличительными особенностями в сфере туризма в современных рыночных условиях.

Задачами изучения темы являются:

– ознакомление студентов с теоретическими основами предпринимательства в туризме;

– ознакомление студентов с экономическими условиями осуществления предпринимательской деятельности в туризме;

– обучение студентов теоретическим знаниям форм льготного предпринимательства;

– формирование у студентов умений определять организационно-правовую форму деятельности предприятия;

– освоение теоретических и практических знаний по основам экономики и предпринимательства в сфере туризма;

– формирование знаний о существующих методах поддержки малого бизнеса в стране и регионе.

Вопросы темы

1. Сущность и содержание предпринимательской деятельности.
2. Виды предпринимательской деятельности в туризме.
3. Формы льготного предпринимательства.

4. Организационно-правовые формы предпринимательства.
5. Государственная поддержка малого бизнеса.

Характеристика основных понятий и определений

Предпринимательство – это инициативная деятельность хозяйствующих субъектов, связанная с новаторским использованием имущества, денежных средств и других ресурсов в целях достижения коммерческого и иного успеха на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой.

Риск – это возможность возникновения в ходе реализации планов неблагоприятных условий, приводящих к убыткам.

Франчайзинг – это процесс создания, поддержания и развития системы льготного предпринимательства, в основе которой находится передача прав на использование известной торговой марки, ноу-хау и методов производства предпринимательским структурам.

Список использованной литературы: 3, 15, 24, 31.

Краткие выводы

Развитие предпринимательства означает рационализацию экономики, повышение конкурентоспособности, избавление от балласта неиспользуемых или плохо эксплуатируемых ресурсов, более полную реализацию главного потенциала общества – человека. Предпринимательство – это качественно новый эффективный тип ведения хозяйства, который требует прогрессивных способов, приемов, методов его ведения, а также конкретного собственника, хозяина производства. Таким образом, предпринимательство выступает как экономическая категория, элемент бизнеса, тип хозяйствования и образ жизни.

Контрольные вопросы

1. Сущность предпринимательской деятельности.
2. Хозяйственные товарищества.
3. Виды хозяйственных товариществ.
4. Характеристика хозяйственных обществ.
5. Охарактеризовать дочерние и зависимые общества.
6. Формы льготного предпринимательства, существующие в экономике.
7. Роль малого предпринимательства в развитии туристской индустрии в России.

ТЕМА 3. Основные фонды туристских предприятий

Целью изучения темы является освоение компетенций, связанных с основными средствами предприятия, методами их оценки и расчета основных показателей их движения.

Задачами изучения темы являются:

– ознакомление студентов с основными понятиями основных производственных средств предприятия;

– обучение студентов практическим навыкам по выполнению расчетов показателей движения основных средств туристских организаций;

– формирование у студентов умений по оценке основных фондов;

– формирование практических навыков принятия экономических решений, необходимых при проведении анализа и оценке основных производственных фондов предприятий туристской индустрии;

– освоение методов оценки основных производственных фондов в туризме.

Вопросы темы

1. Понятие, состав и структура основных средств предприятий СКСиТ. Классификация основных средств.
2. Оценка основных средств.
3. Движение и воспроизводство основных средств.
4. Эффективность использования основных средств.
5. Лизинговые операции на предприятиях СКСиТ.

Характеристика основных понятий и определений

Основные фонды – это средства труда в производственном процессе, стоимость которых свыше 100 МРОТ и срок службы которых превышает 1 год.

Физический износ основных средств – это потеря их потребительской стоимости вследствие функционирования или бездействия.

Моральный износ основных средств – потеря их потребительской стоимости вследствие появления более совершенных их видов.

Основными показателями движения и воспроизводства основных средств являются темпы развития предприятий (отрасли), коэффициенты ввода и выбытия основных средств, стоимость основных фондов на конец года и др.

Лизинг – это использование взятого напрокат оборудования с выплатами из получаемого от его использования дохода.

Список литературы: 2, 4, 17, 25, 36.

Краткие выводы

Одним из важнейших факторов деятельности предприятий индустрии гостеприимства и туризма, повышения эффективности продаж и оказании услуг является обеспеченность их основными фондами в необходимом количестве и ассортименте и более полное их использование. Основные производственные фонды (основные средства) – это часть имущества, используемая в качестве средств труда при производстве продукции, выполнении работ или оказании услуг либо для управления организацией в течение периода, превышающего 12 месяцев.

Контрольные вопросы

1. Определение активных и пассивных основных средств.
2. Особенности оценки основных средств по восстановительной стоимости.
3. Чистый финансовый лизинг.
4. Экономические основы лизинга и его использование на предприятиях туризма.
5. Основные показатели использования основных фондов.
6. Преимущество лизинга перед другими способами приобретения оборудования.
7. Условия договора лизинга.

ТЕМА 4. Оборотные фонды туристских предприятий

Целью изучения темы является освоение компетенций, связанных с сущностью и механизмами движения, использованием оборотных средств предприятия туризма в современных рыночных условиях.

Задачами данной темы являются:

– ознакомление студентов с теоретическими элементами оборотных средств предприятия, свойствами, присущими им;

– обучение студентов практическим навыкам по выполнению расчетов различных показателей движения оборотных средств предприятия;

– формирование практических навыков принятия экономических решений, необходимых при проведении анализа и оценке эффективности управления оборотными средствами предприятия туристской индустрии;

– освоение методов расчета показателей эффективности использования оборотных средств предприятия.

Вопросы темы

1. Оборотные фонды предприятий: экономическая сущность, состав и структура.
2. Отраслевые особенности оборотных фондов в СКСиТ.
3. Управление денежными средствами предприятий. Анализ движения денежных средств предприятий.
4. Управление дебиторской задолженностью. Торгово-кредитная политика фирмы.
5. Управление запасами предприятия. Экономические цели управления запасами предприятия.

Характеристика основных понятий и определений

Оборотные фонды – принимают однократное участие в производственном процессе, при этом не изменяя свою материально-вещественную форму и практически полностью перенося свою стоимость на стоимость готовой продукции (услуг).

Основные составляющие оборотных средств – денежные средства, дебиторская задолженность, товарные и производственные запасы, а также незавершенное производство.

Факторинг – операция по приобретению факторинговой организацией или банком права на взыскание долга.

Список рекомендуемой литературы: 5, 9, 12, 34, 35, 41.

Краткие выводы

Важную роль в функционировании финансового механизма имеют оборотные средства предприятия. К важнейшим показателям использования оборотных средств следует отнести коэффициент оборачиваемости, показывающий количество оборотов в течение определённого периода (года) и характеризующий скорость оборачиваемости оборотных средств.

Контрольные вопросы

1. Оборотные фонды предприятий: экономическая сущность, состав, структура.
2. Отраслевые особенности оборотных фондов в туризме.
3. Понятие «нормирование оборотных средств».
4. Особенности управления оборотными средствами на туристских предприятиях.
5. Эффективность использования оборотных средств предприятий.
6. Система управления запасами материальных ценностей на туристских предприятиях.
7. Классификация затрат.

ТЕМА 5. Расчет себестоимости турпродукта

Целью изучения темы является освоение компетенций, связанных с сущностью и механизмами движения, использованием оборотных средств предприятия туризма в современных рыночных условиях.

Задачами изучения темы являются:

– изучение студентами затрат, включаемых в себестоимость туристских услуг;

– обучение студентов практическим навыкам по выполнению учета затрат по системам «директ-костинг» и «стандарт-кост»;

– изучение положения о составе затрат, включаемых в себестоимость производимых услуг (работ, продукции).

Вопросы темы

1. Классификация затрат, включаемых в себестоимость туристских услуг.
2. Себестоимость турпродукта, её состав.
3. Особенности учета затрат по системе «директ-костинг» и «стандарт-кост».

Характеристика основных понятий и определений

Затраты – потребленные, потраченные или потерянные материальные, трудовые и финансовые ресурсы для извлечения прибыли в процессе хозяйственной деятельности организации.

Себестоимость туристского продукта представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, и т.д.

Затраты предприятий на производство продукции складываются из следующих элементов: материальные затраты, затраты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация основных средств, прочие затраты.

Список рекомендуемой литературы: 7, 9, 13, 19, 27, 29.

Краткие выводы

Себестоимость туристского продукта представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства ресурсов. Состав затрат, включаемых в себестоимость турпродукта, регламентирован Положением о составе затрат по производству и реализации продукции, включаемых в себестоимость продукции, и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли, положении о бухучете и отчетности в РФ. В соответствии с этими положениями себестоимость турпродукта представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии основных фондов, трудовых ресурсов и т.д.

Контрольные вопросы

1. Понятие, состав и отраслевые особенности себестоимости туристского продукта.
2. Понятие условно-постоянных и условно-переменных затрат в туризме. Прямые и косвенные затраты.
3. Классификация издержек по месту возникновения, по роли в процессе производства, по экономическим элементам и статьям затрат.
4. Формирование себестоимости на туристских предприятиях: методика расчета себестоимости, статьи затрат.

ТЕМА 6. Ценообразование на предприятиях сферы туризма

Целью изучения темы является освоение компетенций, связанных с сущностью и механизмами ценообразования, использованием различных методов и стратегий ценообразования на предприятиях туризма в современных рыночных условиях.

Задачами изучения темы являются:

– ознакомление студентов с теоретическими аспектами ценообразования, а также свойствами, характерными для отрасли туризма;

– обучение студентов практическим навыкам по выполнению расчетов различных показателей ценообразования;

– формирование практических навыков принятия экономических решений, необходимых при выборе метода и стратегии ценообразования;

– освоение методов расчета показателей эффективности использования того или иного метода или стратегии ценообразования.

Вопросы темы

1. Цели и этапы ценообразования на туристских предприятиях.
2. Особенности ценообразования.
3. Методы ценообразования.
4. Продажная цена, скидки и комиссия.
5. Стратегии ценообразования.

Характеристика основных понятий и определений

Важнейшими принципами ценообразования являются обоснованность цен, целевая направленность цен, непрерывность процесса ценообразования, единство процесса ценообразования и контроля за их соблюдением.

В практике маркетинга разработаны три метода ценообразования: с ориентацией на уровень конкуренции, с ориентацией на спрос, на основе издержек (затратный метод).

К стратегиям ценообразования относятся: стратегия престижных цен, стратегия «снятия сливок», стратегия «прорыва на рынок», стратегия определения цены на комплект товаров.

Список рекомендуемой литературы: 3, 15, 22, 28, 36, 37, 40.

Краткие выводы

Ценообразование в сфере услуг (в т.ч. в туризме) имеет ряд отличительных свойств: 1) услуги туризма представляют собой конечный продукт, предназначенный непосредственно для потребления, поэтому цены на услуги – это розничные цены; 2) сфера услуг непосредственно связана с потребителем в процессе оказания услуг, поэтому она имеет устойчивый спрос на целый ряд услуг, в т.ч. на услуги туризма; 3) процессы производства, реализации и

потребления услуг совпадают во времени, поэтому применяется сезонная дифференциация цен и тарифов и т.д.;

Контрольные вопросы

1. Отраслевые особенности ценообразования в туризме.
2. Основные этапы ценообразования.
3. Методы ценообразования.
4. Дифференциация цен.

ТЕМА 7. Налогообложение в туризме

Целью изучения темы является освоение компетенций, связанных с механизмами функционирования налоговой системы РФ, а также основными схемами налогообложения для туристских организаций.

Задачами изучения темы являются:

– обучение студентов практическим навыкам по выполнению расчетов с учетом действующих налоговых ставок;

– ознакомление студентов с теоретическими основами функционирования механизмов современной налоговой системы РФ;

– освоение теоретических и практических знаний по основным видам налоговых платежей, применяемых в туристской отрасли;

– освоение методов расчета уплачиваемых налогов.

Вопросы темы

1. Основные понятия налоговой системы РФ. Классификация налогов.
2. Функции налогов.
3. Виды налогов и их ставки.
4. Основные схемы налогообложения для турпредприятий.
5. Платежи и взносы в государственные внебюджетные фонды, порядок их уплаты.

Характеристика основных понятий и определений

Налог – это обязательный, индивидуальный, безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований.

Налоговая система – совокупность предусмотренных налоговым кодексом налогов и сборов, принципов, форм и методов их установления, изменений и отмены, уплаты и применения мер по обеспечению их уплаты, а

также форм и методов налогового контроля и ответственности за нарушения законодательства.

Налоговый мультипликатор – это отношение изменения реального национального дохода к вызвавшему его изменению налогов.

Список литературы: 4, 18, 25, 33, 39.

Краткие выводы

За счет налоговых взносов формируются финансовые ресурсы государства, аккумулируемые в его бюджете и внебюджетных фондах. Налоги – гибкий инструмент воздействия на находящуюся в постоянном движении экономику: они помогают поощрять или сдерживать определенные виды деятельности, направлять развитие тех или иных отраслей промышленности, воздействовать на экономическую активность предпринимателей, балансировать платежеспособный спрос и предложение, регулировать количество денег в обращении.

Контрольные вопросы

1. Основные понятия налоговой системы России.
2. Функции и классификация налогов.
3. Виды налогов и их ставки.
4. Платежи и взносы в специализированные фонды и порядок их уплаты.

ТЕМА 8. Финансовые результаты деятельности предприятий сферы туризма

Целью изучения темы является освоение компетенций, связанных со способами формирования прибыли предприятия, а также различными её видами, влиянием инфляции на финансовое состояние предприятия.

Задачами изучения темы являются:

– обучение студентов практическим навыкам по выполнению расчетов финансового состояния предприятия туриндустрии;

– ознакомление студентов с теоретическими основами финансовой деятельности турпредприятия;

– освоение теоретических и практических знаний по определению финансового состояния предприятия, а также оценка и прогнозирование его состояния в будущем;

– освоение методов расчета рентабельности предприятия.

Вопросы темы

1. Прибыль предприятия, её сущность и значение.
2. Характеристика балансовой, налогооблагаемой и чистой прибыли.
3. Формирование, распределение и использование на предприятиях СКСиТ.
4. Рентабельность предприятия и ее измерение.

Характеристика основных понятий и определений

Валовой доход – часть продажной цены на продукцию общественного питания, которая предназначается для покрытия издержек производства и обращения предприятий питания и образования прибыли.

Экономическая прибыль – это разница между выручкой от реализации услуг и всеми затратами, в том числе затратами упущенных возможностей.

Чистая прибыль определяется как разность между балансовой прибылью и налогами, уплачиваемыми предприятиями из балансовой прибыли, экономическими санкциями и отчислениями, уплачиваемыми за счет прибыли.

Список литературы: 7, 13, 18, 25, 26, 38.

Краткие выводы

Одним из финансовых показателей оценки хозяйственной деятельности является прибыль – денежное выражение основной части накоплений, создаваемых предприятием. Прибыль является одновременно финансовым результатом и основным элементом финансовых ресурсов туристского предприятия, которое заинтересовано в получении максимальной прибыли. Прибыль является источником формирования бюджетов и внебюджетных фондов разных уровней. Прибыль формирует бюджеты в виде налогов и отчислений и удовлетворяет интересам государства, предприятия, собственника, работника.

Контрольные вопросы

1. Формирование финансовых результатов предприятий туриндустрии.
2. Доход предприятия, выручка, прибыль.
3. Экономическая, валовая, налогооблагаемая, чистая прибыль.
4. Направления распределения и использования прибыли.
5. Рентабельность туристского предприятия и ее измерение.
6. Понятие и признаки банкротства. Процедура банкротства и санации предприятия.

ТЕМА 9. Показатели эффективности деятельности туристских предприятий

Целью изучения темы является освоение компетенций, связанных с возможностями анализа эффективности хозяйственной деятельности в управлении предприятием туризма.

Задачами изучения темы являются:

– ознакомление студентов с основными понятиями эффективности хозяйственной деятельности в управлении предприятием туризма;

– обучение студентов практическим навыкам по выполнению расчетов различных показателей эффективности деятельности туристских организаций;

– формирование у студентов умений по разработке стратегии увеличения показателей эффективности хозяйственной деятельности турпредприятия;

– освоение теоретических и практических знаний по методике комплексной оценки эффективности хозяйственной деятельности в сфере туризме;

– формирование практических навыков для оценки потенциального банкротства;

– освоение методов расчета влияния инфляции на финансовое состояние предприятия.

Вопросы темы

1. Эффективность туризма. Три уровня эффективности.
2. Анализ эффективности хозяйственной деятельности в управлении предприятием.
3. Эффективность использования основных и оборотных средств предприятия.
4. Эффект мультипликатора в туризме.
5. Загрузка туристского предприятия.
6. Коэффициент средней нагрузки.

Характеристика основных понятий и определений

Экономическая эффективность – это процесс хозяйствования, результат которого выражается определенной выгодой, достигнутой при определенных затратах денежных, материальных, информационных ресурсов и рабочей силы.

Мультипликатор – соотношение отклонения от равновесного чистого национального продукта (валового национального продукта за вычетом отчислений на потребление капитала) и исходных изменений в расходах на инвестиции.

Туристский поток – это постоянное прибытие туристов в страну (регион).

Список рекомендуемой литературы: 4, 6, 19, 23, 29, 34, 37.

Краткие выводы

Эффективность деятельности – это комплексное отражение конечных результатов использования средств производства и рабочей силы за определенный промежуток времени. Эффективность предприятия туристической сферы определяют как отношение результатов его деятельности до расходов, направленных на их качественное достижение (использование). Эффективность – это характеристика процессов и воздействий в основном управленческого характера, которая отражает степень достижения поставленных целей.

Контрольные вопросы

1. Эффективность туризма.
2. Анализ эффективности хозяйственной деятельности в управлении предприятием.
3. Эффект мультипликатора в туризме.
4. Экспорт и импорт туристских услуг.
5. Экстенсивный и интенсивный факторы использования ресурсов.

ТЕМА 10. Инвестиционная деятельность в туризме.

Целью изучения темы является освоение компетенций, связанных с происходящими инвестиционными процессами в туризме, а также расчетом инвестиционных показателей предприятий туризма.

Задачами изучения темы являются:

– ознакомление студентов с основными понятиями процесса инвестирования в туризме;

– формирование у студентов навыков по разработке стратегии инвестирования;

– обучение студентов практическим навыкам по выполнению расчетов различных показателей общей экономической эффективности инвестиций в туризме.

Вопросы темы

1. Понятие и структура инвестиций.
2. Инвестиционные процессы в туризме.
3. Показатели экономической эффективности инвестиций в туризме.
4. Направления привлечения инвестиционных ресурсов.

Характеристика основных понятий и определений

Инвестиции – это вложение капитала с целью дальнейшего его увеличения.

Капитальные вложения – совокупность затрат, которые направляются на воспроизводство основных фондов.

Отраслевая структура капитальных вложений – это соотношение стоимостных объемов инвестиций, осуществляемых в конкретных отраслях и подотраслях экономики.

Список рекомендуемой литературы: 6, 9, 11, 17, 25, 33, 37.

Краткие выводы

Инвестиции являются одним из важнейших факторов развития туристской отрасли, так как от их объема и структуры зависят: динамика развития отрасли на долгосрочную перспективу, финансово-экономические показатели работы отрасли в будущем, качественные характеристики туристских объектов и предприятия в перспективе, пропускные способности, производственные мощности и вместимость туристских объектов, структурная пропорциональность развития отрасли, а также общая конъюнктура туристского спроса и предложения в территориальном разрезе. В общем виде сущность инвестиций отражает, с одной стороны, объем инвестиционных ресурсов, с другой – размер затрат (вложений) с целью получения прибыли.

Контрольные вопросы

1. Понятие и состав инвестиций.
2. Понятие инвестиционной деятельности предприятия.
3. Инвестиционная деятельность предприятия.
4. Субъекты, объекты, источники инвестиций: внешние, внутренние и собственные.

ТЕМА 11. Оплата труда на предприятиях сферы туризма

Целью изучения темы является освоение компетенций, связанных с механизмами стимулирования труда, системой оплаты труда, источниками образования фонда заработной платы, а также квалифицированными требованиями к основным должностям работников туриндустрии.

Задачами изучения темы являются:

– освоение теоретических и практических знаний по системам и формам оплаты труда на предприятиях туриндустрии;

– формирование практических навыков для оценки фонда заработной платы предприятия;

– ознакомление студентов с основными понятиями системы стимулирования труда и методами его совершенствования;

– освоение методов расчета заработной платы сотрудника.

Вопросы темы

1. Механизм стимулирования труда и его совершенствование.
2. Системы и формы оплаты труда.
3. Состав фонда заработной платы предприятия, источники его образования.
4. Квалификационные требования к основным должностям работников туриндустрии.

Характеристика основных понятий и определений

Стимулирование – это процесс использования различных стимулов для мотивирования людей, где стимулы выполняют роль рычагов воздействия, вызывающих действие определенных мотивов.

Оплата труда – система отношений, связанных с обеспечением установления и осуществления работодателем выплат работникам за их труд в соответствии с законами, иными нормативно-правовыми актами, коллективными договорами, соглашениями, локальными нормативными актами и трудовыми договорами.

Заработная плата – вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы, а также выплаты компенсационного и стимулирующего характера.

Список рекомендуемой литературы: 1, 3, 8, 12, 27, 33, 34, 41.

Краткие выводы

Заработная плата – один из основных факторов социально-экономической жизни страны. Высокий уровень заработной платы свидетельствует о процветании экономики, прогрессировании всех отраслей экономики государства. Высокий уровень оплаты труда, то есть высокая цена трудовых ресурсов стимулирует усилия руководителей предприятий максимально эффективно и экономично использовать рабочую силу, модернизировать производство. На предприятии заработная плата выполняет две функции: для работника она является доходом, который он получает за свой труд, а для нанимателя – частью затрат на производство продукции или услуг.

Контрольные вопросы

1. Стимулирование: функции, виды, сущность.
2. Формы организационного стимулирования.
3. Принципы стимулирования труда и требования к его организации.
4. Пути совершенствования стимулирования труда в организации.
5. Системы и формы оплаты труда.
6. Составляющие части квалификационных требований сотрудника.

ТЕМА 12. Прогнозирование хозяйственной деятельности туристского предприятия

Целью изучения темы является освоение компетенций, связанных с прогнозированием хозяйственной деятельности предприятий отрасли туризма.

Задачами изучения темы являются:

– ознакомление студентов с теоретическими основами прогнозирования хозяйственной деятельности предприятий туризма;

– обучение студентов практическим навыкам по выполнению расчетов показателей прогнозирования деятельности туристских организаций;

– освоение методов прогнозирования, а также учета сезонных колебаний в хозяйственной деятельности предприятий туриндустрии.

Вопросы темы

1. Сущность прогнозирования, виды прогнозов.
2. Методы прогнозирования.
3. Фактографические, экспертные и комбинированные методы.

Характеристика основных понятий и определений

Прогнозирование – это описание возможных или желательных аспектов, состояний, решений. Прогноз-результат прогнозирования.

Метод – это система правил и приемов к изучению явлений и закономерностей явлений, общества и мышлений.

Методика – это совокупность методов практического выполнения действий.

Сезонные колебания – изменения уровня динамического ряда, которые вызваны изменениями времени года (для измерения используется индекс сезонности).

Список рекомендуемой литературы: 7, 15, 16, 21, 25, 39.

Краткие выводы

В настоящее время, в период рыночных взаимоотношений, предприятия сами планируют свою деятельность и сами должны искать партнеров в условиях неопределенности. Предприятие, как и всякая сложная самоорганизующаяся система, пытается восстановить недостаток информации и таким путем избавиться от неопределенности будущего. Для этого используется прогнозирование.

Контрольные вопросы

1. Классификация методов прогнозирования.
2. Классификация экспертных методов прогнозирования.
3. Прогнозирование на основе сезонных колебаний.
4. Методы: интервью, «мозгового штурма», «мозговой атаки наоборот», аналитических докладных записок, «дерева целей», Дельфи и т.д.

ТЕМА 13. Планирование хозяйственной деятельности туристского предприятия

Целью изучения темы является освоение компетенций, связанных с планированием хозяйственной деятельности туристского предприятия, с перспективным и текущим планированием социально-экономических, организационных и финансовых процессов на предприятии туризма.

Задачами изучения темы являются:

– ознакомление студентов с экономико-математическими методами планирования хозяйственной деятельности предприятия в сфере туризма;

– обучение студентов практическим навыкам по выполнению расчетов различных показателей планирования деятельности;

– освоение теоретических и практических знаний по инвестиционному планированию;

– формирование знаний отраслевых особенностей планирования для предприятий в сфере туризма.

Вопросы темы

1. Сущность и необходимость процесса планирования.
2. Виды планирования. Стратегическое планирование. Тактическое планирование. Оперативное планирование.
3. Значение бизнес-плана для предприятий туриндустрии.

Характеристика основных понятий и определений

Планирование – процесс разработки системы финансовых планов и показателей по обеспечению развития предприятия необходимыми финансовыми ресурсами и повышению эффективности ее финансовой деятельности в заданном периоде.

Смета – это план, переведенный в количественные измерители.

Сметы затрат – это сметы, в которых отражаются текущие операции в ходе обычного производственного цикла.

Смета расходов – включает все расходы по реализации, общефирменные и административные расходы.

Список рекомендуемой литературы: 5, 11, 19, 26, 32, 37, 38.

Краткие выводы

Многолетний опыт зарубежных фирм и российских предприятий показал, что недооценка планирования предпринимательской деятельности в условиях рынка, сведение его к минимуму, игнорирование или некомпетентное осуществление зачастую приводят к неоправданным экономическим потерям и в конечном счете – к банкротству. Для реалистичного планирования необходимо понимать суть процессов, протекающих в экономике, ситуацию,

складывающуюся на предприятии. Выбрать методы планирования, оценить управленческую ситуацию помогают знания особенностей планирования и управления.

Контрольные вопросы

1. Понятие, виды и классификация смет.
2. Понятие и сущность планирования.
3. Матрица возможностей по товарам /рынкам.
4. Матрица БКГ.
5. Общая стратегическая модель Портера.
6. Тактическое планирование: сущность, задачи и отличия от стратегического планирования.
7. Этапы оперативного планирования.

ТЕМА 14. Бизнес-план и его разработка для предприятий социально-культурного сервиса и туризма

Целью изучения темы является освоение компетенций, связанных с разработкой бизнес-плана для предприятий туризма, а также расчетом необходимых показателей.

Задачами изучения темы являются:

– формирование у студентов умения использовать экономические методы планирования в деятельности предприятий, а также обрабатывать маркетинговую, финансовую и производственную информацию;

– освоение теоретических и практических знаний для экономической оценки эффективности проекта и анализа рисков;

– формирование знаний отраслевых особенностей разработки бизнес-плана для предприятий сферы туризма;

– изучение методов продвижения бизнес-плана;

– освоение навыков разработки и реализации бизнес-планов.

Вопросы темы

1. Сущность и содержание процесса планирования.
2. Разделы бизнес-плана.

Характеристика основных понятий и определений

Бизнес-план выполняет следующие функции: планирование, возможность использования для разработки стратегии бизнеса, привлечение извне денежных средств, привлечение потенциальных партнеров, координация усилий сотрудников и создание мотивации достижения общей цели.

Стратегия развития предприятия сервиса включает в себя общий, рыночный, финансовый, производственный и кадровый компоненты.

Миссия – это руководящая философия бизнеса, придающая фирме смысл ее существования. Миссия включает: целевые ориентиры сферы деятельности фирмы, имидж фирмы, ценности организации, способы осуществления деятельности.

Список рекомендуемой литературы: 4, 9, 12, 17, 22, 28, 31, 37.

Краткие выводы

В рыночной экономике предприниматели не смогут добиться стабильного успеха, если не будут четко и эффективно планировать свою деятельность, постоянно собирать и аккумулировать информацию как о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов, так и о собственных перспективах и возможностях. Важной задачей является проблема привлечения инвестиций, в том числе и зарубежных, в действующие и развивающиеся предприятия. Для этого необходимо аргументировать и обосновать оформление проектов (предложений), требующих инвестиций. Для этих и других целей применяется бизнес-план.

Контрольные вопросы

1. Бизнес-план.
2. Этапы разработки бизнес-плана.
3. Разделы бизнес-плана.
4. Выявление конкурентных преимуществ по проекту.
5. Выбор базовых цен и системы их дифференциации.
6. Формы и методы сбыта. Разработка плана продвижения.
7. Организационный план.
8. Особенности разработки бизнес-плана для предприятий социально-культурного сервиса и туризма.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азар В.И., Туманов С.Ю. Экономика туристского рынка. – М., 2008. – 216 с.
2. Анискин Ю.П. Организация и управление малым бизнесом: учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 152 с.
3. Балабанов И.Т., Балабанов А. И. Экономика туризма: учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 116 с.
4. Гостиничный и туристский бизнес / под ред. А.Д. Чудновского. – М.: ЭКМОС, 2000. – 352 с.
5. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности: учеб. пособие. – М., 2005.
6. Здоров А.Б. Экономика туризма: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 272 с.
7. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: Стратегия и финансы: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005.
8. Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. – М.: ИТиГ, 2009.
9. Морозов М.А. Экономика туризма: учеб. пособие. – М.: ИТиГ, 1998.
10. Соболева Е.А., Соболев И.И. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы. – М., 2010.
11. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма: учеб. пособие. – Изд. 4-е, перераб. и доп. – М.: РДЛ, 2007. – 480 с.
12. Адамов В.Е., Ильенкова С.Д. и др. Экономика и статистика фирмы. – М., 2001.
13. Александрова А.Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма. – М., 2007.
14. Бабич А.М. и др. Экономика социального страхования. – М.: МГТУ, 2002.
15. Бургонова Г.Н., Каморджанова Н.А. Гостиничный и туристский бизнес. Особенности бухгалтерского учета и налогообложения. – М., 1999.
16. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003.
17. Квартальнов В.А. Туризм: Теория и практика: избр. труды: в 5 т. – Т. 3. Новые цели и функции туризма: экономика и управление. – М.: Финансы и статистика, 1998.
18. Квартальнов В.А. Туризм: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007.
19. Ковалев В.В. Финансовый анализ. Методы и процедуры. – М.: Финансы и статистика, 2006.
20. Козырев В.М. Основы современной экономики: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2009.
21. Козырев В.М. Туристская рента: учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003.
22. Козырева Т.В. Учет издержек в туризме: учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2001.

23. Колесник Н.В. Введение в специализацию. Ч. 2. Международный туризм в сфере услуг мирового товарооборота: учеб.-метод, пособие. – М.: Сов спорт, 1999.

24. Курс экономической теории. Общие основы экономической теории, микроэкономика, макроэкономика, переходная экономика: учеб. пособие / рук. автор, колл. и науч. ред. А.В. Сидорович. – М.: ДИС, 1997.

25. Карлик А.Е., Горбашко Е.А. Основы экономики фирмы: учеб. пособие. – СПб., 1999

26. Методика исчисления себестоимости турпродукта. Новые документы и комментарии / под ред. С.П. Шпилько. – М., 1999.

27. Лукичева Л.И., Квартальнов В.А., Исаев В.А. и др. Менеджмент туризма: Основы менеджмента: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002.

28. Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 272 с.

29. Зорин И.В., Каверина Т.П. Менеджмент туризма: Туризм как вид деятельности: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005.

30. Менеджмент туризма: Туризм как объект управления: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002.

31. Квартальнов В.А. Менеджмент туризма: Финансы и бухгалтерский учет в туризме: учебник.– М.: Финансы и статистика, 2005. – 336 с.

32. Козырев В.М. Менеджмент туризма: Экономика туризма: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002.

33. Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007.

34. Некоторые аспекты функционирования индустрии туризма / под общей ред. А.Л. Лесника, И.П. Мацицкого, А.В. Чернышева. – М., 1998.

35. Папирян Г.А. Экономика туризма. – М., 2001.

36. Туризм: нормативные правовые акты / сост. Н.И. Волошин. – М., 2000.

37. Шмален Г. Основы и проблемы экономики предприятия. – М., 1996.

38. Экономика предприятия торговли и сферы услуг: учеб. пособие. М., 1996.

39. Ополченов И.И. Маркетинг в туризме: Обеспечение рыночной позиции: учеб. пособие. – М.: Сов. спорт, 2003. – 188 с.

40. Пузанкова Е.П., Честикова В.А. Международный туристический бизнес. – М.: Экспертное бюро, 1997.

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

УЧЕБНОЕ ИЗДАНИЕ

Каранашев Анзор Хасанбиевич
Кудашева Нальжан Заурбековна

ЭКОНОМИКА ТУРИСТСКОГО РЫНКА

Методические рекомендации

Для направления 100200.62 Туризм

Редактор ***Т.П. Ханиева***
Компьютерная верстка ***Е.Л. Шериевой***
Корректор ***Л.А. Скачкова***

В печать 05.10.2012. Формат 60х84 $^{1}/_{16}$.
Печать трафаретная. Бумага офсетная. 1.63 усл.п.л. 2.0 уч.-изд.л.
Тираж 100 экз. Заказ №
Кабардино-Балкарский государственный университет.
360004, г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173

Полиграфический участок ИПЦ КБГУ
360004, г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173.