



Г.А. Гомилевская

**ЭКОНОМИКА
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
В СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ**

Министерство образования и науки Российской Федерации

Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса (ВГУЭС)

Г.А. Гомилевская

**ЭКОНОМИКА
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
В СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ**

Учебное пособие

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2016

УДК 338.48(075.8)

ББК 75.814 я73

Г64

Рецензенты: *Т.М. Бойцова*, д-р техн. наук,
профессор;

О.И. Костюкова, канд. экон.
наук, доцент

Гомилевская, Г.А.

Г64 Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме : учебное пособие / Г.А. Гомилевская ; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2016. – 144 с.

Пособие соответствует программе курса, содержит методические рекомендации. Туризм оказывает значимое влияние на развитие социально-экономической сферы региона. Качественное преобразование туризма невозможно без совершенствования самой системы туристского предпринимательства. Основные направления предпринимательской деятельности включают организационно-правовые механизмы функционирования предприятий сервиса и туризма, систему нормирования и планирования, маркетинговые инструменты управления, учетную политику предприятия.

Для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 43.03.02 Туризм, 43.03.03 Гостиничное дело, 43.03.01 Сервис на базе ФГОС ВО всех форм обучения.

УДК 338.48(075.8)

ББК 75.814 я73

© Г.А. Гомилевская, 2016

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», 2016

ВВЕДЕНИЕ

В условиях динамично растущего спроса на социально-культурные услуги в целом и мирового туристского оборота как составляющей части социально-культурной сферы туризм представляется мощным катализатором мировой и региональной экономики. Сервис и туризм оцениваются как сферы деятельности с высокой скоростью оборота капитала, окупаемостью и рентабельностью инвестиций.

Значение сервиса и туризма определяется высокой долей в структуре мировой торговли, на которые приходится порядка 30% от общего объема торговли. Сервисные отрасли производят 10% мирового ВВП, в данном секторе расходуется примерно 14% потребительских расходов, страны мира получают до 11% всех налоговых поступлений.

Туризм оказывает большое влияние на развитие социально-экономической инфраструктуры региона. Качественное преобразование отечественного туризма невозможно без совершенствования самой системы туристского предпринимательства, связывающего такие понятия, как инициатива и выгода, с одной стороны, и законы рынка, качество продукта, эффективность – с другой.

Предпринимательство в системе отношений, возникающих в процессе планирования, производства и реализации туристской услуги, является базой формирования современного туристского рынка. Основные направления предпринимательской деятельности включают организационно-правовые механизмы функционирования предприятий социально-культурного сервиса и туризма, систему планирования, маркетинговые инструменты управления во внешней и внутренней среде туристского предприятия, систему нормирования производственно-хозяйственной деятельности, учетную политику предприятия.

Учебная дисциплина направлена на формирование у студентов компетенций, необходимых для эффективного управления предприятием сервиса и туриндустрии.

В процессе достижения этой цели решаются следующие задачи:

- приобретение систематизированных знаний об управлении сферой деятельности на рынке;

- овладение практическими навыками формирования коммерческой службы, методами и способами принятия решений в конкретных хозяйственных ситуациях;

- изучение финансово-хозяйственной деятельности туристского предприятия и поиск путей повышения ее эффективности.

Тема 1. Общие понятия и определения экономики и предпринимательства

Термин «экономика» рассматривается в двух значениях:

1) народное хозяйство, включающее отрасли материального производства и непроизводственной сферы;

2) научная дисциплина, занимающаяся изучением отраслей хозяйства страны или отдельных регионов, а также отдельных секторов и элементов производства.

Структурно экономика делится на:

– макроэкономику, которая охватывает экономические процессы в масштабах территориальных границ;

– микроэкономику, связанную с поведением отдельных экономических субъектов на отдельных рынках.

Экономика социально-культурного сервиса – это наука, призванная изучать экономические отношения, складывающиеся в процессе воспроизводства социальных благ, выступающих как в вещественной форме, так и в форме услуг.

Предметом экономики туризма, составной части экономики социально-культурного сервиса, являются экономические отношения, которые возникают и развиваются в сфере туризма в процессе производства, распределения и потребления туристских продуктов и услуг, предназначенных для удовлетворения потребностей потребителя.

Основные элементы экономики сервиса и туризма:

– личная свобода;

– экономическая дееспособность;

– социальная справедливость.

Взаимосвязь социально-культурного сервиса и экономики проявляется в прямой и обратной связи:

1) прямая связь определяется воздействием экономики сервиса и туризма на экономику страны, культуру производства. В целом рост социально-культурного сервиса решает проблему безработицы (в развитых странах 60–70% занятых размещено в сервисных отраслях);

2) обратная связь – развитие экономики в стране воздействует на социальную сферу, развитие общественных благ.

Экономика сервиса и туризма в отличие от экономики материального производства имеет характерные особенности. Так, продуктом труда занятых в сервисе является услуга, которая одновременно представляет действие и результат этого действия, где процесс и продукт совпадают. Помимо этого с точки зрения размещения производительных сил инфраструктурные объекты сервиса и туризма территориально рассредоточены, что связано, в первую очередь, с необходимостью их доступности для потребителя. Данный фактор напрямую связан с низким уровнем концентрации производства. Еще одним свойством экономики сервиса и туризма является преобладание малых предприятий.

Туризм рассматривается не как отрасль экономики, а как межотраслевой комплекс – интеграционная структура, характеризующая взаимодействие различных отраслей и их элементов, разных стадий производства и распределения продукта.

В этой связи особое значение приобретает понятие *кластер* – группа географически сконцентрированных взаимосвязанных компаний (поставщиков, производителей, провайдеров) и организаций (образовательных учреждений, органов государственного управления), действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга (М. Портер).

Кластерный подход к развитию туристских территорий заключается в формировании группы географически соседствующих, использующих рекреационный потенциал территории и взаимодействующих между собой предприятий, общественных организаций и связанных с ними органов государственного управления, формирующих и обслуживающих туристские потоки. Таким образом, туристско-рекреационный кластер – это сконцентрированная на определенной территории группа социальных институтов сферы туризма и гостеприимства (рис. 1).

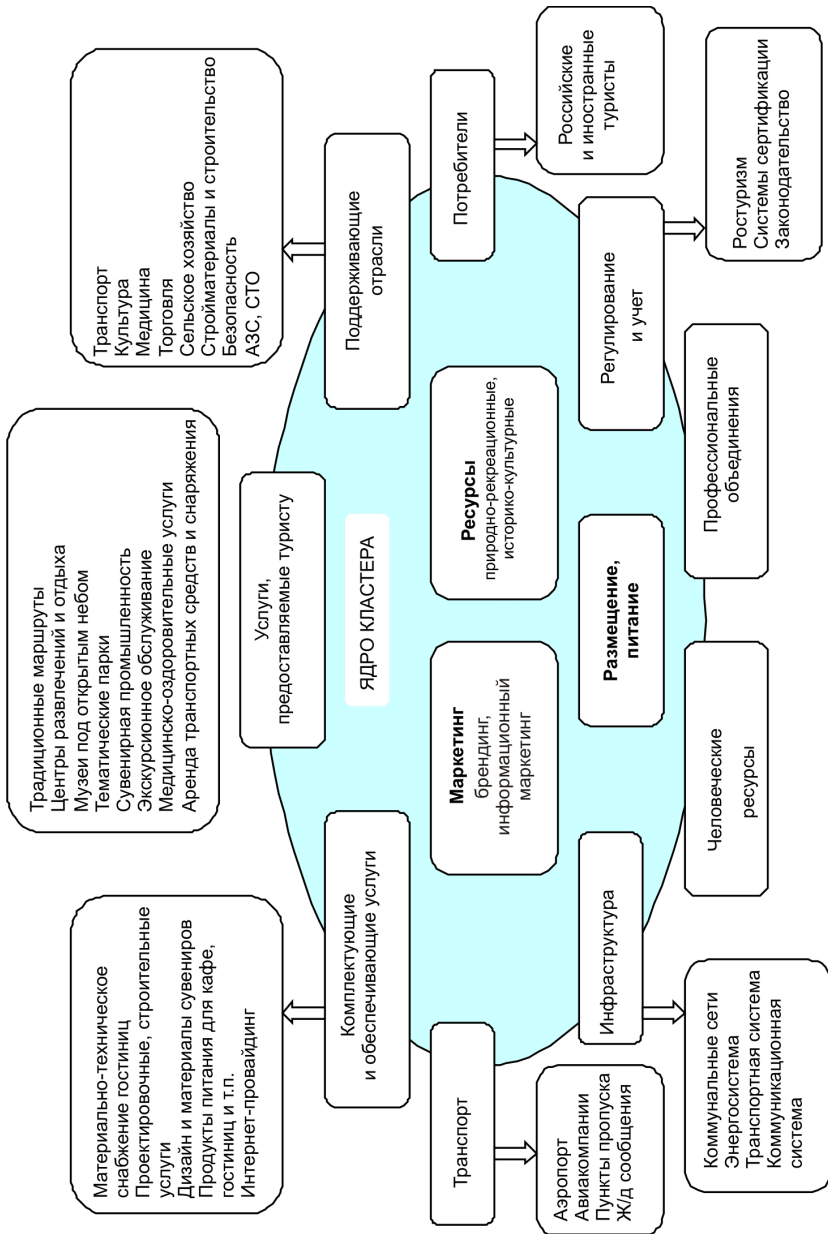


Рис. 1. Структура туристского кластера

Среди прочих факторов воздействия на туризм, к которым относятся политические, природные, социально-культурные, демографические, большое значение приобретают *экономические факторы*, в том числе:

- улучшение (ухудшение) экономической и финансовой ситуации;

- увеличение (снижение) персонального дохода;

- более высокая (низкая) туристская активность в зависимости от выделенной на отдых части доходов;

- возрастание (снижение) доли общественно-выделяемых средств на покрытие расходов на туризм и путешествия.

Среди экономических факторов выделяют *специфические факторы туристского рынка*:

- процессы спроса, предложения и распределения турпродукта (например, рост индивидуального туризма);

- возрастание роли сегментации рынка;

- увеличение расстояний путешествий, рост краткосрочного пребывания, возрастание диверсификации туристского развития и т.д.;

- возрастание роли координации деятельности в туризме и процессов монополизации (усиление горизонтальных интеграций, рост партнерских отношений крупных фирм со средним и мелким бизнесом, вертикальные интеграции через создание стратегических туристских союзов; глобализация туристского бизнеса и т.д.);

- возрастание роли частного туристского бизнеса; создание условий, при которых на рынке действует ограниченное число больших транснациональных операторов и значительное количество родственных малых предприятий – агентов; эффективная реализация турпродукта на основе профессионального маркетинга, что в свою очередь порождает потребность в повышении квалификации персонала;

- возрастание роли СМИ и связей с общественностью в продвижении, рекламе и реализации турпродуктов;

- возрастание роли кадров в туризме, развитие профессионально-квалификационных требований и профессиональной подготовки, улучшение организации труда и т.д.

Расчет воздействия туризма на национальную и региональную экономики производится с помощью мультипликатора. Мультипликатор туризма – отношение дохода от туристской деятельности к туристским расходам. Эффект мультипликатора означает, что

средства, вложенные в туристскую деятельность, опосредованно влияют на отраслевую и территориальную структуру хозяйства.

Эффект мультипликатора тем больше, чем больше местная экономика способна производить товары и услуги, которые пользуются спросом у туристов и чем больше доля расходов предприятий туристской дестинации и их работников на покупку товаров и услуг местных производителей.

Основные направления, методы и приемы предпринимательской деятельности. *Предпринимательская деятельность* – это система социально-экономических отношений, возникающих в процессе планирования, производства и реализации туристской продукции и услуг. В основе этих отношений лежат процессы и закономерности, имеющие много общего в системе рыночных отношений предприятий различной направленности.

Главная цель предпринимательской деятельности – достижение поставленных целей и задач путем использования эффективных экономических рычагов и методов.

Основные *направления предпринимательской деятельности:*

1. Выбор организационно-правовой формы предприятия.
2. Стратегическое и текущее планирование.
3. Управление маркетингом.
4. Управление организационными процессами.
5. Планирование закупочной деятельности сырья и материалов.
6. Организация оплаты труда, мотивация и стимулирование трудовой деятельности.
7. Нормирование и научная организация труда.
8. Управление основным и оборотным капиталом.
9. Калькулирование затрат и расчет себестоимости продукции (услуг).
10. Управление налогами на предприятии.
11. Проведение экономического анализа.
12. Бизнес-планирование.

В процессе предпринимательской деятельности используются следующие *методы исследований:*

1. Общенаучные:
 - системный анализ;
 - комплексный подход;
 - программно-целевое планирование.

2. Аналитико-прогностические:
- линейное программирование – выбор благоприятного решения;
 - теория массового обслуживания – построение очередности работ;
 - теория связи – увязка производственной мощности и возможностей сбыта;
 - теория вероятностей – вероятность наступления определенного события и предпочтительное решение;
 - экономико-статистические методы;
 - экономико-математическое моделирование – описание связей между событиями;
 - экспертиза.
3. Заимствованные из различных областей знаний:
- социология – распространение информации, отношение потребителей, методы анкетирования, панельного обслуживания;
 - психология – тестирование, мотивационный анализ;
 - антропология – исследование рыночной среды с учетом национальных, культурных особенностей при моделировании потребительских товаров;
 - экология, эстетика, дизайн и т.д.

Контрольные вопросы

1. Каковы сущность и роль предпринимательства в современной экономике?
2. Дайте определение туризма как межотраслевого экономического комплекса.
3. Каковы факторы воздействия на туризм?
4. Какова роль социально-экономических факторов, влияющих на рост туризма, факторов туристского рынка?
5. От чего зависят условия деятельности предпринимательства в сервисе и туризме?
6. Перечислите основные направления предпринимательской деятельности.
7. Приведите примеры экономических методов и приемов, используемых в деятельности предприятия.

Тема 2. Государственное регулирование сферы сервиса и туризма

Государственная политика на региональном уровне направлена на содействие туристской деятельности и создание благоприятных условий для ее развития, поддержание приоритетных направлений, формирование представления о регионе как благоприятном для развития туризма, осуществление поддержки и защиты туристов, туроператоров, турагентов и их объединений.

В рекомендациях *Всемирной туристской организации (UNWTO)* отмечаются следующие основополагающие функции государственной политики: маркетинг, координация туристской деятельности и развития, планирование, правовые вопросы и финансирование.

Целями государственного регулирования согласно Закону Российской Федерации № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности» являются охрана окружающей среды, развитие туристской индустрии, создание новых рабочих мест, создание условий для их деятельности.

Система задач государственного регулирования в сфере туризма предусматривает обеспечение прав граждан на отдых, развитие туристской индустрии, образование и патриотическое воспитание, охрану окружающей среды и сохранение культурных объектов, создание новых рабочих мест, рост доходов государства и граждан Российской Федерации (рис. 2).

При этом государством используются следующие *управленческие методы*:

1. Создание нормативно-правовых актов.
2. Содействие в продвижении туристского продукта, определение приоритетных мероприятий по маркетингу и рекламе туристских регионов в целях повышения их привлекательности.
3. Защита прав и интересов туристов.
4. Стандартизация и сертификация.
5. Установление правил землепользования и охраны окружающей среды, контроль за их соблюдением.
6. Прямые бюджетные ассигнования на разработку и реализацию государственных и целевых программ.

7. Создание благоприятных условий для привлечения инвестиций.
8. Налоговое и таможенное регулирование.
9. Предоставление субсидий, льготных кредитов и таможенных льгот.
10. Содействие кадровому обеспечению.
11. Развитие научных исследований в сфере туризма.
12. Обеспечение картографической продукцией.
13. Обеспечение доступа к туристскому региону, охрана достопримечательностей.



Рис. 2. Задачи государственного регулирования туризма в Российской Федерации

Система государственного регулирования туризма в Российской Федерации опирается на две институциональные ветви власти: законодательную и исполнительную. Законодательная ветвь представлена Комитетом Государственной Думы по экономической политике и предпринимательству, в исполнительной ветви основополагающая роль принадлежит Федеральному агентству по

туризму (Ростуризм) в структуре Министерства культуры Российской Федерации (рис. 3).



Рис. 3. Система государственного регулирования туризма в Российской Федерации

Международный опыт государственного регулирования туристской деятельности показывает использование различных моделей:

1 модель: американская – отсутствие центральной государственной туристской администрации, все вопросы решаются на местах на основе принципов рыночной «самоорганизации».

2 модель: европейская – решение общих вопросов развития туризма на уровне государства, преимущественно в области политики и координации маркетинговой деятельности.

3 модель: турецкая – наличие сильного и авторитетного центрального органа – министерства, значительные финансовые вложе-

ния в индустрию туризма, инвестирование туристской инфраструктуры.

В сфере туризма особое значение имеет *деятельность общественных организаций и профессиональных объединений*. В зависимости от состава членов, их статуса и представительства, а также уставных целей и задач туристские организации квалифицируются как:

- всемирные, региональные и национальные;
- официальные (межправительственные) и неофициальные;
- универсальные и специализированные.

Наиболее представительной, авторитетной и активно действующей организацией является *Всемирная туристская организация (UN WTO)*, которая считается межправительственным универсальным органом сотрудничества стран в области туризма. В 1969 г. ООН приняла решение о создании Всемирной туристской организации, был принят ее Устав, и в 1975 г. состоялось первое учредительное заседание Генеральной ассамблеи ВТО. К 2000 г. членами ВТО стали 138 государств из всех регионов мира. Кроме того, в соответствии с Уставом в нее вступили в качестве ассоциированных и присоединившихся членов (без права решающего голоса) 350 общественных и коммерческих структур, связанных с туристской деятельностью.

Всемирная федерация ассоциаций туристских агентств (FUAAV), насчитывающая в своем составе национальные ассоциации туристских агентств различных стран, выступает сторонником либерализации туристского бизнеса и защиты интересов туристских фирм.

Международная федерация туроператоров (IFTO), в которую входят ассоциации туроператоров и отдельные туроператорские фирмы, занимаясь общими вопросами развития международного туризма, особое внимание уделяет защите интересов туроператорского бизнеса.

Деятельность Всемирной ассоциации туристских агентств (WATA) направлена на развитие международных туристских поездок путем создания по всему миру агентств ассоциации, обмен технической и коммерческой информацией и координацию их деятельности, унифицирование туристской документации.

Международная гостиничная ассоциация (IHA) объединяет предпринимателей гостиничного бизнеса разных стран в целях

развития их сотрудничества в вопросах повышения качества услуг, внедрения современных технологий и стандартов обслуживания, повышения профессионализма гостиничного персонала и др.

Международная ассоциация воздушного транспорта (IATA) объединяет авиатранспортные предприятия (авиакомпании, аэропорты и др.), обслуживающие основные международные и внутренние линии. Ее основная задача заключается в развитии их сотрудничества с целью повышения качества обслуживания пассажиров.

Международная ассоциация конгрессного бизнеса (ICCA) объединяет организации, осуществляющие обслуживание участников международных и национальных конгрессов, конференций, симпозиумов и др.

Международное бюро по социальному туризму (BITS) и *международное бюро молодежного туризма (BITEJ)* объединяют туристские организации профсоюзных объединений и компании, занимающиеся молодежным туризмом с целью расширения их сотрудничества в развитии социального туризма.

Международный туристский альянс (АИТ) включает национальные автомобильные ассоциации, федерации и туристские клубы, объединяющие индивидуальных членов, или национальные федерации с целью развития автотуризма.

Туристская ассоциация Тихоокеанского региона (PATA) – одно из наиболее многочисленных региональных объединений, в состав которого входят более 2200 членов из 64 стран, представляющих национальные правительственные туристские организации, транспортные и гостиничные ассоциации, туристские оптовые и розничные фирмы, а также различные организации, связанные с индустрией туризма.

Крупнейшими национальными туристскими ассоциациями являются Американское общество туристских агентов (АСТА), Ассоциация британских туристских агентов Франции (СНАВ), Союз канадских туристских ассоциаций (АКТА), Национальная испанская ассоциация, Союз немецких бюро путешествий (ДРВ), Австралийская федерация туристских агентов (АФТА), Японская ассоциация туристских агентов (ДЖАТА), Российский союз туриндустрии (РСТ).

Выборочный анализ законов, связанных с развитием туризма в отдельных странах также свидетельствует о различных государст-

венных приоритетах. В Турции законом определены точные сроки регистрации недвижимости, выдачи лицензии, предоставления коммунальных услуг по льготным ценам. В Италии законом предусмотрены выделение финансовых средств отдельным областям. В Финляндии закон о туризме отсутствует, но подписан договор между национальной ассоциацией по туризму и Управлением по защите прав потребителей.

В Российской Федерации законодательное регулирование сферы сервиса и туризма регламентируется следующими нормативно-правовыми актами:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 3: федер. закон от 26.11.2001 №146-ФЗ.

2. Концепция и программа развития внутреннего и въездного туризма в РФ на 2013–2018 годы (2012 год).

3. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (№ 132-ФЗ от 14 ноября 1996 г. с доп. и изм.).

4. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» (№ 131-ФЗ от 6.10.2003 в редакции закона 25.12.2008 № 281-ФЗ). Создание условий для развития туризма в муниципальных образованиях (п. 9 ст. 14.1).

5. Федеральный закон «О защите прав потребителей» (№ 2-ФЗ от 19.06.95 с доп. и изм.).

6. Федеральный закон «О рекламе» (№ 38-ФЗ от 13.03.2006 с доп. и изм.).

7. Федеральный Закон «О порядке въезда в РФ и выезда из РФ» от (№ 114-ФЗ от 15.08.1996 (ред. от 13.07.2015).

8. Государственные стандарты:

– ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг;

– ГОСТ Р 51185-2008. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования.

9. Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями (Приказ Минкульта от 11 июля 2014 года № 1215).

10. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 2: федер. закон от 05.08.2000 №117-ФЗ.

11. Федеральный закон «О концессионных соглашениях» №115-ФЗ от 21.07.2005 (с изм. и доп.).

12. Федеральные государственные образовательные стандарты.

13. Об утверждении структуры региональной (муниципальной) программы развития туризма субъектов РФ (Приказ Федерального агентства по туризму РФ № 66 от 11.07.2007).

Законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (поправки от Федерации 27 апреля 2012 года) предусмотрены следующие *меры, направленные на поддержку туристской деятельности*:

а) создание объединения туроператоров в сфере выездного туризма «Турпомощь»; для оказания экстренной помощи туристам за пределами Российской Федерации в случае невозможности исполнения, неисполнения или ненадлежащего исполнения туроператором своих обязательств по договору;

б) содействие в организации эвакуации туриста из страны временного пребывания за счет средств компенсационного фонда объединения туроператоров в сфере выездного туризма;

в) обязательное вступление туроператора в качестве члена объединения, предполагающее внесение средств в размере 0,1% от годового оборота туроператора;

г) установление размера финансового обеспечения туроператоров:

– размер финансовых гарантий сохраняется в размере 30 млн рублей, если годовая выручка предприятия не превышает 250 млн рублей или при условии учета по упрощенной системе налогообложения (УСНО);

– размер обеспечения должен составлять не менее 12% от оборота, если годовая выручка составляет более 250 млн рублей;

д) введение положения о праве страховщиков на регрессное требование к учредителям должника, его руководителю, членам органов управления туроператора в размере выплаченного страхового возмещения, если неисполнение туроператором обязательств по договору вызвано умышленными действиями указанных лиц;

е) установление мер административной ответственности за правонарушения, совершенные туроператорами в сфере выездного туризма при осуществлении своей деятельности.

Законом «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации» установлено, что реализация турпродукта осуществляется на основании договора, который заключается в письменной форме и должен соответствовать российскому законодательству.

Туристская путевка и туристский ваучер являются основными первичными документами.

Туристская путевка – документ строгой отчетности, подтверждающий факт передачи туристского продукта.

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

Могут встречаться два типа договоров: между туристской фирмой и туристом и между туристской фирмой и контактирующими с ней организациями.

Отношения между фирмой и туристом являются отношениями по оказанию услуг, где сторонами выступают заказчик (потребитель) и исполнитель. Система взаимодействия субъектов туристской сферы представлена на рис. 4.

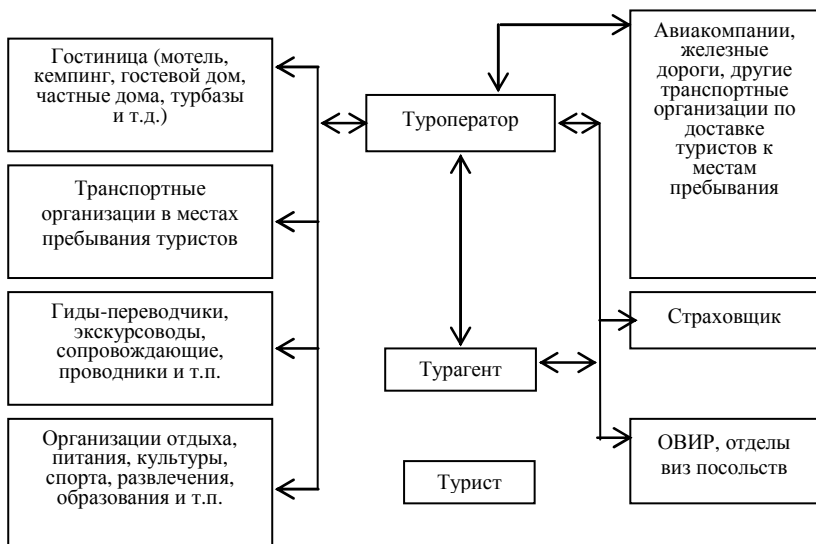


Рис. 4. Система взаимодействия субъектов туристской сферы

Как уже отмечалось, в ст. 779 ГК РФ представлен открытый перечень услуг, к которым применяются правила гл. 39 ГК «Возмездное оказание услуг». В этом перечне, в частности, указаны услуги по туристскому обслуживанию. Договоры возмездного оказания услуг заключаются как между организациями, так и между организациями и гражданами.

Характер туристского обслуживания не позволяет, как правило, исполнителю (туроператору) лично выполнять все условия договора. Поэтому он вынужден поручать выполнение некоторых своих обязанностей третьим лицам (турагентам, соисполнителям), оставаясь ответственным перед туристом за их выполнение. При этом исполнитель поручает третьему лицу (турагенту) выполнение как юридических (заключение с туристом договора на оказание услуги от своего имени или от имени третьего лица), так и некоторых физических действий. Поручение выполняется третьим лицом за свой счет или за счет поручающего. Законом «Об основах туристической деятельности в РФ» установлено, что турист в праве потребовать от турфирмы предоставления всех услуг, входящих в тур, независимо от того, кем эти услуги оказываются. Это признанная во всем мире практика: тот, кто получил от клиента деньги, отвечает за все.

Отношения туроператора с турагентом регулируются договорами поручения, комиссии и агентскими договорами. Они должны составляться в соответствии с нормами, определенными в гл. 49, 51 и 52 ч. II ГК РФ.

Турагенты приобретают продукты у туроператоров и реализуют их потребителям от своего имени, а также по договорным поручениям, комиссии или агентским договорам.

В зависимости от особенностей деятельности у турагента возникают различные обязательства перед потребителями туруслуг и разная степень ответственности за обеспечение оказания их потребителю.

Если турагент выдает потребителю путевку и ваучер от своего имени, он принимает обязательства перед потребителем на себя и несет перед ним ответственность.

В том случае, когда турпродукт реализуется турагентом на основании заключенного с туроператором договора поручения,

ответственность лежит на туроператоре, от имени которого действует турагент.

Если деятельность осуществляется на основании договоров комиссии, обязательства перед потребителями возлагаются на турагента, ибо в таком случае именно он и от своего имени заключает сделки с потребителями.

Если же турагент осуществляет реализацию турпродуктов на основании агентских договоров с туроператорами, то возникновение у турагента обязательств и ответственности перед потребителями зависит от того, действует ли последний от своего имени или от имени туроператора.

Контрольные вопросы

1. Каковы направления государственной политики в области туризма и социально-культурной деятельности?

2. Перечислите функции государственной политики, определенные Всемирной туристской организацией (ВТО).

3. Как оценивается законодательное регулирование туристской деятельности?

4. Оцените уровень государственной поддержки предпринимательства в туризме в Российской Федерации.

5. Чем вызвана необходимость формирования системы регулирования туристской деятельности в Российской Федерации?

6. Чем определяется социально-экономическое значение развития туризма в регионе?

7. В чем заключается сущность мультипликативного эффекта в туризме?

8. Приведите примеры организационной структуры управления туризмом в мировой практике, в Российской Федерации на федеральном, региональном и местном уровнях в Российской Федерации.

Тема 3. Финансы и финансовая система

Финансы – это денежные отношения, возникающие в процессе распределения и перераспределения стоимости общественного продукта при формировании денежных доходов и накоплений у субъектов хозяйственной деятельности, государства, физических лиц.

Финансы предприятий – экономические отношения, возникающие в процессе формирования производственных фондов, производства и реализации продукции, образования собственных финансовых ресурсов, привлечения внешних источников финансирования, их распределения и использования.

Финансовые ресурсы предприятия – денежные доходы и поступления, используемые для покрытия затрат по производству и финансовых обязательств.

Роль финансов заключается в формировании максимально возможных финансовых ресурсов, регулировании и стимулировании экономики, рациональном использовании финансовых ресурсов, разработке финансовых механизмов.

Принципы финансов:

- хозяйственная самостоятельность;
- самофинансирование;
- материальная заинтересованность;
- материальная ответственность;
- обеспеченность финансовых резервов.

Роль финансов в экономике страны обусловлена их функциями:

1) распределительная функция – посредством финансов распределяется и перераспределяется внутренний валовой доход, благодаря чему денежные средства поступают в распределение государства;

2) контрольная функция – заключается в их способности отслеживать весь ход распределительного процесса, а также расходование по целевому назначению денежных средств, поступающих из федерального бюджета;

3) регулирующая функция – вмешательство государства в процесс воспроизводства через финансы (налоги, государственные кредиты и т.д.);

4) стабилизирующая функция – обеспечение граждан стабильными экономическими и социальными условиями.

Государство обеспечивает реализацию распределительной функции в туризме с использованием следующих методов:

- признание не формальной (декларативной), а истинной значимости туризма в России;
- создание инвестиционных агентств на уровне субъектов федерации;

– выделение государственных субсидий на целевое развитие инфраструктуры;

– развитие долевого смешанного инвестирования с участием государственных капиталовложений на условиях государственно-частного партнерства;

– предоставление льготных кредитов под контролируемый проект. При этом государство покрывает разницу между фиксированной и рыночной ставкой кредита;

– предоставление поручительства правительства или специального органа (гарантийного фонда) при выделении коммерческими банками займов;

– налоговые льготы для инвесторов, в том числе иностранных, включая сокращенные ставки НДС на прибыль, на имущество;

– предоставление льгот по налогу на имущество для сезонных объектов;

– привлечение дополнительных источников инвестирования от лицензирования и сертификации;

– регулирование цен социальной инфраструктуры;

– использование механизма ускоренной амортизации;

– предоставление льгот по НДС на путевки внутреннего и въездного туризма на территории Российской Федерации (ст. 149 Налогового кодекса);

– предоставление льгот по НДС санаторно-курортным учреждениям (ст. 21 Налогового кодекса).

Потенциальные *источники финансовых ресурсов* предприятия:

– собственные средства (уставной капитал, прибыль, амортизационные отчисления, добавочный капитал за счет переоценки основных средств);

– заемные средства (ссуда, кредит, кредиторская задолженность, лизинг, добавочный капитал за счет дополнительной эмиссии акций).

К источникам формирования финансовых ресурсов также можно отнести внутренние, внешние и прочие каналы привлечения (табл. 1).

Выделяют следующие *формы финансирования*:

1) самофинансирование (финансирование за счет собственных источников);

2) бюджетное финансирование (финансирование из федерального, регионального и муниципального бюджетов);

3) коммерческое кредитование (отсрочка платежа, вексельное кредитование, лизинг);

4) банковское кредитование (кредитование специализированными кредитно-финансовыми организациями, имеющими лицензию).

Таблица 1

Источники финансовых ресурсов предприятия

Виды источников	Характеристика источников
1. Внутренний	Прибыль, амортизационные отчисления
2. Внешний	Кредиты банков, заемные средства других предприятий, кредитная задолженность, долевое участие, средства бюджетов и внебюджетных фондов
3. Прочие каналы привлечения	Финансовый рынок, обеспечивающий перераспределение свободного финансового капитала

К правилам финансирования активов относятся:

– дебиторская и кредиторская задолженности должны быть согласованы по сумме и срокам;

– своевременная уплата налогов производится не позднее окончания учетного периода;

– оптимальное соотношение между собственными и заемными средствами в пропорции 2:1.

Среди выделенных форм финансирования предприятия в своей финансовой политике зачастую используют метод кредитования, основными принципами которого являются:

1) платность кредита – осуществление кредитования через механизм банковского процента;

2) обеспеченность кредита – наличие у заемщика залога или поручителя;

3) обязательность возврата – обязательность возврата суммы предоставленной в долг;

4) поручительство – наличие у заемщика залога или поручителя;

5) избирательность – особый подход к заемщику с учетом его платежеспособности.

В целом финансовая система состоит из трех основных сфер:
– финансы страховых компаний и кредитных учреждений;
– государственные финансы;
– финансы предприятий.

Финансы страховых компаний включают социальное страхование, имущественное, личное страхование, страхование ответственности, а также предпринимательских рисков.

Государственные финансы состоят из государственного бюджета, внебюджетных фондов, государственного кредита. Внебюджетные фонды – это денежные средства государства, имеющие целевое назначение.

Финансы предприятий подразделяются на финансы предприятий, действующие на коммерческой основе; финансы организаций и учреждений, осуществляющих некоммерческую деятельность; финансы объединений.

Финансовые отношения предприятий можно объединить в четыре группы:

- 1) финансовые отношения с другими предприятиями;
- 2) финансовые отношения внутри предприятия;
- 3) финансовые отношения внутри объединений предприятий;
- 4) отношения с финансово-кредитной системой: с бюджетами различных уровней и внебюджетными фондами, со страховыми компаниями, с банками.

Можно выделить финансовые отношения, возникающие в процессе взаимодействия турфирмы с другими субъектами:

а) между туроператором и турагентом по расчетам за услуги, оплаченные путевки и другие услуги;

б) расчеты между турагентами, возникающие в процессе реализации путевок;

в) расчеты турфирмы с коммунальными службами по оплате аренды и коммунальных услуг;

г) расчеты турфирмы с органами муниципального управления по оплате налога за землю и арендной плате;

д) оплата труда работников предприятия;

е) расчеты с банками по ведению расчетного счета, покупке и продаже валюты, приобретение и погашение кредитов;

ж) расчеты с бюджетом и внебюджетными фондами, налоговыми службами при выплате налогов и осуществлению иных платежей;

з) взаиморасчеты с пенсионным фондом, фондом социального и медицинского страхования;

и) расчеты с визовыми, таможенными органами.

Как правило, в туризме используют две основных схемы функционирования финансов:

1 схема – работа туристского предприятия при малом бюджете оборотных средств по факту продажи туристского продукта.

2 схема – используется на массовых рынках в условиях товарного дефицита.

Варианты данной схемы:

– производится предоплата за нереализованный продукт под свой страх и риск, преимущества – приобретение услуг по более низкой цене;

– производится приобретение жестких блоков, используется при организации чартерных рейсов, приобретении мест на период в средствах размещения;

– приобретение инфраструктурного объекта (как правило, средства размещения) в оперативное управление;

– использование франчайзинга (коммерческой концессии). Условия использования франчайзинга: известный бренд франчайзера (собственника бренда), способность франчайзи использовать стандарты бизнеса для производства и продажи франшизы; экономия затрат франчайзи по сравнению с организацией собственного бизнеса.

Платежи за право использования франшизы:

а) паушальный платеж – единовременное вознаграждение за продажу франшизы;

б) роялти – ежемесячные фиксированные платежи.

В процессе финансово-хозяйственной деятельности предпринимателю необходимо определять множество факторов, влияющих на эффективность предпринимательской деятельности. При этом предприятие стремится к состоянию равновесия, балансируя между распределением долей основного и оборотного капитала, собственных и заемных средств, цены и объема продаж.

В практике управления финансами прибегают к следующим методам финансового анализа (табл. 2).

Методы финансового анализа

Метод	Характеристика
Горизонтальный (временной)	Сравнение каждой позиции отчетности с предыдущим периодом с целью определения тенденций в развитии предприятия
Вертикальный (структурный)	<p>Определение структуры итоговых показателей с выявлением влияния каждой позиции отчетности на результат в целом:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Структурный анализ активов. 2. Структурный анализ капитала. 3. Структурный анализ денежных потоков
Трендовый	Сравнение каждой позиции отчетности с рядом аналогичных показателей в предшествующие периоды и определение тренда, т.е. основной тенденции динамики этого показателя
Факторный	Анализ влияния отдельных факторов (причин) на результирующий показатель
Сравнительный	<p>Внутрихозяйственный анализ сводных показателей отчетности по отдельным показателям:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сравнительный анализ финансовых показателей данного предприятия и среднеотраслевых показателей. 2. Сравнительный анализ финансовых показателей данного предприятия и предприятий-конкурентов. 3. Сравнительный анализ финансовых показателей отдельных структурных единиц и подразделений. 4. Сравнительный анализ отчетных и плановых (нормативных) финансовых показателей
Относительных показателей	<p>Расчет отношений между отдельными позициями отчета или позициями разных форм отчетности по отдельным показателям фирмы, определение взаимосвязи показателей:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Коэффициенты финансовой устойчивости предприятия. 2. Коэффициенты оценки платежеспособности (ликвидности). 3. Коэффициенты оценки оборачиваемости активов. 4. Коэффициенты оценки оборачиваемости капитала. 5. Коэффициенты оценки рентабельности

Для проведения финансового анализа используются формы финансовой отчетности. Состав бухгалтерской отчетности определен п. 2 ст. 13 Федерального закона «О бухгалтерском учете» и п. 5 ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» и включает следующие формы, необходимые для основных методов финансового анализа:

- Форма № 1 «Бухгалтерский баланс»;
- Форма № 2 «Отчет о прибылях и убытках»;
- Форма № 3 «Отчет об изменениях капитала»;
- Форма № 4 «Отчет о движении денежных средств»;
- Форма № 5 «Приложение к бухгалтерскому балансу»;
- «Пояснительная записка»;
- «Аудиторское заключение».

По результатам финансового анализа устанавливается тип финансового состояния предприятия (табл. 3).

Таблица 3

Тип финансового состояния предприятия

Финансовое состояние	Характеристика
Абсолютная устойчивость	Превышение источников формирования собственных оборотных средств над величиной запасов и затрат. В экономической практике встречается крайне редко
Нормальная устойчивость	Величина запасов и затрат равна источникам их формирования. Платежеспособность предприятия гарантирована
Неустойчивое	Возможно нарушение платежеспособности предприятия и обеспеченности запасов и затрат за счет собственных оборотных средств, но равновесие может быть восстановлено за счет привлечения краткосрочных кредитов и заемных средств
Кризисное	Предприятие находится на грани банкротства, величина запасов и затрат не покрывается всей суммой источников их обеспечения. Более того, денежные средства, краткосрочные финансовые вложения и дебиторская задолженность не покрывают его кредиторской задолженности и просроченных ссуд

В результате, в соответствии с установленным типом финансового состояния предприятия разрабатываются управленческие решения, направленные на укрепление финансовой устойчивости.

Контрольные вопросы

1. Какова роль финансовой политики государства в области сервиса и туризма?
2. Расшифруйте понятие функции финансов.
3. В чем проявляется реализация распределительной и контрольной функций в сервисе и туризме?
4. Перечислите субъекты финансовой системы в сервисе и туризме.
5. В чем выражается финансовая поддержка государства предприятий сервиса и туризма?
6. Обоснуйте роль финансовых отношений в процессе взаимодействия предприятий туризма.
7. Выделите составные элементы источников финансовых ресурсов предприятия.
8. Каковы направления финансовых ресурсов?
9. Приведите примеры схемы функционирования финансами в туризме.

Тема 4. Предпринимательство как вид профессиональной деятельности

Закон Российской Федерации «О предприятии и предпринимательской деятельности» дает следующее определение предпринимательства: «Предпринимательская деятельность (предпринимательство) представляет собой инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли».

В свою очередь, Гражданский кодекс Российской Федерации определяет сущность предпринимательства как «свободного экономического хозяйства в различных сферах деятельности, осуществляемой субъектами рыночных отношений в целях удовлетворения потребностей конкретных потребителей и общества в товарах и услугах, а также для получения прибыли, необходимой для саморазвития собственного дела и обеспечения финансовых

обязательств перед бюджетом и другими хозяйствующими субъектами».

Выделяются следующие признаки предпринимательства:

- основной мотив – получение прибыли;
- свобода и автономность принятия решений предпринимателем;
- самостоятельность в принятии решений, выражающаяся в личном риске и ответственности предпринимателя.

Функции предпринимательства выражаются через общеэкономическую, творческо-поисковую, социальную и организаторскую роли, которые реализуются в совместной деятельности работников (табл. 4).

Таблица 4

Функции предпринимательства

Функции	Характеристика
Общеэкономическая	Использование принципов организации совместной деятельности для производства товаров и услуг. Увеличивается внутренний валовой продукт и национальный доход, часть которого расходуется
Творческо-поисковая	Использование новых идей и выработка новых средств и факторов для достижения цели. Обусловлена экономической свободой субъектов предпринимательства и природой принятия решений
Социальная	Свобода каждого дееспособного индивида быть собственником дела. Ограничение по свободе занятия предпринимательской деятельностью
Организаторская	Принятие решений об организации собственного дела

Предприятие как основная экономическая единица представляет группу людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения поставленных целей.

Основные признаки предприятия: наличие не менее 2-х человек, единство коммерческой и социальной цели, совместный труд, разделение труда.

Предприятие туризма создается и функционирует с целью удовлетворения потребностей общества в услугах, связанных с туризмом, отдыхом, рекреацией.

Виды предприятий инфраструктуры туризма:

1. Средства размещения.
2. Предприятия общественного питания.
3. Транспортные предприятия.
4. Предприятия по оказанию рекламных, бытовых и информационных услуг.
5. Экскурсионные предприятия.
6. Предприятия культуры и искусства.
7. Контрольно-административные службы (таможня, пограничные, иммиграционные службы).
8. Предприятия рекреации и отдыха.
9. Предприятия розничной торговли.
10. Организации страхования.
11. Службы быта, банки, почта, медицинские предприятия и т.д.

В целом предприятия классифицируются следующим образом:

- 1) по признакам законности;
- 2) в зависимости от распределения;
- 3) по составу;
- 4) в зависимости от темпов развития, уровня прибыли и доходности;
- 5) в зависимости от масштаба;
- 6) по организационно-правовым формам;
- 7) по организационно-экономическим формам.

Рассмотрим подробнее виды предпринимательства в зависимости от указанных признаков.

По признакам законности предпринимательство классифицируется как законное, незаконное и лжепредпринимательство. Согласно ст. 173 Уголовного кодекса РФ незаконным является предпринимательство, если нарушено условие лицензирования или иные условия правовых или финансовых гарантий существования данного предприятия, если предпринимательская деятельность причинила ущерб гражданам, организациям или государству.

Лжепредпринимательство – создание коммерческой организации без намерения осуществлять предпринимательство или иную

деятельность, но с целью получения кредитов, освобождения от налогов и извлечения иной выгоды.

В зависимости от распределения выделяют следующие уровни предпринимательства: местное, региональное, национальное, международное, мировое.

В зависимости от состава различают женское, молодежное, ветеранское предпринимательство.

Отметим, в последние годы широкое распространение получило молодежное. Данное обстоятельство вызвано многими причинами: активной позицией молодежи, желанием молодых самим отвечать за свое профессиональное развитие, ростом поддержки государства молодых предпринимателей.

Функции молодежного предпринимательства:

- формирование нового менталитета нации;
- повышение экономической активности молодых людей;
- формирование активной социальной позиции молодежи;
- повышение жизненного уровня молодых людей;
- усиление социальной защищенности молодежи;
- проведение профессиональной ориентации и обучения молодых людей;
- предоставление возможности самореализации и самоутверждения молодых людей, реализации их образовательного потенциала.

К субъектам молодежного предпринимательства можно отнести следующие группы:

- молодые предприниматели из числа учащейся молодежи;
- молодые люди и молодежные проектные коллективы, занимающиеся предпринимательской деятельностью эпизодически;
- молодые индивидуальные предприниматели;
- фонды поддержки молодежного предпринимательства;
- молодежные объединения;
- бизнес-инкубаторы.

Что касается молодежных объединений, то в Российской Федерации с недавних пор осуществляет деятельность Ассоциация молодых предпринимателей России, основными задачами которой являются выстраивание эффективного диалога молодых предпринимателей и власти; формирование стратегии развития малого

и среднего бизнеса; развитие связей членов Ассоциации с деловыми кругами России и зарубежных стран и др.

Еще один вид перспективного предпринимательства – женское предпринимательство. Например, в США официально зарегистрировано более 9,1 млн женщин, управляющих компаниями. При этом женщины-руководительницы ежегодно зарабатывают более \$3,6 трлн (\$ 395,6 тыс. на 1 человека).

По темпам развития, уровню прибыли и доходности все предприятия классифицируются на быстро- и медленнорастущие, высоко- и низкорентабельные, высоко- и низкорисковые.

В зависимости от масштаба выделяют малое, среднее, крупное предпринимательство.

К субъектам малого или среднего предпринимательства в различных странах относят предприятия, которые обладают определенными признаками. Если сравнивать такие подходы на примере России и США, то основное отличие заключается в количестве работников и уровне дохода предприятия. Так, в России данные показатели на порядок ниже (табл. 5).

Таблица 5

Основные признаки малого и среднего предпринимательства в России и США

Россия	США
Коммерческая организация или потребительский кооператив	Коммерческая организация
Численность работников не более 100 человек	Число сотрудников до 1500 человек в зависимости от отрасли
Годовая выручка не более 400,0 млн руб.	Годовой оборот не более \$15 млн
Доля иностранного капитала и субъектов, не являющихся субъектами малого предпринимательства, не более 25%	

США считается страной малого предпринимательства, в них зарегистрировано более 20 млн малых компаний, причем ежегодно открывается еще не менее 1 млн новых. Средний размер максимального кредита на открытие малой компании в США не превы-

шает \$100 000. Специфика малого бизнеса Америки заключается также в создании большого числа предприятий на условиях франчайзинга.

В большинстве стран сочетают следующие меры государственной поддержки малого и среднего предпринимательства:

- льготное налогообложение;
- формирование благоприятной правовой среды;
- финансовое и материальное обеспечение программ поддержки малого предпринимательства.

Формирование благоприятной правовой среды предполагает следующее:

- упрощение процедуры регистрации МП;
- проведение различных курсов обучения, бизнес школ, бизнес семинаров;
- консультирование и информационная поддержка малого бизнеса;
- техническая помощь и предоставление помещения;
- улучшение доступа малых предприятий к государственным поставкам и контрактам.

К системе правовых отношений относятся форма постановки на учет, порядок установления институционального уровня, порядок учреждения регистрации, отношения с фискальной системой, отношения с госбюджетом и т.д.

В России поддержка предпринимательства осуществляется на государственном уровне, в настоящее время реализуется Федеральная целевая программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Программой предусмотрен широкий круг мер, направленных на получение субсидий в форме льготных кредитов, компенсацию затрат по лизинговым платежам на приобретение оборудования, возмещение затрат, связанных с началом предпринимательской деятельности, инновационную деятельность, продвижение продукции малых предприятий на выставках.

В зависимости от организационно-правовых форм (ОПФ) предприятия подразделяются по принципам хозяйствования, количеству участников, характеру деятельности (табл. 6).

Таблица 6

Классификация предприятий по ОПФ (организационно-правовые формы)

	Принцип хозяйствования
Хозяйственные товарищества	1) товарищество на вере 2) полное товарищество
Хозяйственные общества	ООО, ОАО, ПАО
	Количество участников
Индивидуальное предпринимательство	1) упрощенная форма учета хозяйственных операций 2) простая и короткая процедура регистрации 3) исключительная личная имущественная ответственность по обязательствам
Юридическое лицо	1) наличие собственного наименования 2) наличие двух и более участников 3) наличие уставного капитала 4) юридическая ответственность
	Характер деятельности
Коммерческая деятельность	1) товарищество на вере 2) полное товарищество 3) производственные кооперативы 4) ООО 5) ОАО 6) ПАО
Некоммерческие юридические лица	1) потребительские кооперативы 2) ассоциации (союзы) 3) фонды 4) общественные организации

Организационно-правая форма – установленный государством вид организационно-правовой деятельности, определяющий ее взаимодействие с государственной системой, предприятиями, общественными структурами и физическими лицами.

Среди ОПФ выделяют:

- унитарное государственное или муниципальное предприятие;
- полное товарищество;

- товарищество на вере;
- общество с ограниченной ответственностью;
- акционерное общество (закрытое, открытое);
- производственный кооператив;
- индивидуальный предприниматель (ИП);
- филиалы и представительства предприятия.

Рассмотрим особенности предпринимательства в зависимости от ОПФ.

1. Унитарное государственное или муниципальное предприятие.

Для данного типа предпринимательства характерна принадлежность предприятию государственной собственности на праве оперативного управления. Различают виды собственности: федеральную, субъекта федерации, муниципальную, а также выделяют казенные и бюджетные учреждения.

При осуществлении деятельности унитарное предприятие:

- не имеет права собственности на закреплённое за ней собственником имущество;
- отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом;
- не несет ответственности по обязательствам собственника его имущества;
- часть прибыли направляет на развитие предприятия, часть поступает в бюджет.

2. Полное товарищество.

В полном товариществе любой из участников отвечает своим имуществом или доверяет деятельность или имущественные отношения другим лицам. Для данного вида предпринимательства распространена форма семейного предприятия.

3. Товарищество на вере (командитное).

Товарищество на вере состоит из двух групп участников, одна (полные товарищи) ведет коммерческую деятельность и несет имущественную ответственность, другая (командитисты, вкладчики) – несет риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимает участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности.

4. Общество с ограниченной ответственностью (ООО).

Учреждается одним или несколькими юридическими и/или физическими лицами, уставной капитал которых разделён на доли. Участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков в пределах стоимости принадлежащих им долей.

5. Акционерное общество (АО).

Финансы АО (уставный капитал, оборотный, прибыль) выполняют функцию формирования денежных капиталов, акции составляют уставный капитал.

В открытом акционерном обществе (ОАО) акции могут свободно продаваться и покупаться, торговаться на биржах, количество акционеров не ограничено. В публичном акционерном обществе (ПАО) акции распределяются только среди учредителей или заранее определенного круга лиц, число акционеров не более 50.

6. Производственный кооператив.

Производственный кооператив – объединение людей и организаций, созданное для достижения общей цели, добровольное объединение граждан на основе собственного труда (остаток средств распределяют не по паевым взносам, а по трудовому участию).

Участники:

- вносят долю (пай) в созданный для этого фонд;
- признают участие в рисках и результатах организации;
- участвуют в качестве пайщиков;
- управляют демократическим путём.

7. Индивидуальный предприниматель (ИП) – собственность одного человека, который несет полную ответственность своим имуществом.

К особенностям ИП относятся следующие признаки:

- физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица;
- упрощенность процессов создания и ликвидации бизнеса;
- свободное использование собственной выручки;
- не уплачивается налог на имущество;
- используется упрощенный порядок ведения учета результатов хозяйственной деятельности и предоставления внешней отчетности;
- применяется упрощенный порядок принятия решений (не требуется собраний, протоколов и т.п.).

Организационно-экономические формы предприятий – система норм, определяющих отношения между партнерами по предприятию, а также предприятия – с государством, другими предприятиями, физическими лицами:

а) концерн – многоотраслевое акционерное общество, приобретающее пакет акций у различных компаний – дочерних предприятий;

б) ассоциация – добровольное объединение экономически самостоятельных предприятий, которые могут входить в другие объединения. Основные задачи: лоббирование интересов на государственном уровне, информационная поддержка и юридическая, образование и повышение профессионализма, совместный маркетинг;

в) консорциум – объединение предпринимателей в целях совместного проведения финансовых операций;

г) синдикат – объединение предприятий для сбыта продукции в рамках одной отрасли, цель – устранение излишней конкуренции;

д) картель – соглашение между предприятиями одной отрасли о ценах на продукцию, о разделе рынков сбыта и о долях в общем производстве. Деятельность картелей должна осуществляться в рамках монопольного законодательства;

е) финансово-промышленная группа (ФПГ) – объединение промышленного, производственного, банковского, страхового, а также интеллектуального потенциала предприятий и организаций.

Выбор организационной формы остается за собственником или инициатором организации, деятельности. Основная цель – эффективное управление.

В ходе своей деятельности предприятие проходит несколько стадий:

1 стадия: разработка идеи, определяются основные черты – суверенность и экономическая обособленность (пример бизнес-идеи создания кафе представлен в прил. 1).

2 стадия: разработка плана реализации данной идеи.

3 стадия: открытие и регистрация предпринимательской структуры, выбор ОПФ.

Для открытия предприятия необходимы:

а) наименование организации (по имени создателя, по принадлежности к отрасли, по характеру деятельности);

б) определение местонахождения (юридический и физические адреса);

в) разработка устава и положения: уставная деятельность; порядок передачи имущества; получение вознаграждения; выход; вопросы управления;

г) концентрация усилий на реализации деятельности;

д) корректировка деятельности (корректировка ошибок, усовершенствование идеи и плана);

е) управление полученными результатами;

ж) контроль за ходом предпринимательской деятельности (организационный, административный, финансовый, нормативно-правовой).

В ходе предпринимательской деятельности возникают различные риски (табл. 7).

Таблица 7

Предпринимательский риск (вероятность убытка)

Экзогенные факторы	Эндогенные факторы
<i>Политические:</i> ограничение визовых формальностей, изменение стоимости оформления визы	<i>Производственные:</i> вероятность невыполнения своих обязательств по контракту перед туристами
<i>Экономические:</i> инфляция, рост цен на услуги поставщиков, изменение стоимости аренды основных средств, изменение налоговой политики	<i>Организационные:</i> отношение руководства турфирмы к риску ошибки персонала турфирмы
<i>Рыночные:</i> появление новых конкурентов	<i>Финансовые:</i> ошибки в определении финансовых источников, ресурсов, в выборе объектов финансирования
<i>Природные:</i> изменение климата, экологическая загрязненность	

Основными условиями динамичного развития предпринимательства в сервисе и туризме являются:

- стабильная социально-экономическая ситуация;
- положительный туристский имидж территории, высокая репутация обслуживающих туристов фирм и компаний;
- отсутствие административных барьеров при перемещении через границы и в период гостевого пребывания;
- свобода перемещения и гарантии прав путешественников, обеспечение их безопасности;

- развитая инфраструктура туризма и квалифицированные кадры;
- высокий уровень сервиса;
- комфортабельный и безопасный транспорт, надежная связь;
- высокая ответственность туристских организаций и их структурных подразделений за проведение конкретных туров;
- притягательные рекреационные ресурсы.

Контрольные вопросы

1. В чем выражается сущность предпринимательства согласно Закону РФ «О предприятиях и предпринимательской деятельности» согласно ГК РФ?
2. Приведите пример зарубежного опыта организации предпринимательской деятельности в туризме (США, Европа, страны АТР).
3. От чего зависят организационно-правовые формы предпринимательства? В чем заключаются достоинства и недостатки использования различных ОПФ?
4. Приведите примеры организационно-экономических форм предпринимательства.
5. Составьте перечень предприятий сферы туризма и гостеприимства, опишите понятие «индустрия туризма».
6. Опишите порядок технологии регистрации и открытия туристской фирмы.
7. Каковы существенные особенности нормативно-правового регулирования деятельности туризма на федеральном, региональном и местном уровнях?
8. Какова роль регулирования процесса купли-продажи туристского продукта? В чем заключается понятие публичной оферты?
9. Как осуществляется контроль за ходом предпринимательской деятельности?

Тема 5. Ресурсное обеспечение предприятий туризма. Основные фонды

В условиях командной системы финансовые ресурсы в момент рождения предприятия поступали от государства. И впоследствии, если денег предприятию не хватало, на помощь всегда приходило государство (метод бюджетного безвозмездного финансирования).

В условиях рынка проблема формирования, сохранения и увеличения собственных ресурсов – забота самого предприятия.

Финансовые ресурсы предприятия – деньги, находящиеся в его распоряжении, используются в трех направлениях:

- вложения в производственную, торговую или иную деятельность;
- содержание непроизводственной сферы;
- образование резерва.

Из трех направлений использования денежных ресурсов решающее значение имеют деньги, вложенные в производственную деятельность. Эту часть финансовых ресурсов обычно называют капиталом. Имеется в виду, что именно эти деньги принесут предприятию доход и прибыль, за счет которых и можно будет содержать непроизводственную сферу и создавать резервные фонды.

Капитал по своему составу неоднороден. Он распадается на три части, каждая из которых имеет свои особенности. Это основной капитал (основные фонды, нематериальные активы и оборотный капитал (оборотные средства).

Основные фонды классифицируются по различным признакам:

- по принадлежности к предприятию;
- в зависимости от сферы деятельности;
- в соответствии с общероссийским классификатором;
- по степени участия в процессе производства.

По принадлежности предприятию различают собственные и арендованные основные фонды.

В зависимости от сферы деятельности:

- производственные фонды принимают непосредственное участие в процессе производства;
- непроизводственные фонды непосредственное участие не принимают, но находятся на балансе предприятия, при этом амортизационное отчисление не производится.

Производственные основные фонды обслуживают материальное производство (производственные здания, сооружения, машины, оборудование, многолетние насаждения и т.д.), непосредственно участвуют в процессе производства материальных благ. Производственные основные фонды функционируют в ряде повторяющихся циклов воспроизводств и снашиваются постепенно,

сохраняя свою натурально-вещественную форму, они полностью участвуют в процессе труда и лишь частями своей стоимости – в процессе образования стоимости продукта.

В соответствии с общероссийским классификатором распределение производственных основных фондов предусматривает выделение следующих элементов: 1) здания; 2) сооружения; 3) передаточные устройства; 4) силовые машины и оборудование; 5) рабочие машины и оборудование; 6) измерительные и регулирующие приборы и устройства и лабораторное оборудование; транспортные средства; 7) инструменты; 8) производственный и хозяйственный инвентарь и принадлежности; 9) продуктивный скот; 10) многолетние насаждения; 11) мелиорация земли и водоемы и т.д.

По степени участия в процессе производства выделяют:

– активные (машины, оборудование, которые непосредственно влияют на процессы производства, качество и количество труда);

– пассивные (здания и сооружения) фонды.

Классификация имеет большое значение при изучении объема, структуры и динамики основных фондов и платы за фонды. Вследствие установления платы за фонды возникла необходимость создавать на предприятиях наиболее важное соотношение отдельных элементов основных фондов. В связи с этим особо важное значение приобретает изучение структуры основных фондов.

К основному капиталу относятся средства труда со сроком эксплуатации не менее 12 месяцев и стоимостью не менее 40 000 руб. (с 2010 г.).

Чтобы обеспечить полноту учета основных фондов и правильно установить их структуру, необходимо точно определить единицу учета. Поскольку в отношении различных элементов основных фондов нельзя применить одинаковую единицу учета, эти вопросы обычно уточняются в инструкциях по учету основных фондов.

Учет основных фондов – это денежная оценка для объективной характеристики, планирования, учета динамики, начисления амортизации, определения себестоимости.

Различают следующие *виды оценки основных фондов*: по первоначальной и восстановительной стоимости.

Под *полной первоначальной стоимостью* (оценкой) понимают сумму фактических затрат на приобретение или сооружение основных фондов, включая расходы по перевозке к месту установки и расходы по монтажу на месте эксплуатации:

$$O\Phi_n = O\Phi + T,$$

где $O\Phi$ – фактическая стоимость по цене приобретения;

T – стоимость транспортировки и монтажа.

Для определения *остаточной стоимости* (первоначальной стоимости за вычетом износа) из первоначальной стоимости вычитают стоимость износа и прибавляют стоимость частичного восстановления в виде капитального ремонта и модернизации с момента ввода объекта в действие:

$$O\Phi_o = O\Phi_n - И,$$

где $И$ – стоимость износа.

Полная восстановительная стоимость представляет собой стоимость воспроизводства основных фондов в новом виде в современных условиях:

$$O\Phi_g = O\Phi_n + M + П,$$

где M – стоимость ремонта, модернизации;

$П$ – прирост стоимости фондов за счет переоценки.

Особенно этот вид оценки основных фондов становится актуальным в периоды постоянного изменения цен. Учет основных фондов по восстановительной стоимости может быть осуществлен только путем их инвентаризации и переоценки.

Переоценка стоимости основных фондов производится методом индексации в условиях изменения их рыночной стоимости. Переоценка производится с привлечением специальных органов – компаний, имеющих сертификат по оценке имущества и бизнеса.

При оценке по *восстановительной стоимости за вычетом износа* полная восстановительная стоимость основных фондов уменьшается на сумму стоимости их фактического износа.

Списание основных средств производится по ликвидационной стоимости. *Ликвидационная стоимость* – стоимость реализации изношенных или выведенных из эксплуатации отдельных основных фондов.

Амортизация основных фондов

Основные фонды участвуют в процессе труда всей своей потребительной стоимостью, но переносят свою стоимость на продукт частями, по мере снашивания. С наступлением полного износа они подлежат исключению из действующих фондов как бывшие вследствие ветхости.

Постепенное снашивание основных фондов отражается в амортизационных отчислениях и возмещается за счет притока денежных средств в результате реализации продукта, в стоимость которого входит и стоимость износа. По мере функционирования производственных основных фондов фиксированную в них первоначальную стоимость уменьшают на сумму амортизационных отчислений. К концу срока службы основных фондов их остаточная стоимость сводится либо к нулю, либо к ликвидационной стоимости основных фондов, равной стоимости лома, в качестве которого могут быть использованы основные фонды.

Таким образом, *амортизация* – это возмещение стоимости основных фондов путем включения части их стоимости в затраты на выпуск готовой продукции или произведенную работу. Амортизационная политика решает вопросы регулирования себестоимости, цены, прибыли за счет формирования налогооблагаемой базы и налога на прибыль.

Амортизационные отчисления начисляются ежемесячно в размере 1/12 от годовой суммы.

При расчете амортизационных отчислений используются следующие *методы*:

– линейный – производится по первоначальной стоимости и норме амортизации.

– нелинейный – сумма чисел срока полезного использования;

– ускоренный – для предприятий малого бизнеса возможно увеличение нормы в 2 раза.

Для расчета годовой суммы амортизационных отчислений линейным методом применяется формула:

$$A = \frac{(B + K + M - Л)}{T},$$

где A – сумма амортизационных отчислений;

B – полная первоначальная (восстановительная) стоимость основных фондов;

K – стоимость капитальных ремонтов за весь амортизационный период;

M – стоимость модернизации в течение всего эксплуатационного периода;

L – ликвидационная стоимость за вычетом расходов на их демонтаж;

T – средний срок эксплуатации, лет.

Годовая норма амортизационных отчислений (N) составит:

$$N = \frac{(B + K + M - L)}{T \cdot B} \cdot 100,$$

или
$$N = \frac{A}{B} \cdot 100.$$

В настоящее время предприятия, как правило, применяют порядок равномерного начисления износа (амортизации), кроме того, для предприятий малого бизнеса может быть использован метод ускоренной амортизации. В целях стимулирования обновления машин и оборудования малым предприятиям в первый год их функционирования предоставляется право наряду с применением механизма ускоренной амортизации списывать дополнительно амортизационные отчисления до 50% первоначальной стоимости основных фондов со сроком службы свыше трех лет.

Пример формирования фонда накопления, который складывается из суммы амортизационного фонда и чистой прибыли малого предприятия, с использованием линейного метода и метода ускоренной амортизации представлен в табл. 8.

Амортизационные отчисления, начисленные ускоренным методом, используются предприятиями строго по целевому назначению. В противном случае дополнительная сумма амортизации подлежит налогообложению в законном порядке.

Таблица 8

Расчет формирования фонда накопления малого предприятия

Показатели	Линейный метод	Метод ускоренной амортизации
Выручка	2000	2000
Себестоимость	1000	1000
Амортизационные отчисления	400	800
Прибыль	600	200
Налог на прибыль (20%)	120	40
Чистая прибыль	480	160
Фонд накопления: сумма амортизационных отчислений и прибыли	880	960

Показатели эффективности использования основных фондов

К основным показателям использования основных фондов относятся:

- показатели структуры основных фондов – удельный вес (в процентах) отдельных групп основных фондов в общем итоге (по наличию на начало и конец года);

- показатели динамики основных фондов – абсолютный прирост и темпы роста основных фондов в целом и по отдельным видам;

- показатели степени обновления основных фондов – процентное отношение стоимости новых основных фондов к общей стоимости основных фондов на конец года;

- коэффициент выбытия основных фондов – процентное отношение стоимости выбывших основных фондов к стоимости всех основных фондов на начало года;

- коэффициент годности (сохранности) основных фондов – процентное отношение остаточной стоимости основных фондов с учетом износа к полной первоначальной стоимости их на ту же дату;

- коэффициент износа – процентное соотношение суммы износа к полной первоначальной стоимости.

Сумму износа на конец года можно получить как разность между полной первоначальной стоимостью основных фондов на конец года и первоначальной стоимостью за вычетом износа:

$$K_{\text{годн}} = 1 - K_{\text{износ}}.$$

Для исчисления коэффициента выбытия и обновления могут быть применены следующие формулы:

$$K_{\text{выб}} = \frac{B_{\text{выб}}}{B_o}; \quad K_{\text{обн}} = \frac{B_n}{B^*},$$

где $K_{\text{выб}}$ – коэффициент выбытия;

$K_{\text{обн}}$ – коэффициент обновления;

$B_{\text{выб}}$ – стоимость выбывших в течение года основных фондов;

B_o – стоимость основных фондов на начало года;

B_n – стоимость вновь введенных основных фондов;

B^* – стоимость основных фондов на конец года.

Равенство этих коэффициентов свидетельствует о замене старых основных фондов новыми, большое превышение коэффициента обновления характеризует расширение производства.

Важнейшими показателями использования основных производственных фондов являются фондоотдача и фондоемкость. Фондоотдача определяется отношением стоимости годового объема продукции к среднегодовой стоимости основных производственных фондов:

$$\Phi_{\text{от}} = \frac{Q}{O_{\text{cp}}},$$

где $\Phi_{\text{от}}$ – фондоотдача;

Q – объем реализованной продукции в стоимостном выражении;

O_{cp} – среднегодовая стоимость основных производственных фондов.

Фондоемкость – показатель, обратный фондоотдаче:

$$F = \frac{O_{\text{cp}}}{Q}.$$

Фондоемкость показывает, сколько основных фондов приходится на 1 рубль реализованной продукции.

На размер фондоотдачи или фондоемкости влияют различные факторы. Общая фондоотдача на 1 рубль среднегодовой стоимости основных производственных фондов зависит от выхода продукции на 1 рубль среднегодовой стоимости машин и оборудования, также от удельного веса машин и оборудования в общей стоимости основных производственных фондов.

Одним из важных показателей, характеризующих эффективность использования основных фондов, является показатель *фондовооруженности, или технической вооруженности труда*. Чтобы получить этот показатель, раскрывающий степень технической оснащенности производственного процесса, надо среднюю годовую полную стоимость производственных фондов разделить на среднюю годовую численность производственных рабочих в наибольшей смене.

Коэффициенты экстенсивной и интенсивной загрузки оборудования являются активными показателями и отражают степень загрузки оборудования по времени и по мощности соответственно:

$$K_{\text{экс}} = \frac{T_{\text{ф}}}{T_{\text{пл}}},$$

где $K_{\text{экс}}$ – коэффициент экстенсивной загрузки оборудования;

$T_{\text{ф}}$ – время фактической загрузки;

$T_{\text{пл}}$ – плановое время работы оборудования.

$$K_{\text{инт}} = \frac{M_{\text{ф}}}{M_{\text{пл}}},$$

где $K_{\text{инт}}$ – коэффициент интенсивной загрузки оборудования;

$M_{\text{ф}}$ – фактическая мощность оборудования;

$M_{\text{пл}}$ – плановая мощность.

$$K_{\text{инт}} = K_{\text{экс}} \cdot K_{\text{инт}},$$

где $K_{\text{инт}}$ – показатель интегральной загрузки оборудования.

Для повышения эффективности использования основных фондов используются следующие ресурсы: увеличение времени и мощности загрузки оборудования с целью улучшения коэффициентов загрузки; максимальное использование производственной мощности предприятия; эффективное использование трудовых ресурсов предприятия в повышении их квалификационного уровня; организация технической службы по поддержанию основных фондов в работоспособном состоянии; внедрение научно-

технического прогресса при использовании основных фондов; социально-эстетические меры.

Контрольные вопросы

1. В чем заключается сущность капитала как вида ресурсного обеспечения деятельности предприятия?
2. Выделите составные элементы классификации капитала.
3. Перечислите источники капитала.
4. Укажите принципиальные различия основного и оборотного капитала.
5. Представьте классификацию капитала по основным признакам.
6. Какова роль оценки капитала в современных условиях?
7. Приведите примеры использования различных методов амортизации основного капитала.
8. В чем заключается эффективность использования основных фондов?
9. Как рассчитывается показатель фондоотдачи?
10. Какова взаимосвязь между фондовооруженностью и производительностью труда?

Тема 6. Оборотные средства предприятия

Оборотный капитал (оборотные средства) необходим предприятию для обеспечения его ритмичной, непрерывной работы как в сфере производства, так и в сфере реализации готовой продукции. Для осуществления процесса производства предприятию нужны не только основной капитал и нематериальные активы, но и сырье, материалы, рабочая сила и т.п. Деньги, затраченные на эти цели, образуют ту часть оборотного капитала, которая называется *оборотными фондами*. Другая часть оборотного капитала связана с процессом реализации производственного товара и называется *фондами обращения*.

Оборотный капитал представляет собой оборотные производственные фонды, которые обслуживают процесс производства (малоценные и быстро изнашиваемые предметы, расходы будущих периодов), и фонды обращения, обслуживающие процесс обраще-

ния (продукцию для реализации, денежные средства на банковских счетах, в кассе и в расчетах).

Различают *валовой оборотный капитал* (текущие активы) и *чистый оборотный капитал* (текущие активы минус текущие обязательства). Опыт показывает, что потребность в оборотном капитале обычно недооценивается в большей мере, чем другие элементы издержек.

Структура оборотных средств – соотношение отдельных элементов оборотных средств, показывающее долю каждого элемента в общей сумме оборотных средств. Их структура показывает, какая часть текущих активов финансируется за счет собственных средств и долгосрочных кредитов, а какая – за счет заемных, включая краткосрочные кредиты банков.

По месту и роли в процессе воспроизводства оборотный капитал подразделяется на четыре вида (рис. 5):

- средства, вложенные в производственные запасы;
- средства, вложенные в незавершенное производство и расходы будущих периодов;
- средства в готовой продукции;
- денежные средства и средства в расчетах.



Рис. 5. Виды оборотного капитала

В разных отраслях доля этих видов оборотных средств различна. Закупая предметы труда (сырье, материалы, топливо, энергия), предприятие часть из них направляет на склад в производственные запасы, а остальное сразу же использует в процессе производства, причем эта часть принимает форму издержек производства.

К малоценным и быстроизнашиваемым предметам (МБП) относятся те средства труда, которые не вошли в состав основных фондов, т.е. стоимостью менее 40 000 руб. или сроком службы до 1 года. Жизненный цикл их краток: поступление – эксплуатация – выбытие. Расчет износа МБП идет обычно в два приема: при передаче со склада в эксплуатацию начисляют 50% износа и включают эту сумму в себестоимость продукции; остальные 50% – при выбытии объекта. Наиболее дешевые средства труда списываются в момент передачи со склада.

Фонды обращения включают в состав готовую продукцию и денежные средства (в кассе, в пути, в расчетах, на счетах). Их основное назначение – обеспечить денежными средствами процесс обращения.

В единую категорию оборотного капитала оборотные фонды и фонды обращения вошли благодаря своим общим свойствам. В отличие от основного капитала, который служит несколько лет и за это время обслуживает несколько кругооборотов, вещественные элементы оборотных средств (сырье, готовая продукция) не оборачиваются, они сразу потребляются, исчезают (сырье становится готовой продукцией, а последняя уходит к потребителю). Для продолжения процесса воспроизводства предприятие должно в натуральной форме непрерывно возобновлять их запасы.

Однако большое значение имеет другая особенность. Стоимость оборотных фондов и фондов обращения непрерывно движется по всем трем стадиям кругооборота: Д-Т...П...Т/-Д/.

Основное место в совокупной стоимости оборотных активов, участвующих в воспроизводственном процессе, занимает структура запасов товарно-материальных ценностей. По фактической себестоимости оцениваются сырье, основные и вспомогательные материалы, топливо, покупные полуфабрикаты и комплектующие изделия, запасные части, тара. Фактическую себестоимость составляют затраты на приобретение материальных ресурсов, включая оплату процентов за приобретение в кредит, предоставляемый

поставщиком; наценки или надбавки; комиссионное вознаграждение, уплаченное снабженческим внешнеэкономическим и другим организациям; стоимость услуг товарных бирж; таможенные пошлины; расходы на транспортировку, хранение и доставку, осуществляемые силами сторонних организаций.

Стоимостная оценка готовой продукции осуществляется по фактической производственной себестоимости, включающей затраты, связанные с использованием в процессе производства основных средств, сырья, материалов, топлива, электроэнергии, трудовых ресурсов, либо по прямым статьям расходов.

Стоимостная оценка издержек производства и обращения включает оценку расходов на транспортировку, оплату труда и отчисления на социальные нужды, аренду и содержание зданий и сооружений, помещений, инвентаря; амортизацию основных средств и нематериальных активов, износ малоценных и быстроизнашиваемых предметов, хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров, рекламу, маркетинговые исследования, потери товаров в пределах установленных норм, уплату процентов за кредит, обязательное медицинское страхование имущества.

Классификация оборотных средств по степени ликвидности:

– высокая ликвидность: денежные средства, краткосрочные финансовые вложения;

– низкая ликвидность: запасы готовой продукции, сырья, материалов;

– средняя ликвидность: остальные оборотные средства.

Нормирование оборотных средств. Основным показателем является *норматив оборотных средств*:

– количество оборотных средств, минимально необходимое для выбранного периода непрерывной работы предприятия, руб.;

– расчетное минимальное количество предметов труда, которое должно находиться у предприятий для обеспечения бесперебойного снабжения производства продукции или реализации товаров.

Используются следующие *методы нормирования оборотных средств*:

1) расчетно-аналитический метод основан на выполнении элементарных расчетов по данным проектно-конструкторской, технологической и другой технической документации;

2) опытный метод основан на замерах их расхода и объемов произведенной продукции в опытно-производственных условиях. Нормы расхода устанавливаются путем отбора наиболее достоверных результатов и вычисления среднего значения методами математической статистики;

3) отчетно-статистический метод основан на анализе данных статистической (бухгалтерской, оперативной) отчетности о фактическом их расходе на единицу продукции в прошлом периоде.

Нормирование оборотных средств оказывает положительное влияние на формирование товарных запасов. При этом необходимо учитывать целый спектр дополнительных факторов, определяющих данные показатели (табл. 9).

Таблица 9

Факторы, влияющие на величину товарных запасов

Фактор	Содержание фактора
Структура выпуска продукции	Объем и структура выпуска продукции, необходимой для производственно-коммерческой деятельности предприятия
Спрос потребителей	Определяется типом и классом предприятия, его назначением и контингентом клиентов
Снабжение предприятия	Система организации снабжения и ритмичность завоза товара
Закупки и поставки	Размер централизованных и децентрализованных закупок и условия поставок
Особенности производства	Особенности и сезонность производства и организации потребления

В таблице 10 представлен пример формирования товарных запасов сырья для предприятия общественного питания.

Для оценки эффективности использования оборотных средств проводят *анализ оборотных активов*, который включает анализ:

- а) структуры оборотных средств;
- б) оборачиваемости оборотных средств;
- в) себестоимости;

- г) движения денежных средств;
- д) финансового состояния.

Таблица 10

**План формирования товарных запасов для предприятия
общественного питания**

Показатели	Размер
Количество разновидностей товара, ед.	400
Пополнение ассортимента за одну поставку, ед.	350
Коэффициент комплектности (п. 1/п. 2)	0,88
Промежуток между поставками, дней	5
Частота поставки (п. 4 / 2 × п. 3), дней	3
Время нахождения товара в пути, дней	1
Запас пополнения (п. 5 + п. 6), дней	4
Средняя цена товара, руб.	18,0
Выставочный товарный запас, руб. (п. 1 × п. 8 × 3 шт.)	21.600
10. Однодневный товарооборот, руб.	20.000
11. Пополнение товарных запасов (п. 7 × п. 10), руб.	80.000
12. Средний совокупный товарный запас (п. 9 + п. 10 + п. 11), руб.	127.500

Обобщающим критерием оценки эффективности управления совокупной стоимостной оценкой оборотных активов служит фактор времени. Чем дольше оборотные средства пребывают в одной или другой форме (денежной или товарной), тем при прочих равных условиях ниже эффективность их использования и наоборот. Показателем, характеризующим меру интенсивности использования оборотных средств, выступает оборачиваемость.

Особенно велика роль показателя оборачиваемости для отраслей сферы обращения, в том числе торговли, общественного питания, бытового обслуживания, а также посреднических организаций.

Одним из основных показателей оборачиваемости выступает *продолжительность одного оборота оборотных средств*:

$$Об = \frac{O_c \cdot T}{B},$$

где $Об$ – оборачиваемость оборотных активов;

O_c – средняя стоимость оборотных активов в отчетном периоде;

T – отчетный период;

B – объем реализации в отчетном периоде.

Оборачиваемость измеряется также *числом оборотов*, совершаемых оборотными средствами за определенный промежуток времени:

$$K_o = \frac{\Pi}{O_c}.$$

Коэффициент рентабельности (отдачи) оборотных средств определяется отношением прибыли от реализации товаров/услуг к средним остаткам оборотных средств:

$$P_o = \frac{\Pi}{O_c}.$$

Сопоставление коэффициентов оборачиваемости в динамике по годам позволяет выявить тенденции изменения эффективности использования оборотных средств. Если число оборотов, совершаемых оборотными средствами, увеличивается или остается стабильным, то предприятие работает ритмично и рационально использует денежные ресурсы. Снижение числа оборотов, совершаемых в рассматриваемом периоде, свидетельствует о падении темпов развития предприятия, неблагоприятном финансовом состоянии.

При оценке эффективности использования оборотных средств наиболее важным фактором является фактор времени. Чем больше используется оборотных средств в производственном процессе либо чем дольше они используются, тем ниже эффективность их использования. Ускорение оборачиваемости оборотных средств способствует их абсолютному и относительному высвобождению из оборота.

Контрольные вопросы

1. Дайте определение понятия «оборотный капитал».
2. В чем заключается роль оборотных средств в цикле воспроизводственного процесса?
3. Какова классификация оборотных средств?
4. В чем заключаются принципы оборачиваемости оборотных средств?
5. Каково назначение управления оборотным капиталом?
6. Как определяется эффективность использования оборотных фондов?
7. Приведите примеры нематериальных активов в туризме.
8. Опишите методику сопоставления динамики коэффициентов оборачиваемости.

Тема 7. Сущность и содержание организации производственных процессов в сервисе и туризме

Организация труда – упорядоченная система взаимодействия работников со средствами производства и друг с другом в едином производственном процессе или на определенном этапе построения и последовательности осуществления трудового процесса, направленная на получение высоких конечных социально-экономических результатов.

Значение организации труда возрастает по мере развития рыночных отношений, способствующих возрождению конкуренции, при которой большой вес приобретает результативность труда. Правильная организация труда способствует рациональному использованию оборудования и времени работающих на нем, что повышает производительность труда, снижает себестоимость продукции, увеличивает рентабельность производства.

Для выявления сущности организации труда на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства важно четкое определение ее места в системе организации производства. Организация труда – самостоятельная область деятельности, объектом которой выступает труд. Она опирается на присущие ей методы и принципы. В основе классического организационного подхода в виде научного менеджмента лежит научная организация труда (НОТ), разработчиками которой стали западные ученые Торрингтон, Вейтман

и Джонс. К основным моментам трудового процесса относят вопросы, связанные с установлением конкретных методов, присущих определенному виду деятельности, а также регламентацией этапов работ (рис. 6).

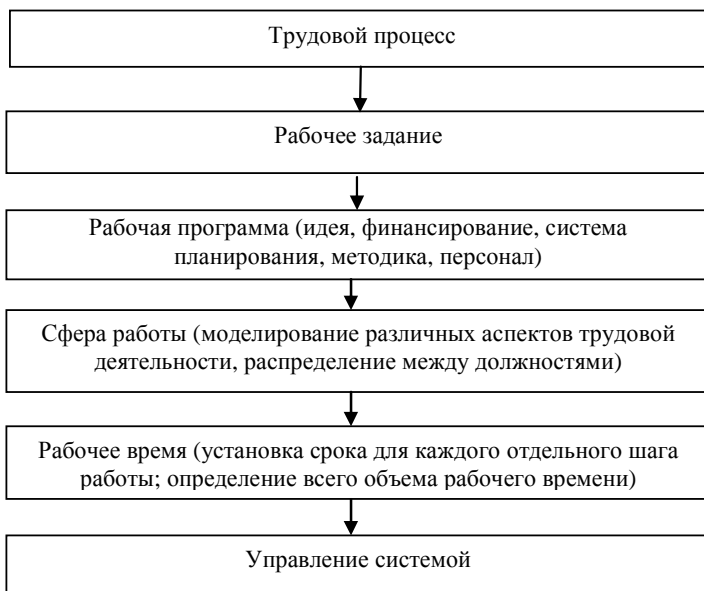


Рис. 6. Содержание трудового процесса

Основой любого трудового процесса является его технический базис. Изменения в технике влияют на характер труда. Наибольшее воздействие оказывают механизация и автоматизация производственных процессов. Организация труда оказывает непосредственное влияние и на технологию производства: проектирование рациональной расстановки оборудования и рабочих на участках невозможно без предварительного расчета рабочих мест.

В частности, в гостиничном бизнесе важно иметь заранее подготовленные стандарты уборки каждого номера. Согласно этому стандарту персонал должен убирать определенное количество номеров в каждую смену с дополнительным финансовым поощрением за каждый дополнительный номер.

Кроме того, организация труда рассматривается как одна из функций управления. Практика показывает, что мероприятия по совершенствованию организации труда (например, внедрение коллективных форм организации труда) приводят к серьезным изменениям в организации управления, планирования и учета.

Эффективно организовать трудовой процесс, например в гостинице, невозможно без использования таких форм научной организации труда, как составление служебного расписания и контрольных листов.

Основная цель служебного расписания – это учет потребностей гостиницы, с одной стороны, и пожеланий персонала, к примеру, по организации рабочего времени – с другой. При составлении служебного расписания вначале выделяют сферы работы, участие персонала в которых зависит от различий в загруженности каждого сотрудника (служба горничных, служба безопасности, служба питания и т.д.). Чаще всего служебное расписание составляется по прогнозируемой загрузке. Это позволяет избежать неэффективного использования трудовых ресурсов (снизить расходы на персонал), не снижая количества и качества услуг для клиентов. В этих целях устанавливают среднюю загрузку в день или неделю с учетом особых мероприятий (конференций, заседаний и т.д.).

Для того чтобы обеспечить соблюдение стандарта услуг в каждой из сфер деятельности, надо учесть масштабы работы. К примеру, количество гостей, которое может обслужить сотрудник отдела сервиса, зависит в первую очередь от уровня сервиса: высокий уровень предполагает большой масштаб работы. При этом особое внимание обращается на объем времени для подготовительных работ.

Контрольные листы (перечень требований к процессу обслуживания) разрабатываются для каждого структурного подразделения. Это особенно важно для гостиничных цепей, так как с помощью контрольных листов можно добиться единых стандартов качества обслуживания клиентов в различных регионах. Главный вопрос при составлении контрольных листов: «Какие стандарты качества необходимы постояльцам гостиницы, туристам при организации тура, посетителям ресторана?».

При систематическом анализе трудового процесса, а также с помощью опроса гостей можно проверить, соблюдаются ли стандарты качества, и на этой основе разработать предложения по улучшению сервиса.

Составленные контрольные листы со временем могут изменяться. В процессе труда они, как правило, перепроверяются, дополняются, корректируются.

Например, в гостинице контрольные листы могут составляться для следующих сфер деятельности:

- качество уборки номеров горничными;
- работа сотрудников;
- реклама и реализация услуг.

Анализируя контрольные листы, можно получить ответы на следующие вопросы:

- 1) какие виды работ в гостинице повторяются;
- 2) какая деятельность зависит друг от друга по времени и сути;
- 3) какие виды работ основные, а какие носят вспомогательный характер?

Контрольные листы влияют на повышение производительности труда новых сотрудников (стремятся к соблюдению стандартов качества), выявляют сильные и слабые стороны работы гостиницы, оптимизируют трудовые процессы.

Уровень управления, его формы и методы также неизбежно отражаются на организации труда. Жесткая иерархическая структура характеризуется четко распределенными обязанностями, техническими методами, специализацией задач, централизованным владением информацией на вершине иерархии, инструкциями для руководителей и вертикальной схемой отношений между руководителями и подчиненными. Этот вид организации не в состоянии осуществлять быстрые изменения и может работать в стабильной среде. Например, высококлассные и дорогие отели работают, применяя классический способ.

В современных условиях необходимо учитывать социально-экономические и социально-психологические аспекты управления предприятием (проблема повышения эффективности использования труда персонала), требования к обеспечению работодателем нормальных условий и оптимальной напряженности труда, его содержательности.

Таким образом, необходимо найти наиболее оптимальные варианты эффективного использования средств производства и рабочей силы. Сокращение времени производства продукции – одна из важнейших проблем организации труда.

Задачи и направления организации труда

1. *Технико-технологические* (влияние на совершенствование структуры предприятия, специализацию производств, выбор оптимальных вариантов технологических процессов). Используется критерий трудоемкости трудовых процессов, устанавливаемый с помощью нормирования (проектирование цехов, разработка новых технологических процессов, выбор и установка оборудования и т.д.).

2. *Экономические* (создание системы с максимальной производительностью труда, минимальной себестоимостью, высокой рентабельностью на основе выбора оптимальных вариантов разделения и кооперации труда, применения передовых приемов и методов труда на рабочих местах, оптимальных систем их обслуживания, установления обоснованных и напряженных норм труда, создания комфортных условий).

3. *Психофизиологические* (создание благоприятных условий труда, обеспечивающих устойчивую работоспособность в течение длительного периода времени благодаря применению физиологически обоснованных режимов труда и отдыха, оптимизации темпа работ).

4. *Социальные* (содержательность и привлекательность труда с помощью оптимального сочетания физических и умственных усилий работающих).

Все задачи должны решаться в комплексе для создания максимальной эффективности организации труда.

Теоретические основы организации труда

Организация труда опирается на познание и использование ряда точных наук, их законов, методов и принципов, в том числе, математических, аналитических и естественнонаучных методов.

1. Математические методы:

- теория вероятности,
- метод обратных связей,
- метод наименьших квадратов,
- графоаналитический метод и др.

Эти методы используются при разработке нормативных материалов, изучении затрат рабочего времени, организации рабочих мест, определении численности работающих.

2. *Аналитический метод* (дифференциация сложных явлений на простые и простейшие, т.е. синтез сложного явления).

3. *Естественные науки*: физиология и психология, социология, эргономика.

Физиология и психология изучают процессы мобилизации физиологических и психологических функций, расход нервной и мышечной энергии при ограниченных функциях человеческого организма, связанных с возбуждением и торможением, принципами рефлекса, законами временной связи, динамическим стереотипом и т.д.

Социология исследует взаимоотношения людей и социальных групп в производственных коллективах, помогает в решении вопросов обеспечения работниками содержательного труда, повышения его привлекательности за счет разнообразия производственных операций, перемены труда, насыщения его творческими элементами.

Эргономика – это область знаний о приспособлении к человеку средств производства (основывается на физиологии, анатомии, психологии и технических науках).

Основные характеристики физиологии и психологии труда (содержание труда и условия труда): санитарно-гигиенические факторы; психофизиологические факторы; эстетические факторы.

Хотя потребность в отдыхе индивидуальна и зависит от состояния здоровья, возраста, пола и т.д., существует регламентация для отдельных категорий работ. Для этого устанавливается сменный, недельный и месячный режимы труда и отдыха в целом на предприятии и по отдельным подразделениям. Годовой режим регламентируется законодательством.

Так, в течение рабочей смены, недели, месяца, года работоспособность человека меняется в динамике и проходит три фазы: вработываемость, устойчивое рабочее состояние и период убывающей работоспособности.

1. *Период вработываемости* – продолжается от нескольких минут до 1,5 часов. Восстанавливаются навыки, автоматизм, темп и ритм работы. Факторы, способствующие вработываемости: гимнастика, музыка.

2. *Период устойчивой работоспособности* (в каждой части 2–3 часа и более) – для сохранения устойчивости необходимо устанавливать перерывы (микропаузы) общей продолжительностью 5–10% рабочего времени.

3. *Период снижения работоспособности* – необходимо устанавливать время рабочих перерывов, средняя продолжительность которых составляет от 40 мин до 1,5 часов за смену. На снижение работоспособности оказывает влияние суточный физиологический

ритм. Так, физиологические функции человека в дневное время повышаются, в ночное – понижаются, в течение недели – в понедельник, пятницу также понижаются.

Рекомендуемая на современных предприятиях производственная гимнастика основывается на эффекте Сеченова, суть которого заключается в том, что утомленные мышцы быстрее восстанавливаются не при полном покое, а при работе других групп мышц.

Цели: снижение отрицательных последствий монотонности труда, оптимизация тяжести работы, ее темпа и ритма. Различают ритмичный и неритмичный труд. Если процесс труда ритмичен, легко вырабатывается автоматизм рабочих движений, что способствует экономии потребления мышечной энергии. Научной основой служит динамика работоспособности, которая не является стабильной.

Трудовым кодексом РФ (ст. 42) устанавливается максимальная продолжительность рабочей недели 40 часов, работникам от 16 до 18 лет – не более 36 часов, 15–16 лет – не более 24 часов, на вредных работах – не более 36 часов. В некоторых случаях может быть предоставлена 6-дневная рабочая неделя. Продолжительность основного отпуска составляет 21 день, удлиненного 28–56 дней, дополнительного отпуска на вредных условиях труда 7–41 дней.

При продолжительности смены 8 часов рабочая неделя устанавливается в размере 40 часов, при этом в предпраздничные дни длительность рабочей смены сокращается до 7 часов. Если рабочая неделя менее 40 часов сокращение рабочего времени в предпраздничные дни не производится (ст. 47 Трудового кодекса РФ).

Контрольные вопросы

1. Назовите современную модель управления персоналом.
2. Какие типы организационных структур относятся к иерархическим?
3. В чем заключается преимущество матричной организационной структуры?
4. Назовите методы управления персоналом.
5. Каким образом классифицируются работники организации?
6. Какие методы оценки персонала вы знаете?
7. Сколько времени составляет период вработываемости?
8. Какова длительность ежегодного оплачиваемого отпуска?
9. Что необходимо, согласно эффекту Сеченова, для повышения работоспособности?

10. Какова общая продолжительность рабочей недели? А для работников в возрасте 15–16 лет?

11. Возможна ли замена работы в праздничные дни другим днем отдыха? Что для этого требуется?

Тема 8. Нормирование в сервисе и туризме

Нормативы по труду – это регламентированные величины затрат труда и времени, перерывов в работе, режимов работы оборудования, разработанные на основе предварительно проведенных исследований и предназначенные для многократного использования при расчете конкретных норм затрат труда применительно к определенным организационно-техническим условиям общего технологического процесса.

Норма труда – количество рабочего времени, необходимое для производства единицы продукции или выполнения определенной работы.

Используются различные методы нормирования. Нормы труда являются эталоном, с которым сравниваются фактические затраты времени.

Процесс установления норм:

- 1) анализ производственного процесса;
- 2) выбор оптимального варианта технологии и организации;
- 3) проектирование рациональных режимов работы оборудования, приемов и методов труда;
- 4) расчет норм;
- 5) внедрение и последующая корректировка.

Нормирование является основой внутрипроизводственного планирования: производственных программ цехов и участков плановых заданий для отдельных рабочих мест; определяет количество оборудования, плановую трудоемкость изготовления продукции и услуг, на этой основе рассчитывается плановая численность работников, исчисляются фонд зарплаты, себестоимость продукции, длительность производственных циклов.

Функции нормирования:

- 1) основа внутрипроизводственного планирования;
- 2) основа рациональной организации труда и производства;
- 3) критерий эффективности трудовых процессов;
- 4) мера вознаграждения за труд.

Виды норм труда:

1. Норма времени ($H_{вр}$) – величина затрат рабочего времени на выполнение единицы работы.

2. Норма выработки ($H_{выр}$) – устанавливает объем работы, который работник должен выполнить за единицу рабочего времени:

$$H_{вр} = 1 : H_{выр}.$$

3. Норма обслуживания (H_o) – количество производственных объектов (ед. оборудования рабочих мест), которые работник обязан обслужить в течение единицы рабочего времени.

4. Норма времени обслуживания ($H_{вр.о}$) – количество времени, необходимое на обслуживание в течение смены ед. оборудования, кв. м производственной площади.

5. Норма численности (H_n) – устанавливает численность работников, необходимых для выполнения конкретных производственных функций или объема работ.

6. Норма управляемости (H_y) – определяет количество работников, которые должны быть непосредственно подчинены одному руководителю.

Нормы делятся на опытно-статистические и технически обоснованные.

Структура рабочего времени представлена на рис. 7.

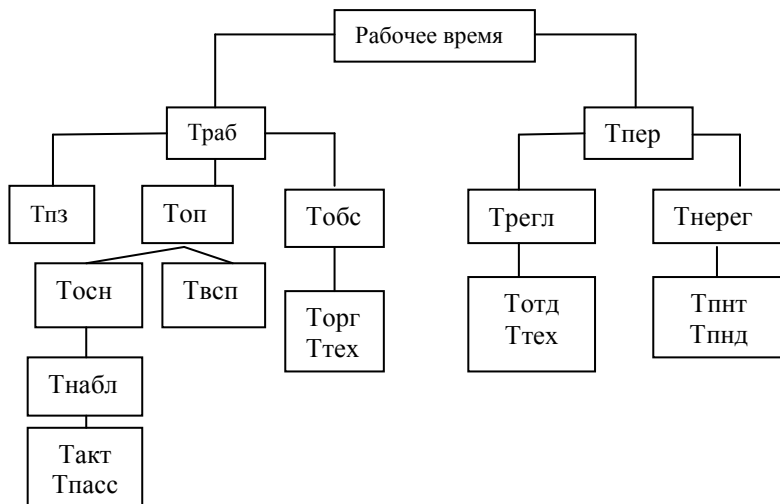


Рис. 7. Структура рабочего времени

Общий расчет нормы времени производится по формуле:

$$H_{вр} = T_{пз} + T_{оп} + T_{обс} + T_{пер},$$

где $T_{пз}$ – подготовительно-заключительное;

$T_{оп}$ – оперативное;

$T_{обс}$ – обслуживание рабочих мест;

$T_{отд}$ – время на отдых и личные нужды;

$T_{пер}$ – время регламентированных перерывов;

$T_{тех}$ – время на технический перерыв;

$T_{ннт}$ – затраты времени, связанные с нарушением производственных программ;

$T_{ннд}$ – затраты времени, связанные с нарушением трудовой дисциплины.

При мелкосерийном производстве штучное время рассчитывается как:

$$T_{шт} = (T_o + T_e) \cdot (1 + (A_{обс} + A_{отд} + A_{пер}/100)),$$

где $A_{обс}$ – общее время обслуживания, в % к оперативному времени;

$A_{отд}$ – время на отдых, в % к оперативному времени;

$A_{пер}$ – время перерывов, в % к оперативной единице на производство.

$$T_{шт} = (T_o + T_e) \cdot (1 + (K/100)),$$

где K – сумма времени на обслуживание рабочего места, отдыха и т.д., выражается в % от оперативного времени.

Изучение затрат времени. Хронометраж, фотография рабочего дня, фотохронометраж, прежде всего, являются инструментами роста производительности труда, создания эффективных технологий обслуживания, исключают потери рабочего времени.

Научно-обоснованное нормирование труда в гостинице – гарантия эффективного и рационального использования имеющихся трудовых ресурсов. При создании нормативов должны учитываться особенности технологического процесса в предоставлении гостиничных услуг, их востребованность на рынке услуг.

Фотография рабочего времени – изучение рабочего времени в течение смены при помощи фиксации всех данных, характеризующих продолжительность и структуру.

Этапы проведения фотографии рабочего времени:

1) заполнение наблюдательного листа (табл. 11):

Таблица 11

Форма наблюдательного листа

№ п/п	Что наблюдается	Текущее время, ч, мин	Максимальная величина затрат, мин	Индекс	Фактически выработано
1	Пришел на рабочее место	9.00	–		
2	Получает задание	9.10	10	ПЗ	
3	Раскладывает инструменты/вкл. компьютер	9.20	10	ПЗЪ	
4	Обработка документов	10.00	10	ОП	

2) систематизация затрат производится на основании данных наблюдательных листов и сводится в группировочный лист (табл. 12):

Таблица 12

Группировочный лист

№ п/п	Индекс категории затрат	Количество замеров, ед	Суммарная величина затрат, мин	В том числе непрерывное время	Удельный вес затрат в общем времени наблюдается
1	$T_{п.з}$	5	53		11
2	$T_{оп}$	34	306	25	64
3	$T_{обс}$	8	19	28	4
4	$T_{отд}$	4	32		6
5	$T_{п.н.т}$	5	52		11
6	$T_{п.н.д}$	3	18		4
7	Итого	59	480 мин/ 8 час		100

3) составление баланса затрат рабочего времени (табл. 13):

Таблица 13

Баланс затрат рабочего времени

№	Индекс	Фактический баланс		Нормативный баланс		Минимальные затраты	
		мин	%	мин	%	мин	%
1	$T_{п.з}$	53	11	53	11	-	-
2	$T_{оп}$	306	64	379	79	-	-
3	$T_{обс}$	19	4	19	4	2	0,4
4	$T_{отд}$	32	6	30	6	52	11
5	$T_{п.н.т}$	52	11	-	-	19	4
6	$T_{п.н.д}$	19	4	-	-		
7	Итого	480	100	480	100	73	15

4) расчет коэффициентов использования рабочего времени:

Коэффициенты использования рабочего времени:

1. Коэффициент полезного использования рабочего времени:

$$K_1 = \frac{T_{нз} + T_{оп} + T_{обс} + T_{отд} + T_{ит}}{T_{набл}}$$

2. Коэффициент полезного использования оборудования:

$$K_2 = \frac{T_{оп}}{T_{набл}}$$

3. Коэффициент потерь рабочего времени, зависящий от рабочих:

$$K_3 = \frac{T_{инд}}{T_{набл}}$$

4. Коэффициент потерь по организационно-техническим причинам:

$$K_4 = \frac{T_{итт}}{T_{набл}}$$

5. Повышение производительности труда за счет сокращения непроизводительных потерь и нерациональных затрат:

$$\Delta\Pi = \frac{T_{оп(набл)} - T_{оп(факт)}}{T_{оп(факт)}} \cdot 100$$

$$\Delta\Pi = \frac{T_{итт} + T_{инд} + (T_{отд(факт)} - T_{отд(набл)})}{T_{оп(факт)}} \cdot 100.$$

Хронометраж – вид наблюдения, при котором изучаются циклически повторяющиеся элементы оперативной, а также отдельные элементы подготовительно-заключительной работы или работы по обслуживанию рабочего места.

Цели хронометража:

1) установление норм времени и получение данных для разработки нормативов по труду;

2) изучение и внедрение передовых приемов и методов труда;

3) проверка качества действующих норм;

4) выявление причин невыполнения норм отдельными работниками.

Способы хронометража:

1) непрерывный – по текущему времени, замеряются все элементы оперативного времени, циклически повторяющиеся;

2) выборочный – замеряются отдельные элементы (приемы работы) операции независимо;

3) цикловой, когда исследуются операции, имеющие очень малую продолжительность, что не позволяет делать их визуальные замеры без объединения в группы, каждая из которых повторяется в определенном цикле и в определенной последовательности.

Начало хронометража через 45–60 минут после начала работы и за 1,5–3 часа до окончания.

В таблице 14 выявляется необходимое количество замеров, которое требуется осуществить при одном наблюдении.

Таблица 14

Количество замеров

Характер работы и степень участия	Длительность элемента работы, с		
	До 15,0	15,0–60,0	Свыше 60,0
Машинная	8–10	8–10	5–9
Машинно-ручная	22–26	18–21	14–18
Ручная	37–42	26–30	21–26

Таблица 15

Количество наблюдателей

Численность работающих, чел.	Количество наблюдателей, чел.
2–3	1
4–5	2
6–8	3

Для расчета коэффициента приведения к нормальной производительности труда, на который корректируется среднее значение

затрат времени, полученное в результате наблюдения за последние 3 месяца, берется фактическая часовая выработка.

Коэффициент приведения рассчитывается по формуле:

$$K_{np} = \frac{B_n}{B_{cp}} .$$

$$\begin{array}{llll} B_{cp1} = 32 & T_{3\epsilon p1} = 72 & B_{n1} = 30 & K_{np1} = 0,94 \\ B_{cp2} = 38 & T_2 = 1,5 & B_{n2} = 34 & K_{np2} = 0,89 \\ T_{\kappa1} = 1,72 \cdot 0,94 = 1,62 & T_{\kappa2} = 1,5 \cdot 0,89 = 1,34 & T_n = 1,48 - \text{норматив} & \end{array}$$

Разработка руководства по специальности «HAND BOOK» на основе фотографии и самофотографии рабочего дня. Руководство по специальности – это пособие для сотрудника, занимающего определенную должность в структуре организации.

Первый опыт разработки и внедрения руководства по специальности в систему управления персоналом принадлежит Европейскому рынку гостиничных услуг. Основной предпосылкой внедрения руководства по специальности явилось то, что в последнее время в сфере гостеприимства становится все более важной концентрация деловой и профессиональной деятельности на качестве услуг и удовлетворенности потребностей клиента.

В настоящее время не существует определенных норм и правил разработки руководства по специальности. Этот факт обусловлен тем, что данная разработка является индивидуальной для каждого гостиничного предприятия, однако основные моменты, которые она содержит, следует отметить. Чаще всего руководство по специальности представляет собой папку, в которой содержится вся необходимая информация для сотрудников отдельной специальности.

Следует отметить, что определение руководства по специальности не строго регламентировано, в различных гостиничных предприятиях они носят различные названия. Например, в гостиницах, работающих в корпоративной цепи либо по договору франчайзинга США и Европы, руководство по специальности носит название Hand Book. К гостиничным цепям, использующим в системе управления персоналом подобные инструкции, относят такие компании, как «Мариотт Корпорейшен», «Шератон Корпорейшен», «Хилтон Отел Корпорейшен», «Хилтон Интернэшнл».

Опыт внедрения руководства по специальности показывает, что использование подобных инструкций приводит к повышению качества выполняемых работ сотрудниками и, как следствие, способствует повышению качества обслуживания клиентов. Таким образом, внедрение руководства по специальности имеет всесторонний эффект как для персонала, в части сокращения адаптационного периода, так и для гостей, в части более высокого уровня обслуживания и качественного сервиса.

Основные этапы разработки руководства по специальности могут быть адаптированы при разработке подобных инструкций для системы управления других гостиничных предприятий.

Рисунок 8 дает общее представление об основных моментах, относящихся к процессу разработки руководства по специальности.



Рис. 8. Этапы разработки руководства по специальности

При разработке руководства по специальности может применяться как фотография, так самофотографирование, причем данный метод поручается сотрудникам, занимающим исследуемую должность определенный срок (не менее 1,5 лет), так как для качественного проведения исследования необходимо глубокое знание выполняемых функций. Также фотография рабочего дня отдельного сотрудника, занимающего определенную должность, производится специалистом, занимающимся непосредственно разработкой руководства по специальности.

После завершения этапа исследования выполняемых работником функций специалист, занимающийся разработкой руководства, и руководитель структурного подразделения (к примеру, заместитель генерального директора по приему и размещению гостиницы) анализируют полученные данные, вносят поправки в соответствии с нормами выполнения, принятыми в гостинице. Поправки необходимы, так как даже те сотрудники, которые значительный срок работают в гостинице, могут упустить некоторые детали выполнения работ.

Не стоит забывать, что разрабатываемое руководство по специальности включает не только детализацию выполняемых работником функций, но и общую информацию о гостинице, необходимую в большей степени для новых сотрудников; а также информацию, касающуюся непосредственно должности, то есть возможности карьерного роста, премии, льгот, размера заработной платы и т.п. Данную информацию собирает руководитель службы приема и размещения, а специалист обрабатывает ее и отражает в руководстве. Выполнение такой работы не требует использования научных методов, от степени доступности и ясности информации зависит форма ее представления в руководстве.

Структура и содержание руководства по специальности не регламентированы, поэтому порядок расположения информации зависит от видения руководителя службы приема и размещения и специалиста, занимающегося разработкой пособия.

Общая структура разрабатываемых для службы приема и размещения пособий следующая:

1. Титульный лист.
2. Операционный лист супервайзера (менеджера кадровой службы по профилированию работника). Данный лист пред-

ставляет собой анкету, которая содержит основные моменты, необходимые для знакомства нового сотрудника с предприятием и должностью.

3. Содержание руководства.

4. Общая информация о деятельности компании (философия гостиницы; что мы делаем; структура организации).

5. Общая информация о профессии (десять заповедей бизнеса; несколько способов улучшить обслуживание; как избавиться от гостей; предлагающая продажа; настойчивое гостеприимство).

6. Информация о зарплате (твоя заработная плата, градация заработных плат, дни и периоды выплаты заработной платы).

7. Льготы (праздники; отпуск; болезнь; страховочные льготы; премии).

8. Важные знания в помощь сотруднику (адаптационный период – испытательный срок, внешний вид, переработка, проблемы, возникшие на рабочем месте, периоды отдыха во время рабочей смены, правила поведения до и после рабочей смены).

9. Пошаговая инструкция выполняемых работником функций.

Контрольные вопросы

1. Дайте определение нормы труда.

2. При каких условиях не используется нормирование труда?

3. Относится ли норма технологичности к норме труда?

4. Устанавливает ли норма выработки объем работы, который работник должен выполнить на единице оборудования?

5. Включается ли время наблюдения во время технологического перерыва?

6. Как определяется норма выработки?

7. Какое должно быть минимальное количество работников, осуществляющих туристскую деятельность в фирме-турагенте?

8. Что такое фотография как метод изучения рабочего времени?

9. Какие данные отмечаются в группировочной таблице?

10. Как определяется коэффициент полезного использования оборудования?

11. Как определяется повышение производительности труда за счет сокращения непроизводительных потерь и нерациональных затрат?

12. Перечислите способы проведения хронометража.

13. Укажите время начала хронометража после начала работы.

14. Необходимое количество хронометражных замеров при массовом характере работ.

15. Как рассчитывается коэффициент приведения к нормальной производительности труда?

16. Как определяется коэффициент устойчивости при хронометраже?

17. Как разрабатывается руководство по специальности?

Тема 9. Управление трудовыми ресурсами предприятия

Менеджмент – это особая сфера экономики, которая имеет свою логику управления как отдельного фактора экономики наряду с капиталом, трудом и землей.

Основные группы управленческих функций: выбор цели, выбор средств, подготовка средств, контроль результатов.

В свете современного подхода к управлению фирма рассматривается как субкультура – единый организм. Современная парадигма управления – командный менеджмент, т.е. правила, нормы мышления и деятельности, образцы поведения определяют стиль взаимоотношений в организации, основанный на социальном и культурном творчестве работников, их участии в самоорганизации и самоуправлении, взаимном контроле, взаимопомощи и взаимозаменяемости, коллективной ответственности, развитии индивидуального и группового потенциалов.

Командный менеджмент – органический синтез предшествующих организационных культур: доктрины научной организации труда или бюрократической, органической и предпринимательской.

Согласно современной концепции туризм представляет собой систему реализации права на отдых, которая как никакая другая должна быть направлена на потребителя.

Специалисты в области туризма считают, что не существует единого подхода к менеджменту, каждая фирма уникальна. Она должна искать свою собственную модель.

Теория и практика управления предполагают разнообразные типы организационных структур: линейно-штабные, функциональные, дивизионные, матричные. В туризме особый интерес представляют инновационные структуры, ориентированные на поиск нового. Принцип: текущее производство и реализация представлены в одной управленческой группе, а разработка новых услуг и технологий – в поисковой группе. Здесь обеспечивается производственная маневренность, гибкость стратегии, однако экономический эффект снижается за счет дублирования ресурсов.

Методы и принципы управления. Функции управления. Методами управления называют способы воздействия на коллективы и отдельных работников с целью осуществления координации их деятельности в процессе производства. Различают три группы: административные, экономические и социально-психологические:

– *административные методы* – формирование органов управления, утверждение норм и нормативов, издание приказов и распоряжений, подбор и расстановка кадров, разработка положений, должностных инструкций, стандартов;

– *экономические методы* – технико-экономический анализ и обоснование, планирование, материальное стимулирование, ценообразование, налоговое планирование, экономические нормы и нормативы;

– *социально-психологические методы* – социальный анализ, планирование и развитие коллектива, коллективное управление, создание психологического климата, моральное стимулирование, развитие инициативы и ответственности.

Планирование работы с персоналом предусматривает следующие направления:

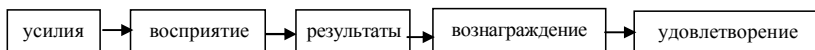
- 1) формирование кадровой политики;
- 2) проведение исследований рынка труда;
- 3) разработка должностных и профессиональных требований;
- 4) набор и отбор персонала;
- 5) определение заработной платы, системы оплаты и стимулирования труда;

- 6) профориентация и адаптация персонала;
- 7) подбор, расстановка, продвижение персонала (деловая карьера);
- 8) обучение, переподготовка и повышение квалификации персонала;
- 9) оценка персонала и результатов трудовой деятельности.

Мотивация управленческого труда. В основе управления трудовой мотивацией лежит установление побудительных причин осуществления той или иной деятельности. Существует множество теорий мотивации, которые условно можно разделить на содержательные и процессуальные.

К содержательным теориям, основанным на внутренних побуждениях личности, относятся теории Маслоу, Герцберга, Мак Клеllandа и др. При всей своей полезности в них не учитываются индивидуальные отличия, нет автоматического перехода от одной потребности к другой.

Процессуальные теории представляют зависимость между поведением и целью. основоположниками теории ожиданий и справедливости являются Лайман Портер и Эдвард Лоулер. Ученые пришли к выводу, что удовлетворение зависит от результатов. Комплексная модель предлагает следующую зависимость:



Предпринимателю или топ-менеджеру необходимо установить набор критериев, влияющих на поведение сотрудников, для создания рабочей среды, способствующей их мотивации:

- 1) ориентироваться на особенности проявления потребностей отдельных работников и общие особенности;
- 2) соизмерять возможности предприятия в отношении различных видов вознаграждения с потребностями работников;
- 3) учитывать характер и результат работ;
- 4) использовать максимальную гласность распределения вознаграждения.

Основные положения трудовых отношений. Нормативной базой трудовых отношений являются:

- Конституция РФ – право на труд, принудительный труд запрещен;

- Трудовой кодекс РФ, распространяется на иностранных граждан и лиц без гражданства;
- Гражданский кодекс РФ;
- Налоговый кодекс РФ;
- Федеральный закон от 25 июля 2002 г. № 115-ФЗ «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации» (ред. от 24.07.2015);
- Федеральный закон от 19 июня 2000 г. № 82-ФЗ «О минимальном размере оплаты труда» (ред. от 01.12.2014);
- Федеральный закон от 17 июля 1999 г. № 181-ФЗ «Об основах охраны труда в Российской Федерации» (ред. от 21.05.2015);
- Закон РФ от 19 февраля 1993 г. № 4520-1 «О государственных гарантиях и компенсациях для лиц, работающих и проживающих в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях» (ред. от 31.12.2014);
- Постановление Правительства РФ от 16 апреля 2003 г. № 225 «О трудовых книжках» (ред. от 25.03.2013);
- Постановление Правительства РФ от 14 ноября 2002 г. № 823 «О порядке утверждения перечней должностей и работ, замещаемых или выполняемых работниками, с которыми работодатель может заключать письменные договоры о полной индивидуальной или коллективной бригадной материальной ответственности, а также типовых форм договоров о полной материальной ответственности»;
- Постановление Правительства РФ от 8 февраля 2002 г. № 92 «Об установлении норм расходов организаций на выплату компенсации за использование для служебных поездок личных легковых автомобилей и мотоциклов, в пределах которых при определении налоговой базы по налогу на прибыль организаций такие расходы относятся к прочим расходам, связанным с производством и реализацией»;
- Постановление Госкомстата РФ от 5 января 2004 г. № 1 «Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету труда и его оплаты»;
- Письмо ФСС РФ от 9 февраля 2004 г. № 02-18/07-829 «О размере пособия по беременности и родам»;

– проекты профессиональных стандартов в сфере туризма (russiatourism.ru/data/File/prof_standarty/profstandart_tourism.rtf).

Согласно проекту профессиональный стандарт направлен на установление и поддержание единых требований к содержанию и качеству деятельности специалиста по организации и предоставлению туристских услуг.

Стандарт профессиональной деятельности специалиста по организации и предоставлению туристских услуг создаст условия для формирования адекватных представлений об уровне образования и профессиональной компетентности специалистов организаций туризма.

В основе трудовых отношений лежит трудовой договор. Сторонами является работник и работодатель, определяющий права и обязанности.

Классификация трудовых ресурсов:

1. *По профессиональной структуре* различают профессию и специальность.

Профессия – род трудовой деятельности, определяемый набором теоретических знаний и практических навыков, необходимых для выполнения конкретных видов деятельности.

Специальность определяется дальнейшим разделением труда в рамках одной профессии с учетом дополнительных навыков и знаний для осуществления конкретных операций в рамках одной профессии.

Структура профессий по видам качественных характеристик:

– младший обслуживающий персонал: дворники, уборщицы и др.;

– рабочие: горничные, официанты, водители автобусов и др.;

– служащие: кассиры, экспедиторы, секретари и др.;

– специалисты: бухгалтеры, юристы и др.;

– руководители: главный инженер, главный бухгалтер, заведующий и др.

2. *По квалификационной структуре*

Квалификация – степень овладения работниками той или иной профессии, отражаемая в категориях и разрядах.

В туризме применяются квалификационные справочники по предприятиям: туроператор, турагент, экскурсионное бюро, а также ГОСТы: ГОСТ Р 53995-2010 Услуги общественного питания.

Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания, ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования, ГОСТ Р 51185-2008 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования.

3. По состоянию в штате:

– штатные (постоянные) работники – постоянно работают в организации, их трудовые книжки находятся в отделе кадров;

– совместители – привлекаются по мере необходимости, работают по выпискам из трудовой книжки;

– временные работники – нанимаются для определенного объема работ, выполняют работу по договору.

Первичные документы. Постановлением Госкомстата РФ от 5 января 2004 г. № 1 «Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету труда и его оплаты» утверждены следующие формы первичной учетной документации:

Т-1 «Приказ (распоряжение) о приеме работника на работу».

Т-1а «Приказ (распоряжение) о приеме работника на работу».

Т-2 «Личная карточка работника».

Т-3 «Штатное расписание».

Т-5 «Приказ (распоряжение) о переводе работника на другую работу».

Т-6 «Приказ (распоряжение) о предоставлении отпуска работнику».

Т-7 «График отпусков».

Т-8 «Приказ (распоряжение) о прекращении (расторжении) трудового договора с работником (увольнении)».

Т-9 «Приказ (распоряжение) о направлении работника в командировку».

Т-10 «Командировочное удостоверение».

Т-10а «Служебное задание для направления в командировку и отчет о его выполнении».

Т-11 «Приказ (распоряжение) о поощрении работника».

Унифицированные формы первичной учетной документации по учету рабочего времени и расчетов с персоналом по оплате труда (для юридических лиц всех форм собственности, кроме бюджетных организаций).

Т-12 «Табель учета рабочего времени и расчета оплаты труда».

Т-13 «Табель учета рабочего времени».

Т-49 «Расчетно-платежная ведомость».

Т-51 «Расчетная ведомость».

Т-53 «Платежная ведомость».

Т-53а «Журнал регистрации платежных ведомостей».

Т-54 «Лицевой счет».

Т-60 «Записка-расчет о предоставлении отпуска работнику».

Т-61 «Записка-расчет при прекращении (расторжении) трудового договора с работником (увольнении)».

Т-73 «Акт о приемке работ, выполненных по срочному трудовому договору, заключенному на время выполнения определенной работы».

Указания по применению и заполнению указанных форм приведены в приложении № 3 к Постановлению №1.

Прием на работу (ст. 16 ТК РФ). Основанием приема на работу является приказ (форма Т-1)

Согласно ст. 16 Трудового кодекса РФ необоснованный отказ при приеме на работу не допускается, также не допускается требовать документы, не предусмотренные законодательством, при отказе администрацией предприятия сообщаются причины.

При трудоустройстве предъявляются:

- трудовая книжка,
- страховое свидетельство, ИНН,
- паспорт (без паспорта с администрации взыскивается штраф согласно Кодексу об административном правонарушении),
- документы воинского учета,
- документы об образовании – при необходимости специальных знаний.

Увольнение. Основание прекращения трудовых отношений регламентируется ст. 29 ТК РФ. Условия прекращения договора:

- соглашение сторон,
- истечение срока договора,
- призыв на воинскую службу,
- расторжение контракта по инициативе работника,
- перевод,
- отказ от перевода предприятия в другие места,
- по приговору суда при осуждении работника.

Не прекращаются трудовые отношения при смене органа, в подчинении которого находится предприятие.

Расторжение трудового договора по инициативе работника:

- а) при невозможности продолжения работы (зачисление в учебные заведения, пенсия) в срок, о котором просит работник;
- б) в общих случаях – за две недели.

Расторжение трудового договора по инициативе администрации:

- а) ликвидация предприятия, сокращение численности;
- б) несоответствие работника должности;
- в) систематическое неисполнение обязанностей, если к работнику применялись меры дисциплинарного взыскания;
- г) прогулы (более 3 часов) без уважительных причин;
- д) неявки более 4-х месяцев подряд вследствие временной нетрудоспособности. При трудовом увечье или производственном заболевании за работником сохраняется место работы до восстановления трудоспособности или установления инвалидности;
- е) появление на работе в нетрезвом состоянии или токсического опьянения.

Трудовой договор (ст. 18 ТК РФ). В трудовом договоре должны быть указаны следующие данные:

- 1) права и обязанности работника;
- 2) права и обязанности работодателя;
- 3) характеристики условий труда, компенсаций и льготы;
- 4) режим труда и отдыха (если они отличаются от общих условий);
- 5) условия оплаты труда (тарифы, ставки, должностные оклады, доплаты, надбавки, поощрительные выплаты).

При этом трудовой договор может содержать дополнительные условия:

- испытательный срок не более 3-х месяцев, если срок истек, он считается продолжением испытания;
- совмещение профессий;
- повышение квалификации;
- предоставление дополнительного отпуска;
- о неразглашении государственной и служебной тайны;
- обязательство отработать после обучения (за счет предприятия не менее установленного договором срока).

Заключается на следующие сроки:

- бессрочный (на неопределенный срок);

- срочный от 1 года до 5 лет;
- на время выполнения работы.

Предоставление отпуска. Каждый работник имеет право ежегодного отпуска, право на первый отпуск наступает по истечении 6 месяцев, но это не означает, что работодатель обязан предоставить отпуск по истечении этого срока. Минимальная продолжительность ежегодного отпуска составляет 28 календарных дней, для молодежи до 18 лет – 31 календарный день (ст. 114–128 ТК РФ). Максимальная продолжительность отпуска Трудовым кодексом не определена.

Учет использования рабочего времени. Используется табельная форма Т-12, где производится сплошная регистрация выхода на работу.

Существуют следующие способы контроля рабочего времени:

- карточный (используются контрольные часы);
- жетонный (специальные жетоны или марки);
- пропускной (выдаются и сдаются карточки);
- ведомственный (контроль осуществляет непосредственный руководитель);
- с помощью контрольно-пропускных устройств.

Эффективность труда. В системе управления трудовыми ресурсами основными факторами эффективности труда являются:

- технический уровень труда (оснащение новым оборудованием);
- уровень квалификации работника;
- условия труда (организация рабочего места, психологический климат в коллективе);
- система управления (укрепление дисциплины труда, применение методов нормирования труда).

Показатели эффективности труда:

Производительность (выработка) – количество продукции, произведенной и реализованной в единицу времени:

$$P_m = \frac{B}{Ч},$$

где P_m – производительность (выработка);

B – количество произведенной продукции в период времени;

$Ч$ – количество времени.

Весовое измерение времени: час, смена, месяц, квартал, год.

Трудоемкость – затраты труда на производство и реализацию единицы продукции.

Показатель трудоемкости – обратный производительности труда. Трудоемкость определяется в часах, минутах, секундах.

Виды и формы оплаты труда на предприятиях сервиса и туризма. Основой оплаты труда является принцип материального стимулирования (ст. 83 ТК РФ), закрепленный в коллективном договоре предприятия.

При оплате труда используются два вида оплаты труда: основная и дополнительная.

При основной форме оплаты труда применяются:

1. *Повременная, сдельная и прогрессивная* формы оплаты труда (в основе отработанное время).

Повременная форма устанавливается в зависимости от количества отработанного времени и тарифной ставки (оклада). Под тарифной ставкой понимается размер вознаграждения за труд определенной сложности, произведенный в единицу времени (час, день, месяц).

При повременной оплате труда используется тарифная система. Согласно ст. 129 ТК РФ тарифная система оплаты труда – это совокупность нормативов, позволяющих дифференцировать заработную плату работников различных категорий.

Тарифная система включает:

- тарифную ставку относительно рабочего дня, часа;
- тарифную сетку – совокупность тарифных разрядов (профессий, должностей), определенных в зависимости от сложности работ и квалификационных характеристик работников с помощью тарифных коэффициентов;
- тарифно-квалификационные справочники (определение разряда работ).

Для установления оплаты труда на предприятии разрабатывается штатное расписание на основе должностных окладов (ст. 81 ТК РФ).

Виды повременной формы оплаты труда:

- простая повременная не зависит от количества работы;
- повременно-премиальная (к простой повременной добавляется выплата премии за качество).

При установлении повременной формы оплаты труда работникам, моложе 18 лет, при сокращении рабочей недели заработная плата выплачивается аналогично полной продолжительности рабочей недели, исключение составляют учащиеся.

Сдельная форма устанавливается в зависимости от количества произведенных единиц продукции. За основу расчета при сдельной оплате труда берется сдельная расценка, которая представляет собой размер вознаграждения, подлежащий выплате работнику за изготовление им единицы продукции или выполнение определенной операции:

$$P_{сд} = \frac{T_{ст}}{H_{выр}},$$

$$P_{сд} = T_{ст} \cdot B_{вр},$$

где $P_{сд}$ – сдельная расценка;

$T_{ст}$ – тарифная ставка, часовая (дневная);

$H_{выр}$ – норма выработки, часовая (дневная);

$H_{вр}$ – норма времени, часовая (дневная).

Разделяют несколько видов сдельной оплаты труда:

– прямая сдельная – задается прямая зависимость от результатов труда;

– сдельно-премиальная – предоставляется дополнительно премирование за перевыполнение задания;

– аккордная – оценивается комплекс работ с указанием срока их окончания;

– сдельно-прогрессивная – по прямым расценкам оплачивается выполнение нормы труда, а сверх нормы – по повышенным, но не свыше двойной расценки;

– косвенно-сдельная – для работников, обслуживающих оборудование, их оплата труда зависит от количества продукции, произведенной основными работниками.

2. Доплаты за сверхурочные работы, ночное время (ст. 48), праздничные дни.

Доплата за работу в ночное время осуществляется за рабочий период с 22 часов до 6 часов, при этом продолжительность смены должна быть сокращена на 1 час. Доплата составляет 20% тарифной ставки.

Оплата за *сверхурочное время* осуществляется только с разрешения профсоюза, основанием является приказ руководителя предприятия.

Размер оплаты за сверхурочное время:

- за первые два часа переработки – увеличение оплаты не менее, чем в 1,5 раза;
- за переработку последующих часов – оплата не менее, чем в двойном размере.

Для учета работы в сверхурочное время используется форма Т-15.

Законодательством (ст. 56 ТК РФ) допускается работа в сверхурочное время не более 4-х часов в течение двух дней подряд и не более 120 часов в год. Компенсация сверхурочных работ отгулом не допускается.

Ограничение сверхурочных работ (ст. 54 ТК РФ).

Сверхурочные работы не допускаются, исключения составляют:

- требования обороны страны, стихийные бедствия, аварии;
- общественные работы по водоснабжению, газоснабжению и т.д.;
- при необходимости закончить начатую работу, если при этом прекращение работ может повлечь порчу или гибель имущества;
- для продолжения работы при неявке сменщика.

Оплата в праздничные дни. Нерабочими праздничными днями в Российской Федерации согласно ст. 112 ТК РФ являются 12 дней. При необходимости осуществления работ в праздничные дни оплата производится следующим образом:

- при сдельной форме оплаты труда – по двойным сдельным расценкам;
- при повременной форме оплаты труда – по двойным размерам тарифных ставок.

С согласия работника денежная компенсация может быть заменена другим днем отдыха.

3. *Оплата простоев не по вине работника.*

4. *Премии, премиальные надбавки (единовременные поощрительные выплаты).* Премии – выплаты сверх основного заработка в целях поощрения за достигнутые успехи, высокую производительность труда, качество, новаторство.

Общий порядок премирования прописан в Коллективном договоре. В положении о премировании указываются показатели и конкретные условия премирования, размеры, шкала премирования, сроки, круг премированных работников, источник премирования.

Виды премирования:

- разовые премии;
- годовое вознаграждение;
- дополнительные выплаты при предоставлении ежегодного отпуска (сверх отпускных сумм в соответствии с законодательством);
- стоимость бесплатно выданных акций или льгот при их приобретении;
- стоимость подарков;
- оплата за питание, жилье, топливо.

Положение о порядке выплат вознаграждения по итогам работ за месяц, год утверждается администрацией. Законодательное регламентирование не предусмотрено.

5. *Выплаты за совмещение профессий* (ст. 87 Трудового кодекса).

6. *Надбавка за выслугу лет.*

Например, установленные надбавки на предприятии могут быть следующие:

Выслуга	от 3 до 8 лет	Надбавка	10%
	от 13 до 18 лет		15%
	от 18 до 23 лет		25%
	свыше 23 лет		30%

Надбавка за стаж работы в районах Крайнего Севера устанавливается до 50%, Дальнего Востока до 30%. Районные коэффициенты (постановление Минтруда от 11.09.95 № 49) начисляются на фактический заработок, включая вознаграждение за выслугу лет.

При дополнительной оплате труда применяется:

- а) оплата отпуска;
- б) оплата за выполнение государственных и общественных обязанностей;
- в) оплата перерывов кормящим матерям;

- г) оплата льготных часов подростков;
- д) выходное пособие;
- е) выплата социального характера:
 - надбавки к пенсиям;
 - страховые платежи работникам за счет средств предприятия;
 - расходы по здравоохранению;
 - оплата путевок;
 - возмещение платы родителей за детей в дошкольных учреждениях;
 - компенсация по уходу за ребенком (сверх пособий по социальному страхованию);
 - проезд к месту работы;
 - материальная помощь по семейным обстоятельствам;
 - стипендии работникам, включенным в списочный состав предприятия;
 - расходы на погашение ссуд;
 - суммы для первоначального взноса на жилищное строительство.

Контрольные вопросы

1. Выделите составные элементы методики планирования работы с персоналом предприятий туризма.
2. Опишите назначение стимулирования труда на предприятиях туризма.
3. Укажите состав квалификационных стандартов туристского предприятия.
4. Перечислите основные разделы должностных обязанностей.
5. Какой основной нормативный акт лежит в основе трудовых отношений?
6. Какой статьей Трудового кодекса РФ необходимо руководствоваться при приеме на работу?
7. В каком случае администрация вправе уволить работника по своей инициативе при прогуле без уважительной причины?
8. Допускается ли компенсация сверхурочных работ отгулом?
9. Приведите порядок заключения трудового договора.

10. Какова длительность испытательного срока при заключении трудового договора?
11. Как оценивается эффективность использования труда?
12. Каковы виды и формы оплаты труда персонала на предприятиях сервиса и туризма?
13. Опишите порядок формирования оплаты труда на предприятиях сервиса и туризма.
14. Опишите форму расчетно-платежной ведомости.
15. Каким документом регламентируется общий порядок премирования на предприятии?
16. Какие выплаты относятся к основной форме оплаты труда?
17. Каким образом начисляется сдельно-прогрессивная форма оплаты труда?
18. Кем утверждается положение о порядке выплат вознаграждения по итогам работы за месяц, квартал, год?
19. Какой максимальный размер надбавки за стаж работы в районах Дальнего Востока?
20. В каком размере осуществляется оплата за сверхурочное время?
21. Какие выплаты относятся к единовременным поощрительным выплатам?

Тема 10. Сущность и функции цены

Правильно установленная цена служит, с одной стороны, фактором усиления потребительской мотивации, а с другой – элементом формирования эффективной экономической политики предприятия.

Цена – сумма денег, за которую покупатель согласен купить, а продавец продать товар/услугу. Цена выступает в качестве денежного выражения товарной ценности товаров/услуг. Соответственно цена в условиях рынка определяется предельной полезностью товара и предельными издержками. Таким образом, максимальная цена туристских услуг определяется спросом, нижняя граница цены – издержками.

Политика ценообразования является составной частью экономической деятельности предприятия на всех этапах проектирования, создания, продвижения и реализации турпродукта.

Функции цены:

– *распределительная*: валовой внутренний продукт распределяется между отраслями и комплексами;

– *стимулирующая*: рациональные цены развивают производство и потребление одних товаров и сдерживают производство других;

– *сбалансированности*: основой данной функции является закон эластичности спроса;

– *регулирующая*: позволяет выбирать предпринимателям наиболее доходную отрасль бизнеса;

– *учетная*: позволяет определить затраты при производстве товаров и услуг.

Общие факторы ценообразования:

а) состояние рынка и спроса;

б) конкурентная среда;

в) маркетинговые цели;

г) организация деятельности;

д) размер издержек производства.

Специфические факторы ценообразования в туризме:

– сезонность предоставления услуг;

– вид средства размещения, питания, транспорта;

– производительность труда персонала (объем продаж);

– форма обслуживания (индивидуальная/групповая);

– график работы организации.

Последовательность этапов разработки ценовой политики:

1) определение цели;

2) определение спроса;

3) анализ уровня и структуры издержек;

4) анализ цен конкурентов;

5) разработка ценовой стратегии;

6) выбор метода ценообразования;

7) разработка системы скидок.

Стратегии ценообразования представлены в табл. 16.

В предпринимательской практике используются пять стратегий ценообразования:

1. Установление цен для разных услуг, входящих в тур, с учетом их себестоимости, оценок их потребительских свойств со стороны клиентов.

2. Одновременное установление цен на весь комплекс услуг основного продукта и на дополнительные услуги.

3. Установление низкой цены на основной продукт и завышенной цены на обязательные сопутствующие ему услуги.

4. Установление предельно низкой (бесприбыльной цены) на малоценные побочные продукты, дающие возможность уменьшить цену на основной продукт.

5. Пакетное ценообразование за счет объединения нескольких услуг и установления их суммарно уменьшенной цены.

Таблица 16

Стратегии ценообразования

Наименование стратегии	Характеристика стратегии
Нейтральное ценообразование	Стратегия средних цен, стратегия справедливой прибыли
Стратегия ценового прорыва	Стратегия низких цен; эффективна при высокой эластичности спроса
Стратегия дифференцированных цен	Ценовых скидок для разных рынков, расположения, времени и объемов покупок
Стратегия единых цен	Единая цена для всех потребителей
Стратегия стабильных цен	Неизменные цены в течение длительного периода, для рынка однородных товаров
Стратегия ценового лидерства	Учитывается политика цен лидера
Стратегия неокругленных цен	У потребителей возникает впечатление тщательного анализа цены и установления ее на минимальном уровне
Стратегия пакетного ценообразования	За счет объединения нескольких услуг и установления их суммарно уменьшенной цены

Политика ценообразования выстраивается:

Во-первых, по принципу нахождения оптимального баланса между себестоимостью турпродукта (его цена должна быть выше затрат на его производство), ценами конкурентов (цена должна быть равна или ниже), эластичностью спроса (цена должна соот-

ветствовать платежеспособности и психологической готовности клиента приобрести турпродукт).

Во-вторых, в соответствии с маркетинговыми стратегиями турфирмы (максимизация прибыли; сокращение сроков окупаемости инвестиций; выживание, увеличение объема продаж и т.д.).

Методы ценообразования:

1) затратные методы:

– калькуляционный – основан на принципе «средние издержки + прибыль»;

– метод «директ-костинг» на основе определения целевой прибыли;

2) конкурентные методы:

– метод балльных оценок – цена определяется совокупностью важнейших параметров;

– метод текущих цен – на порядок выше или ниже уровня цен конкурентов;

– метод удельных показателей – цена находится в непосредственной зависимости от главного параметра;

3) потребительский метод на основе ощущаемой ценности – в цену включены особые гарантии покупателям.

Затратный метод. Актуальность ценообразования на предприятии в современных условиях хозяйствования состоит в том, что в основе цены продукции предприятия лежат затраты на ее производство и реализацию.

Себестоимость продукции (работ, услуг) – это стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию. Другими словами, себестоимость продукции представляет собой выраженные в денежной форме затраты на ее производство и реализацию.

Расчет себестоимости товаров/услуг позволяет определить базу для формирования цены, а также осуществить учет и контроль затрат.

Управление себестоимостью с целью обеспечения успешной деятельности предприятия необходимо, прежде всего, для:

– получения максимальной прибыли;

– улучшения финансового состояния фирмы;

- повышения конкурентоспособности предприятия и продукции;
- снижения риска банкротства.

Как экономическая категория себестоимость продукции выполняет ряд функций:

- учет и контроль всех затрат на выпуск и реализацию продукции;
- база для формирования оптовой цены на продукцию и определение прибыли и рентабельности;
- экономическое обоснование целесообразности вложения реальных инвестиций на реконструкцию, техническое перевооружение и расширение действующего предприятия;
- определение оптимальных размеров предприятия;
- экономическое обоснование и принятие любых управленческих решений;
- другие функции.

Использование затратного метода при установлении цены предусматривает распределение затрат в соответствии с различными признаками (критериями) (табл. 17).

Таблица 17

Классификация затрат

Критерии классификации	Виды затрат
1	2
По экономическим элементам	Материальные затраты Затраты на оплату труда Отчисления на социальные нужды Амортизация основных фондов Прочие затраты
По калькуляционным статьям	Сырье и материалы; полуфабрикаты Топливо и энергия Основная и дополнительная заработная плата Отчисления на социальные нужды Общепроизводственные расходы Коммерческие расходы и т.д.

1	2
По зависимости от объема производства	Условно-переменные Условно-постоянные
По функциональной роли в формировании себестоимости	Основные Накладные
По степени участия в производственном процессе	Прямые Косвенные
По принадлежности к производственному процессу	Производственные Непроизводственные

Затраты в туризме подразделяются на:

- приобретение прав на услуги (размещение, проживание, транспортное обслуживание, питание, экскурсии, визовое обслуживание, добровольное страхование, обслуживание гидами от сторонних организаций и т.д.);
- освоение новых туров (реклама, продвижение);
- оплату труда работников организации;
- представительские расходы (рекламные туры, прием делегаций);
- затраты, возникающие по не востребованной туристами части услуг, права на которые приобретаются партиями.

Планирование себестоимости и цены. Управление себестоимостью продукции предприятий рассматривается как планомерный процесс формирования затрат на производство всей продукции и себестоимости отдельных изделий, контроль за выполнением задания по снижению себестоимости продукции, выявление резервов ее снижения.

Основными элементами системы ценообразования продукции являются прогнозирование и планирование, нормирование затрат, учет и калькулирование, анализ и контроль за себестоимостью. Все они функционируют в тесной взаимосвязи друг с другом. Смета затрат – документ, составляемый в целях определения общей суммы затрат по туристскому предприятию.

Сметная себестоимость отражает совокупные затраты на производство и реализацию туристских услуг. Отражение затрат в смете производится по элементам затрат.

Калькулирование затрат отражает планирование себестоимости единицы продукции и услуг. Например, объектами калькулирования (калькуляционной единицей) в гостинице является каждая отдельная услуга. Калькулирование производится по статьям затрат.

Самый простой способ определения цены заключается в прибавлении к затратам установленной надбавки, размер которой может иметь либо нормативный, либо целевой характер. Для этого составляется калькуляция. Цена на базе полной себестоимости определяется как:

$$P = C \cdot (1 + R),$$

где P – цена;

C – себестоимость единицы продукции;

R – норма прибыли.

Эффективным способом определения затрат является система «Директ-костинг», или маржинальный анализ, в основе которой лежит разделение затрат на постоянные и переменные.

Согласно основному равенству безубыточности методики «Директ-костинг» показатели затрат, рассчитанные на одну путевку исходя из планируемого объема продаж по основным услугам предприятия, можно принять за безубыточную цену предприятия.

$$N \cdot P = FC + VC \cdot N,$$

где FC – общий объем постоянных издержек, руб.;

P – цена за 1 путевку, руб.;

N – объем продаж;

VC – переменные издержки на единицу продукции, руб.

Отсюда безубыточная цена определяется следующим образом:

$$P = \frac{VC + FC}{N}.$$

Система «Директ-костинг» успешно может применяться при установлении цены методом формирования целевой прибыли. При

этом базовая цена, устанавливаемая целевым методом, будет определяться по следующей формуле:

$$P = \frac{(FC + Pr)}{N + VC},$$

где Pr – целевая прибыль.

Данный метод позволяет производить анализ взаимосвязи объема производства, себестоимости и прибыли, учитывать политику цен и их влияние на изменение показателей деятельности предприятия, а также планировать изменение этих цен.

Методом «Директ-костинг» производится расчет безубыточного объема продаж, критической точки, зоны безопасности, исследуется влияние отдельных факторов на их изменение, определяются критическая сумма постоянных расходов и критический уровень цены.

По одному из принципов классификации все издержки принято подразделять на два вида:

1. *Постоянные* – это издержки, размер которых не зависит от обычных колебаний объема выпуска продукции и выручки от оборота.

2. *Переменные* – непосредственно зависящие от объема выпуска.

Сумма постоянных и переменных издержек образует общие, или совокупные, издержки, которые определяют нижнюю границу цены.

Для начала необходимо произвести расчет постоянных издержек, которые для туристского предприятия состоят из следующих затрат: оплаты труда управленческого и обслуживающего персонала, арендной платы за здания и помещения, стоимости материалов, коммунальных платежей, амортизации оборудования и др. Затраты на маркетинг и рекламу также можно отнести к условно-постоянным издержкам.

Для включения постоянных затрат в себестоимость продукции и услуг в туризме используют несколько методов их отнесения на себестоимость единицы продукции:

1) пропорционально количеству услуг, выраженному в натуральном исчислении (путевок, туродней);

2) пропорционально количеству услуг, выраженному в стоимостном выражении;

3) равными долями, если туристские услуги и продукты равноценны по стоимости.

Например, при расчете цены путевки обслуживания на туристской базе целесообразным будет использование первого метода с исчислением постоянных издержек, приходящихся на один туродень или на одно койко-место:

$$FC_k = \frac{FC}{N_k},$$

где FC_k – постоянные расходы, приходящиеся на одно койко-место, руб;

N_k – количество туродней (койко-дней).

Вариантом использования метода «Директ-костинг» является метод определения цены на основе переменных издержек:

$$Rn = \frac{FC + Pr}{VC + N}.$$

Предлагаемая методика «Директ-костинг» широко используется в международной практике анализа себестоимости, управленческого учета и анализа, управления себестоимостью, доходом, прибылью, объемом продаж, ценой. К сожалению, отечественные предприятия туризма пока еще не вполне осознали преимущества данной системы, хотя отдельные ее элементы успешно применяются. Конечно же, ни один менеджер туристской фирмы не представит калькуляцию на тот или иной маршрут без включения постоянных затрат. Если есть показатели предшествующего периода, объем продаж стабилен, а ассортимент небольшой, то менеджеру или в крайнем случае бухгалтеру предприятия не составит труда определить размер или норму постоянных затрат на единицу продукции. В противном случае при отсутствии элементарного планирования произвольно установленный процент постоянных затрат может не покрыть их фактического размера и приведет к существенному снижению финансового результата, а в некоторых случаях и к убыткам.

Но еще более значимым для предприятия представляется наличие целевого подхода при формировании цены. Практически

весь современный багаж в области менеджмента, маркетинга, бизнес-психологии, финансов строится на целеполагании и целедостижении, поэтому использование метода формирования цены на основе целевой прибыли является основой для эффективного управления ценовой стратегией предприятия и в совокупности с другими факторами управленческой деятельности предприятия обеспечивает достижение общих стратегических целей предприятия.

Метод балльных оценок. Конкурентная среда предприятия является составляющей внешней среды, которая включает потребителей, конкурентов, поставщиков, предприятия сбыта, а также общественную среду.

При формировании цены методом балльных оценок необходимо:

- определить перечень оцениваемых параметров, влияющих на конкурентоспособность предприятия;
- оценить весовые характеристики важности этих параметров с использованием потребительской или экспертной оценки;
- дать абсолютную оценку параметров по 10-балльной системе;
- произвести расчет оценки параметров с учетом важности факторов (параметров);
- определить суммарные показатели по каждому предприятию.

В таблице 18 предложен пример расчета суммарных показателей конкурентоспособности предприятий – средств размещения.

Таблица 18

Расчет конкурентоспособности гостиничных предприятий

Оцениваемые параметры	Весовой коэф., V	Гостиница А		Гостиница Б	
1. Место нахождения, удобство	0,35	30	10,5	20	7,0
2. Категория гостиницы	0,25	20	5	40	10,0
3. Количество дополнительных услуг	0,25	40	10	40	10
4. Размер номера	0,15	10	1,5	30	4,5
Сумма	1,00	27,0		31,5	

Цена номера гостиницы с использованием метода балльных оценок определяется следующим образом:

$$P_{\bar{o}} = \left(\frac{P_a}{(\Phi_a \cdot B_a)} \right) \cdot (\Phi_{\bar{o}} \cdot B_{\bar{o}}),$$

где $P_{\bar{o}}$ – расчетная цена на предприятии Б;

P_a – конкурентная цена на предприятии А;

Φ_a – суммарная абсолютная оценка показателей предприятия А;

B_a – вес показателей предприятия А;

$\Phi_{\bar{o}}$ – суммарная абсолютная оценка показателей предприятия Б;

$B_{\bar{o}}$ – вес показателей предприятия Б.

При условии, что цена номера в гостинице А составляет 2960 руб.

$$P_{\bar{o}} = 2960 \cdot (30 \cdot 0,35 + 20 \cdot 0,25 + 40 \cdot 0,25 + 10 \cdot 0,15) \cdot (20 \cdot 0,35 + 40 \cdot 0,25 + 40 \cdot 0,25 + 30 \cdot 0,15) = 109,6 \cdot 31,5 = 3452,4 \text{ руб.}$$

Расчет цены методом балльных оценок обеспечивает взвешенный подход в установлении цен на продукты и услуги компании в сравнении с ближайшими конкурентами.

Метод потребительской оценки. При использовании этого метода на практике могут использоваться данные опроса потребителей и результаты потребительской панели о реакции спроса на изменение цены.

В основе метода лежит закон эластичности спроса, который устанавливает зависимость цены от спроса:

$$L = \frac{Q_1 - Q_0 / Q_0}{P_1 - P_0 / P_0},$$

где L – коэффициент эластичности;

Q – объем спроса;

P – цена.

Использование закона спроса при оценке зависимости «цена–спрос» представлено в табл. 19.

Таблица 19

**Расчетные данные для выбора цены на основе
потребительской оценки**

Цена посещения (P), ед.	Количество посещений в день (Q), ед.	Объем продаж, (V)	Эластичность, (L)
800	130	104 000	–
700	160	112 000	$0,23 / 0,125 = 1,84$
600	180	108 000	$0,125 / 0,14 = 0,89$
500	200	100 000	$0,11 / 0,16 = 0,69$

Для иллюстрации выбора цены приводится кривая объема продаж в зависимости от спроса, зависящего от установленной цены (рис. 9).

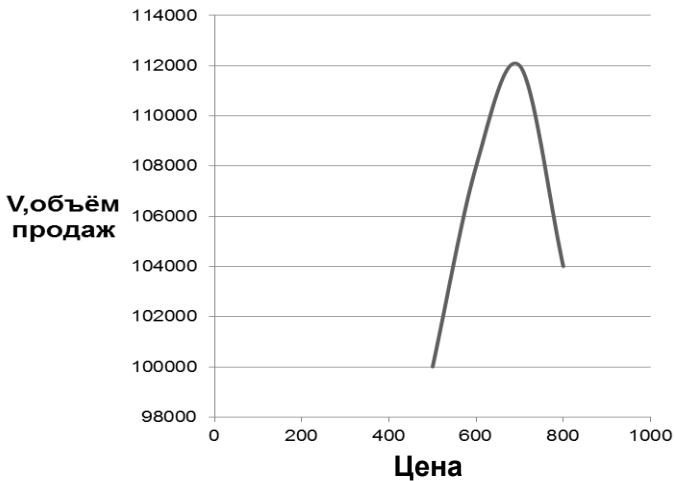


Рис. 9. Кривая объема продаж в зависимости от цены, руб.

Так, в нашем примере наиболее выгодной является цена 700 руб., поскольку при среднем спросе в 160 посещений объем продаж наиболее высокий 112 000 руб.

Ошибка отдельных исследователей заключается в том, что они при анализе эластичности спроса по цене не учитывают субъективных психологических факторов, влияющих на ответы респондентов о возможности приобретения товара при заданном уровне цен. Например, если в вопросах анкеты используется ценовая градация, ответы будут получены наверняка с наименьшими показателями цены. Возможно, при определенных условиях более точно позволяет определить размер реального спроса и реакцию потребителей на изменение цены следующий вопрос: «Какую сумму Вы можете себе позволить, отдыхая на турбазе, включая размещение, питание и др.?», в случае если будет известна фактическая частота посещения исследуемого или аналогичного объекта.

Контрольные вопросы

1. Дайте определение цены как экономической категории.
2. Перечислите и охарактеризуйте функции цены.
3. Опишите стратегические подходы в ценообразовании на предприятиях сервиса и туризма.
4. Перечислите методы ценообразования предприятий сервиса и туризма.
5. Каков механизм применения затратных методов ценообразования?
6. Опишите факторы формирования себестоимости.
7. Представьте классификацию затрат: по характеру использования, по элементам затрат, по статьям затрат.
8. Приведите пример использования метода потребительской оценки при формировании цены.
9. В чем заключаются особенности формирования себестоимости в туризме?
10. Приведите методику конкурентного анализа: удельный метод, балльный метод.

Тема 11. Экономическая эффективность и прибыль

Экономическая эффективность. Деятельность любого предприятия основывается на взаимодействии трех определяющих его факторов: персонала (рабочей силы), средств и предметов труда. Используются имеющиеся средства производства, коллектив предприятия

предоставляет туристские услуги. Это означает, что, с одной стороны, имеют место затраты живого труда, а с другой – некоторые результаты деятельности. Эффективность деятельности – это комплексное отражение конечных результатов использования средств производства и рабочей силы за определенный промежуток времени.

В общем смысле эффективность предприятия определяется как отношение результатов его деятельности к расходам, направленным на их качественное достижение (использование).

В то же время существует различие понятий «эффективность». Так, словарь экономических терминов трактует эффективность как «относительный эффект (результативность) процесса, операции, проекта, как отношение эффекта (результата) к затратам, расходам, обеспечившим его получение».

Можно выделить эффективность социальную, технико-экономическую, экономическую, эффективность производства и управления. Виды эффективности различают преимущественно на основании получаемых результатов хозяйственной деятельности предприятия.

Эффективность оценивается в абсолютных (стоимостных, натуральных) и относительных показателях (коэффициенты, проценты).

Показатели экономической эффективности:

- объем предоставленных услуг;
- величина полученной прибыли;
- рентабельность;
- экономия ресурсов;
- производительность труда и т.д.

В туризме различают следующие показатели эффективности:

- 1) объем туристского потока;
- 2) состояние и развитие материально-технической базы;
- 3) показатели финансово-экономической деятельности туристской фирмы.

Туристский поток – это постоянное прибытие туристов в страну (регион). К показателям, характеризующим объем туристского потока, относятся:

- общее количество туристов, в том числе организованных и самостоятельных;
- количество туродней (количество ночевков, койко-дней);
- средняя продолжительность (среднее время) пребывания туристов в стране, регионе.

Отдельно выделяются показатели, характеризующие состояние и развитие международного туризма.

К ним относятся:

- количество туристов, посетивших зарубежные страны (определяется по числу пересечений государственной границы);
- количество туродней по иностранным туристам;
- суммарные денежные затраты, произведенные туристами за время зарубежных поездок.

Показатели финансово-экономической деятельности туристской фирмы включают:

- 1) объем реализации туристских услуг или выручку от реализации услуг туризма;
- 2) показатели использования рабочей силы;
- 3) показатели использования производственных фондов;
- 4) себестоимость услуг туризма;
- 5) прибыль;
- 6) рентабельность;
- 7) показатели финансового состояния туристской фирмы.

В мировой практике деятельности гостиничного предприятия выделяют следующие показатели эффективности:

ADR (Average daily room rate) – средняя цена за номер/ночь. Вычисляется путем деления выручки от продажи номерного фонда на количество проданных номеров за отчетный период:

$$ADR = \frac{\text{Room Revenue}}{\text{Rooms Sold}}.$$

EBITDA (Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization) – доходы без вычета подоходного налога и амортизации.

GOPPAR (Gross operating profit per available room) – валовая операционная прибыль на один номер, определяется как валовая операционная прибыль (GOP) на один доступный номер в день, где GOP равна общей выручке, уменьшенной на прямые расходы операционных департаментов и на нераспределенные расходы.

OCCUPANCY – загрузка, занятость или заполняемость гостиницы. Вычисляется путем деления проданных номеров на все свободные номера за отчетный период:

$$\text{Occupancy} = \frac{\text{Rooms Sold}}{\text{Room Available}}.$$

RevPAR (Revenue per available room per day) – доход с одного доступного места. Этот показатель зависит от средней стоимости номеров гостиницы и их средней заполняемости (загрузки) за расчетный период.

$$RevPar = \frac{Rooms\ Revenue}{Rooms\ Available},$$

где *Rooms Revenue* – средняя выручка отеля от продажи номеров;
Rooms Available – количество номеров отеля, доступных в течение расчетного периода времени.

RevPAR может быть оценочно рассчитан как:

$$RevPar\ (оценочный) = Occ\% \cdot ADR,$$

где *Occ%* – заполняемость (загрузка) номерного фонда отеля;
ADR – средняя цена за номер.

Прибыль и рентабельность. Прибыль как экономическая категория отражает чистый доход, созданный в процессе предпринимательской деятельности. Таким образом, прибыль – результат (эффект), абсолютный показатель, выраженный в стоимостной оценке.

Функции прибыли:

- экономического эффекта;
- результативная;
- стимулирующая;
- служит источником формирования бюджетных уровней (формирование инвестиций).

Источники формирования прибыли:

1. Монопольное положение предприятия или уникальность продукта. Ограничитель – антимонопольное законодательство.

2. Маркетинг и менеджмент предприятия, связанные непосредственно с предпринимательской деятельностью фирмы на рынке.

Факторы зависимости прибыли:

- объем производства;
- размер себестоимости и цены;
- качество продукции;
- организация системы сбыта;
- политика продвижения.

3. Формирование прибыли за счет инновационной деятельности.

Прибыль формируется как разница между выручкой от реализации продукции и услуг и затратами на их производство и реализацию.

Различают прибыль: валовая маржа, балансовая прибыль, чистая прибыль.

1. Валовая маржа рассчитывается по формуле:

$$M_в = D_в - Z_{пер},$$

где $D_в$ – валовой доход (выручка от реализации);

$Z_{пер}$ – переменные затраты.

2. Балансовая прибыль:

$$П_б = D_в - Z_в,$$

где $Z_в$ – валовые затраты.

$$П_б = M_в - Z_{пост},$$

где $Z_{пост}$ – постоянные затраты.

3. Чистая прибыль:

$$П_ч = П_б - H,$$

где H – налоговые платежи.

В относительном выражении прибыль проявляется в виде рентабельности. Рентабельность – относительный показатель, отражающий уровень доходности использования материальных, трудовых, денежных и других ресурсов. Рассчитывается как отношение прибыли к затратам или использованным ресурсам. Выражается в процентах или в прибыли на единицу вложенных средств.

Термин «рентабельный» часто используют как синоним слову «доходный», «приносящий прибыль».

Порог рентабельности (точка безубыточности) – такой объем продаж, при котором предприятие покрывает все свои расходы, не получая прибыли.

Различают несколько *видов рентабельности*:

1. Рентабельность продаж:

$$P = П / В,$$

где $П$ – прибыль от реализации продукции и услуг;

$В$ – выручка, полученная в процессе реализации продукции и услуг.

2. Рентабельность затрат:

$$P = \frac{\Pi}{C},$$

где C – себестоимость реализованной продукции.

3. Рентабельность активов:

$$P = \frac{\Pi}{O_{\phi} + O_c},$$

где O_{ϕ} – среднегодовая стоимость основных фондов;

O_c – среднегодовая стоимость оборотных средств.

Соответственно можно рассчитать рентабельность основных и оборотных средств.

Динамика экономической эффективности определяется в виде:

– разницы между прибылью, полученной в отчетном периоде, и прибылью предыдущего периода (экономический эффект);

– отношения экономического эффекта, полученного в отчетном периоде к прибыли предыдущего периода, выраженного в процентах:

$$\mathcal{E}_{\text{ф(эффект)}} = \Pi_1 - \Pi_0;$$

$$\mathcal{E}_{\text{ф(эффективность)}} = \frac{\Pi_1 - \Pi_0}{\Pi_0} \cdot 100.$$

При формировании прибыли на предприятии целесообразно использовать механизм *формирования резервов*:

1) стоимостные резервы – покрывают возможные потери стоимости активов (прибыль направляется на развитие предприятия);

2) производственные резервы – обеспечивают выполнение плана по развитию предприятия и для непредвиденных обстоятельств;

3) резервы обязательств – создаются для будущей оплаты обязательств, которые не поддаются точной оценке.

В процессе формирования резервов предприятие создает фонды – сумму наличности, отложенную на специальные цели:

– фонд накопления на развитие бизнеса;

– фонд потребления на финансирование социальных нужд;

– резервный фонд на покрытие непредвиденных потерь.

Контрольные вопросы

1. В чем заключается роль себестоимости в формировании прибыли предприятия?
2. Составьте перечень видов, состава и структуры затрат туристского предприятия.
3. Приведите пример использования метода «Директ-костинг» в управлении себестоимостью и прибылью.
4. В чем заключается сущность прибыли и рентабельности на предприятии? В чем заключается принцип формирования и распределения прибыли?
5. Каковы существенные особенности учетной политики туристского предприятия?
6. Каковы существенные особенности калькуляции тура? Каков порядок планирования и анализа затрат?
7. Составьте перечень показателей отчетности при осуществлении производства и реализации туристского продукта.
8. Каково назначение комплексного экономического анализа на предприятии? Опишите порядок проведения, показатели.
9. Какова экономическая эффективность на предприятиях туризма?

Тема 12. Налогообложение на предприятиях сервиса и туризма

Налогообложение – изъятие в пользу государства заранее определенной и законодательно установленной части доходов предприятия. Объектом налогообложения является налог – обязательный взнос в бюджет или во внебюджетный фонд, осуществляемый плательщиком в соответствии с законодательными актами.

Выделяют следующие *функции налогообложения*:

- 1) распределительная – возможность направления государственной части доходов из сферы материального производства в социально-культурную сферу;
- 2) фискальная – формирование доходной части бюджетов всех уровней и внебюджетных фондов;
- 3) регулирующая – маневрируя налоговыми ставками и правилами, государство создает условия ускоренного развития отдельных отраслей экономики;

4) стимулирующая – возможность увеличения числа рабочих мест, ускорения научно-технического прогресса.

Виды налогов в зависимости от выделенных признаков:

1. *По объекту налогообложения:*

- прямые налоги – таможенные пошлины и акцизы;
- косвенные налоги – включены в цену и оплачиваются в конечном счете потребителем.

2. *В зависимости от статуса налогоплательщика:*

- налоги с предприятий;
- налоги с индивидуальных предпринимателей;
- налоги с населения.

3. *По уровню изъятия:*

- федеральные налоги – налог на добавленную стоимость (НДС), налог на прибыль организаций, акцизы, налог на доходы физических лиц (НДФЛ), единый социальный налог, сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов, водный налог, государственная пошлина, налог на добычу полезных ископаемых;

- региональные налоги – вводимые в действие законами субъектов Российской Федерации, обязательны к уплате на территории соответствующих субъектов: транспортный налог, налог на игорный бизнес, налог на имущество организаций;

- местные налоги – вводятся на территории поселений, городских округов и муниципальных районов по решению местных властей: земельный налог; налог на имущество физических лиц.

Основные понятия налогообложения:

Налоговая база – количественная величина (стоимость) объекта налогообложения.

Объекты налогообложения – прибыль, добавленная стоимость, стоимость имущества, заработная плата, выручка, стоимость земли, собственность.

Налоговая ставка – доля изъятия объекта налогообложения.

Под *системой налогообложения* понимают порядок взимания налогов. В Российской Федерации приняты следующие системы налогообложения:

- общая система налогообложения (ОСНО);
- упрощенная система налогообложения (УСНО);
- в виде налога на вмененный доход (ЕНВД).

Использование общепринятой системы налогообложения (ОСНО) предусматривает уплату индивидуальным предпринимателем или организацией следующих налогов:

- налог на добавленную стоимость;
- налог на прибыль;
- налог на доход физических лиц;
- взносы во внебюджетные фонды (социальные страховые взносы);
- налог на имущество предприятия;
- транспортный налог;
- земельный налог;
- плата за негативное воздействие на окружающую среду.

Особенности деятельности предприятия или организации предполагают уплату акцизов, налога на добычу полезных ископаемых, водного налога.

Объекты налогообложения и размеры начисления по указанным налогам приведены в табл. 20.

Добавленная стоимость – стоимость продукции и услуг, превышающая затраты, понесенные сторонними организациями.

Таблица 20

Налоги, объекты налогообложения и размеры начисления по налогам при использовании ОСНО

Наименование налога	Объект налогообложения	Размер, %
1	2	3
Налог на добавленную стоимость	Реализация товаров	18
	Реализация продукции для детей, медицинских или продовольственных продуктов	10
	Реализация экспортных товаров (в т.ч. прием иностранных туристов)	0
Налог на прибыль	Прибыль, полученная налогоплательщиком	20
Налог на имущество	Движимое и недвижимое имущество	2,2

1	2	3
Социальные страховые взносы	Медицинское страхование	5,1
	Пенсионное страхование	22
	Социальное страхование	2,9
	Страхование от несчастных случаев	0,2
Транспортный налог	Транспортные средства на балансе предприятия или организации	Ставка зависит от мощности двигателя автомобиля
Земельный налог	Земельный участок в собственности	Не более 1,5
Плата за негативное воздействие на окружающую среду	Расчет налога с учетом численности работающих, занимаемой площади и видов деятельности	Согласно нормативам службы по экологическому, технологическому и атомному надзору
Налог на доходы физических лиц	Доходы физических лиц	13

Страховые взносы (единый социальный налог) – объектом налогообложения является фонд начисленной заработной платы.

Специальные налоговые режимы. УСНО – это специальный налоговый режим, направленный на снижение налоговой нагрузки на субъекты малого и среднего бизнеса, а также облегчения и упрощения ведения налогового учёта и бухгалтерского учёта.

Использование упрощенной системы налогообложения предусматривает два вида объекта налогообложения:

- на доходы организации или индивидуального предпринимателя при налоговой ставке 6%;

- на доходы, уменьшенные на величину расходов при налоговой ставке 15%.

Законами субъектов Российской Федерации могут быть установлены дифференцированные налоговые ставки в пределах от 5 до 15% в зависимости от категорий налогоплательщиков.

При переходе на УСНО согласно ст. 346.12 НК РФ существует ряд ограничений: по виду юридического лица – это банки, страхо-

вые компании, фонды, бюджетные учреждения, нотариусы, предприятия игорного бизнеса; по численности – до 100 человек; при наличии филиалов и представительств; по уровню дохода не выше 60000 тыс. руб.; по стоимости основных фондов – до 100 млн руб.

Большое преимущество в налогообложении индивидуального предпринимателя на УСНО – процентная ставка по налогам (6% или 15% в зависимости от выбранного вида налогообложения) вместо 13% НДФЛ. Другими словами, сумма, оставшаяся после оплаты 6 (или 15%), НДФЛ в размере 13% от фактически начисленной заработной платы не облагается.

Второе преимущество для индивидуального предпринимателя на УСНО (если у предпринимателя нет сотрудников, т.е. по сравнению с тем, как если бы он работал по найму) – отчисления во внебюджетные фонды. Предположим, сотрудник работает в организации (или у предпринимателя) и получает зарплату 50 тыс. руб.

Рассмотрим налоговые платежи в бюджет.

Организация или предприниматель должны заплатить:

43 500 руб. – наемному сотруднику;

6500 руб. – налог на доходы физических лиц (НДФЛ 13%);

15 100 руб. – социальные страховые взносы – 30,2%.

Таким образом, при заработной плате 50 тыс. руб. (и получении на руки 43 500 руб.) в месяц уплачиваются налоги в размере 21 600 руб., в течение года – 259 200 руб.

Для сравнения доход индивидуального предпринимателя на УСН при принятой предпринимателем системе с налогом 6% без использования наемного труда также составил 50 тыс. руб.

Предприниматель в этом случае уплачивает:

27 руб. 95 коп. – налог УСНО, уменьшенный на 100% страховых взносов;

2706 руб. 06 коп. – взнос в Пенсионный фонд РФ ($\text{МРОТ} \cdot 26\% \cdot 2$);

265 руб. 46 коп. – взнос в Федеральный фонд обязательного медицинского страхования ($\text{МРОТ} \cdot 5,1\%$);

0 руб. – в Фонд социального страхования.

Таким образом, при доходе 50 тыс. руб. ежемесячная плата составляет 3000,01 руб., соответственно размер налоговых платежей за календарный год составит 36 000 рублей.

При условии привлечения наемного работника индивидуальному предпринимателю или организации необходимо уплатить социальные страховые взносы и НДФЛ в полном объеме, то есть в случае начисления работнику 50 тыс. руб. размер налога в течение года составит 259 200 руб. Таким образом, разница между уплатой налогов при использовании индивидуальным предпринимателем наемного труда или без его использования составляет $259\ 200 - 36\ 000 = 223\ 200$ руб. в год.

Согласно п. 3, ст. 4 Федерального закона «О бухгалтерском учете» организации, перешедшие на упрощенную систему налогообложения, освобождаются от обязанности ведения бухгалтерского учета и ведут учет доходов и расходов в порядке, установленном гл. 26.2 Налогового кодекса Российской Федерации. Учет основных средств и нематериальных активов ведется в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации о бухгалтерском учете.

ЕНВД – налоговый режим, при котором налогоплательщику устанавливается (вменяется) фиксированная базовая доходность, исходя из которой рассчитывается вмененный доход и налог с него.

Вмененный налог с дохода исчисляется как среднее прогнозируемое значение для конкретного вида деятельности (гл. 26.3 НК РФ).

Ограничения в применении ЕНВД:

- 1) среднесписочная численность работников выше 100 человек;
- 2) организации, в которых доля участия других организаций составляет более 25%;
- 3) индивидуальные предприниматели, перешедшие на упрощенную систему налогообложения на основе патента;
- 4) учреждения образования, здравоохранения и социального обеспечения в части предпринимательской деятельности по оказанию услуг общественного питания.

Предприятие общественного питания (с площадью зала до 150 м²) вправе применять УСН или ЕНВД по своему усмотрению.

Средства размещения имеют возможность применять только УСН при соответствии ограничений согласно НК РФ.

Помимо этого для предприятий туризма предоставляется целый ряд дополнительных льгот:

– НДС: 100% льгота для предприятий детского туризма, санаторно-курортных учреждений, предприятий отдыха, расположенных на территории РФ;

– налог на землю: 100%-ная льгота, если объем совокупной выручки предприятия в части предоставления туристских услуг не ниже 80%;

– увеличение норм расходов на рекламу с 2 до 5%, относимых на себестоимость. Льгота связана с увеличением себестоимости при определении налоговой базы для уплаты налога на прибыль.

Контрольные вопросы

1. В чем заключается сущность налогообложения в предпринимательстве?

2. Дайте основные определения налога, налоговой ставки, налоговой базы, объекта налогообложения.

3. Перечислите и охарактеризуйте функции налогообложения предприятий туризма.

4. Опишите современные тенденции налоговой политики государства.

5. Раскройте условия и основные налоги, используемые при упрощенной системе налогообложения.

6. Какие налоги взимаются с индивидуального предпринимателя?

7. Какие существуют ограничения при использовании единого налога на вмененный доход?

8. Представьте виды налогов и сборов, используемых при налогообложении предприятий туризма и индустрии гостеприимства.

9. От чего зависят особенности налогообложения на предприятиях туризма?

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ КУРСА

Перечень и тематика самостоятельных работ студентов по дисциплине

Текущий контроль по данной дисциплине предусматривает обязательное написание студентами очной и заочной форм обучения реферата по одной из выбранных тем:

1. Государственная поддержка малого предпринимательства в туризме.

2. Организационно-правовые формы предпринимательства.

3. Объединения и профессиональные ассоциации в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе.

4. Технология открытия туристской фирмы.

5. Классификация и типология гостиничных предприятий.

6. Сущность и классификации индустрии туризма.

7. Нормативно-правовое регулирование туристской деятельности в Российской Федерации.

8. Особенности бизнес-планирования предприятий социально-культурной сферы и туризма.

9. Ресурсное обеспечение предпринимательской деятельности в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе.

10. Управление основным капиталом на предприятиях туризма.

11. Оценка эффективности использования оборотных средств на предприятии.

12. Зарубежный опыт организации предпринимательской деятельности в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе.

13. Стратегическое планирование на предприятиях сервиса и туризма.

14. Организация системы мотивации и стимулирования труда на предприятиях туризма и гостинично-ресторанного бизнеса.

15. Политика ценообразования и расчета цены на предприятиях туризма и гостинично-ресторанного бизнеса.

16. Управление прибылью и себестоимостью на предприятиях туризма и гостинично-ресторанного бизнеса.

17. Финансовые основы предпринимательской деятельности в туризме.

18. Использование методов конкурентного анализа при формировании цен на туристские товары.

19. Экономическая эффективность в туризме: факторы формирования, методы оценки.

20. Государственная политика развития туризма на примере ведущих туристских стран.

21. Специфика налогообложения в туризме: федеральный, региональный и местный уровни формирования налогов.

22. Инновационные методы и приемы в гостиничном бизнесе (информационном маркетинге туризма, ресторанном бизнесе и т.д. по выбору).

Ситуационные задачи

Задача 1

Распределите пропорционально постоянные затраты за плановый период деятельности туроператора при условии, что:

1. Плановый годовой объем постоянных затрат составляет 1 000 000 руб.;

2. Количество видов организуемых туров – 4.

3. Тур №1: Переменные затраты 20 000 руб. Объем продаж 100 путевок

Тур №2: Переменные затраты 7000 руб. Объем продаж 40 путевок.

Тур №3: Переменные затраты 50 000 руб. Объем продаж 20 путевок.

Тур №4: Переменные затраты 30 000 руб. Объем продаж 50 путевок.

Задача 2

Определите суммы оплаты труда администратора гостиницы к начислению и к получению за март 2015 г. при условии, что им отработано 10 смен, продолжительность каждой смены 12 часов. Условия оплаты: повременно-премиальная оплата, оклад согласно штатному расписанию составляет 20 000 руб., доплата за стаж работы 15%, при оплате учитываются дальневосточный коэффициент и надбавка. Общий премиальный фонд гостиницы за месяц составляет 400 000 руб., из которого на долю администратора (личный вклад в результаты гостиницы) приходится 10%. Рассчитайте общие затраты на оплату труда администратора с учетом оплаты страховых взносов.

Задача 3

Предложите политику ценообразования для туристской фирмы, если:

- темпы развития отраслевого рынка снижаются;
- существуют определенные барьеры входа на рынок;
- тип конкуренции – несовершенная конкуренция;
- высокая эластичность спроса на туруслуги;
- доля рынка услуг фирмы 10%;
- продажи на рынке подвержены сезонным колебаниям;
- себестоимость услуг на 60% зависит от уровня цен поставщиков услуг.

Задача 4

Сформируйте план товарных запасов в ресторане, если стоимость используемого сырья в день 20 тыс. руб, частота поставки 5 дней, время нахождения товара в пути 1 день, выставочный запас в баре 40 тыс.руб. Определите объем пополнения товарных запасов, средний совокупный товарный запас. Как изменится товарный запас, если срок использования 20% сырья составит 2 дня?

Задача 5

Туристская фирма специализируется на реализации услуг въездного туризма. Предприятие находится на общей системе налогообложения.

Как изменится рентабельность продаж услуг туристской фирмы, если средняя цена за одну путевку возрастет на 10%, число

проданных путевок снизится до 200 единиц, себестоимость останется неизменной.

Исходные данные: количество реализованных путевок в предшествующем периоде 230 ед., средняя цена одной путевки 12 500 руб., полная себестоимость тура 8800 руб.

Задача 6

Руководство кафе решило провести рекламную кампанию по продвижению дополнительных услуг кейтеринга. По расчетам эта услуга позволит увеличить дополнительно продажи на 20%, но приведет к росту средних издержек на 12%. Существующий объем продаж в кафе – 3000 блюд в день. Средняя цена одного блюда – 200 руб. Средние издержки – 150 руб. Определите предполагаемые изменения выручки, издержек, валовой прибыли. Имеет ли смысл нести дополнительные расходы по рекламной кампании?

Задача 7

Объем реализации продукции и услуг закусочной в отчетном году составил 9546 тыс. руб. и снизился по сравнению с предыдущим годом на 848 тыс. руб. Рассчитайте показатели эффективности использования основных фондов, если их среднегодовая стоимость в отчетном году составила 4829 тыс. руб. и увеличилась на 155,7 тыс. руб. по сравнению с предыдущим годом, а среднесписочная численность работников составила 57 и 63 человека соответственно. Какова производительность труда на предприятии? Определите взаимосвязь фондовооруженности и производительности труда.

Задача 8

Рассчитайте показатели оборачиваемости оборотных средств гостиницы, если объем реализации продукции и услуг в отчетном году составил 77 480 тыс. руб. и увеличился по сравнению с предыдущим годом на 6230 тыс. руб., а среднегодовая стоимость оборотных средств составила 25 440 тыс. руб. и снизилась на 9000 тыс. руб. по сравнению с предыдущим годом.

Задача 9

Рассчитайте порог рентабельности и запас финансовой устойчивости туристского предприятия, если выручка от реализации туров составила 14 202 тыс. руб., полная себестоимость реализо-

ванных услуг 13 453 тыс. руб., сумма переменных затрат 4113 тыс. руб., сумма постоянных затрат 9340 тыс. руб.

Задача 10

Рассчитайте средний размер скидки номеров категории «Люкс» за март при условии, что 10 номеров/дней было продано по акции «Семейные ценности» – скидка 20%, 9 номеров/дней было продано по туристским бонусам «Voyage+» – скидка 10% и 4 номера/дня было продано по прейскурантной стоимости 6000 руб.

Задача 11

Составьте план реализации продукции предприятия питания на текущий год с разбивкой по кварталам. Исходные данные:

1) на текущий год намечен прирост объема реализации в стоимостном выражении на 15%;

2) ресторанный бизнес имеет сезонный характер. Данные по предыдущим годам представлены в таблице (тыс. руб.). Исходные данные:

Периоды	Реализация продукции общественного питания		
	1 год	2 год	3 год
Год	18 900	19 600	13 900
I квартал	2600	3200	2200
II квартал	5000	4900	3000
III квартал	4800	5600	4300
IV квартал	6500	5900	4400

Задача 12

Выручка от реализации продукции и услуг гостиничного предприятия за отчетный период снизилась с 37 399 тыс. руб. до 34 505 тыс. руб. при уменьшении количества проданных номеров/дней с 25 047 до 19 674. Среднесписочная численность персонала в гостинице за этот же период увеличилась с 69 до 72 человек. Рассчитайте комплексный показатель динамики эффективности труда на предприятии.

Задача 13

Данные спроса на услуги ресторана характеризуются следующими показателями:

Цена посещения, руб.	Количество посещений в день, ед.
800	130
700	160
600	180
500	200

Начертите кривые спроса и кривую объема продаж. Определите оптимальную цену посещения ресторана. При какой величине коэффициент ценовой эластичности спроса больше 1? Что это значит?

Задача 14

В гостинице используется метод потребительской оценки. Цены зависят от сезонности гостиничного бизнеса. В зависимости от спроса на гостиничные услуги выделяют три сезона:

- низкий (05 января – 15 апреля),
- средний (15 апреля – 15 июня; 1 ноября – 15 декабря),
- высокий (15 июня – 1 ноября; 15 декабря – 5 января).

Определите цену за номер в каждом сезоне, если цена за номер в сезон низкого спроса составляет 3000 руб. с учетом завтрака. Цена за номер при переходе от сезона к сезону увеличивается на 12%, стоимость завтрака составляет 10% от цены за номер. Стоимость завтрака в течение года не изменялась.

Задача 15

Гостиница имеет площадь 8000 кв. м, номерной фонд – 110 номеров, средняя площадь номера – 18 кв.м. Потенциальный среднегодовой доход от номера составляет 720 000 руб. Определите размер упущенной выгоды от продажи номерного фонда за год функционирования, если в международной практике проектная площадь номерного фонда такой гостиницы составляет до 80% от общей площади.

Задача 16

Текущее положение турфирмы характеризуется следующими данными: доля рынка – 12%; объем продаж (количество туристов) – 5000; объем реализации услуг (тыс. руб.) – 21 000; издержки на единицу (руб.) – 3950. Для увеличения доли фирмы на рынке до 15% необходимы дополнительные маркетинговые затраты в размере 1100 тыс. руб. Определите, имеет ли смысл осваивать маркетинговые затраты для достижения новой доли рынка.

Задача 17

Общий объем продаж в транзитной гостинице составляет 20 000 номеров в год, цена размещения – 1200 руб., средние затраты на ед. услуги размещения – 900 руб. Маркетинговый отдел гостиницы предложил в качестве дополнительной услуги организовать услуги няни. По расчетам эта услуга позволит увеличить количество размещенных лиц на 10%, но приведет к росту издержек на каждый заказ на 240 руб., цена одного часа – 300 руб., оплата услуг няни – 200 руб.

Определить предполагаемые изменения выручки, затрат, прибыли. Имеет ли смысл нести дополнительные расходы по организации услуг няни?

Задача 18

Определите оптимальный объект налогообложения для малого предприятия в сфере гостиничного бизнеса. Отель находится на упрощенной системе налогообложения. Исходные данные: выручка от реализации услуг 17 000 тыс. руб., производственная себестоимость реализованных услуг 11 200 тыс. руб., коммерческие расходы 500 тыс. руб., управленческие расходы 1300 тыс. руб.

Задача 19

Определите коэффициент загрузки гостиницы за март месяц. Исходные данные:

Категория номера	Количество номеров	Кол-во номеров выведенных из продажи (номер/ дни)	Кол-во проданных номеров (номер/ дни)
Одноместный	10	4	140
Двухместный	10	0	110
Люкс	5	2	40

Задача 20

Предприятие планирует строительство гостиницы общей площадью 1200 м². Определите проектную стоимость строительства, если известно, что на один номер приходится 30 м² общей площади при общем количестве 30 номеров. Затраты определяются из расчета 1200 тыс. руб. на единицу номерного фонда. Площадь, необходимая под организацию конференц-зала, составляет 20% от жилого фонда, затраты на строительство 7000 руб. на 1 м². Затраты на освоение остальной площади составляют 5000 руб. на 1 м².

Задача 21

Рассчитайте начисленную заработную плату горничной за март текущего года в зависимости от производительности труда. Определите форму и систему оплаты труда. Нормативная производительность труда (выработка) – уборка 12 номеров в день. Тариф за уборку одного номера 40 руб. Дальневосточная и районная надбавки составляют 50%. Премия за перевыполнение установленных нормативов – 20% за один номер. Фактически отработано 25 рабочих дней. Фактическая производительность труда ежедневно соответствовала нормативной.

Задача 22

Рассчитайте чистую прибыль малого отеля. Исходные данные: выручка от реализации услуг (без НДС) 64 000 тыс. руб., производственная себестоимость продукции 45 000 тыс. руб., коммерческие расходы 800 тыс. руб., управленческие расходы 3000 тыс. руб. Для справки: в уставном капитале гостиничного предприятия доля иностранного участника составляет 35%.

Задача 23

Рассчитайте критический объем реализации (точку безубыточности) гостиницы. Исходные данные:

Показатели	Единица измерения	Характеристика
Переменные затраты	руб.	4 560 000
Постоянные затраты	руб.	1 800 000
Цена за номер	руб.	2500
Объем реализации	номеров/дней	3000

Задача 24

Рассчитайте доходность с одного номера (Revenue per available room per day) категории «Люкс» за февраль при условии, что 5 номеров/дней было продано по акции «Подарок молодоженам» – 50% скидка, 7 номеров/дней было продано по карточкам постоянного гостя (размер скидки 20%) и 4 номера/дня было продано по прейскурантной стоимости 7000 руб. Всего в гостинице 3 номера данной категории.

Задача 25

Используя нелинейный способ амортизации (метод суммы чисел срока полезного использования), рассчитайте начисление амортизации на оборудование прачечной при гостинице за первый год использования оборудования. Стоимость оборудования составляет 1 600 000 рублей. Срок использования оборудования – 8 лет.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативные документы

Об основах туристской деятельности: федер. закон № 132-ФЗ от 4 октября 1996 года (в ред. Федеральных законов от 10.01.2003 № 15-ФЗ, от 22.08.2004 № 122-ФЗ, от 05.02.2007 № 12-ФЗ, от 30.12.2008 № 309-ФЗ, от 28.06.2009 № 123-ФЗ, от 27.12.2009 № 365-ФЗ, от 30.07.2010 № 242-ФЗ, от 01.07.2011 № 169-ФЗ) [Электронный ресурс] // СПС «Консультант плюс». URL: <http://consultant.ru>

Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 годы)» от 8 декабря 2010 г. № 1004 [Электронный ресурс] // Офиц. сайт Федер. агентства по туризму РФ. – М., 2010. URL: <http://www.russiatourizm.ru/files/section-6/section-262/pravo.nnm.ru/zakony>. URL: <http://consultant.ru>

Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: федер. закон от 6.10.2003 № 131-ФЗ (в ред. от 25.12.2008 № 281-ФЗ, 07.05.2009 №90-ФЗ, 28.1.2009 №283-ФЗ) [Электронный ресурс] // СПС «Консультант плюс». URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=94220>;

Приказ от 25 января 2011 г. № 35 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи».

Правила оказания услуг по реализации туристского продукта, утвержденные Постановлением Правительства РФ от 18.07.2007 № 452.

Правила оказания услуг общественного питания, утвержденные Постановлением Правительства Российской Федерации от 15 августа 1997 г. № 1036 (с изм. и доп.).

Правила предоставления гостиничных услуг в РФ, утвержденные Постановлением Правительства Российской Федерации от 25 апреля 1997 г. № 490 (с изм. и доп.).

ГОСТ Р 53522-2009 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения.

ГОСТ Р 53423-2009 Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения.

ГОСТ Р 53997-2010 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования.

ГОСТ Р 53998-2010 Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования.

ГОСТ Р 50644-2009 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов.

ГОСТ Р 51185-2008 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования.

ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг.

ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования.

ГОСТ Р 50762-2007 Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания.

ГОСТ Р 50764-2009 Услуги общественного питания. Общие требования.

ГОСТ Р 53995-2010 Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания.

ГОСТ Р 50763-2007 Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия.

ГОСТ Р 50647-2010 Услуги общественного питания. Термины и определения.

ГОСТ Р 50935-2007 Услуги общественного питания. Требования к персоналу.

Основная литература

Бородин, В.В. Экономика туризма: учеб. пособие [для студентов вузов] / В.В. Бородин. – М.: ФОРУМ, 2011. – 240 с.

Темный, Ю.В. Экономика туризма: учебник [для студентов вузов] / Ю.В. Темный, Л.Р. Темная. – М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2010. – 448 с.

Черевичко, Т.В. Экономика туризма: учеб. пособие [для студентов вузов] / Т.В. Черевичко. – М.: Дашков и К*, 2010. – 264 с.

Дополнительная литература

Баранова, А.Ю. Организация предпринимательской деятельности в туризме: учеб. пособие [для студентов вузов] / А.Ю. Баранова. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 180 с.

Зайцева, Н.А. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе: учеб. пособие [для студентов вузов] / Н.А. Зайцева, А.А. Ларионова. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. – 320 с.

Замедлина, Е.А. Экономика отрасли: туризм: учеб. пособие [для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования] / Е.А. Замедлина, О.Н. Козырева. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2010. – 204 с.

Караванова, Б.П. Бухгалтерский учет на предприятиях туристской индустрии: учеб. пособие [для студентов вузов] / Б.П. Караванова, А.В. Пушинин. – М.: Академия, 2011. – 224 с.

Правовые основы социально-культурного сервиса и туризма: сб. нормативно-правовых актов / сост. Г.М. Дехтярь. – М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2011. – 416 с.

Скобкин, С.С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма: учеб. пособие [для студентов вузов] / С.С. Скобкин. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. – 431 с.

Стригунова, Д.П. Правовые основы гостиничного и туристского бизнеса: учеб. пособие [для студентов вузов] / Д.П. Стригунова. – М.: КНОРУС, 2012. – 200 с.

Экономика и организация туризма: международный туризм: учеб. пособие [для студентов вузов] / под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Д. Драчевой; Моск. акад. турист. и гостин.-ресторан. бизнеса. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: КНОРУС, 2010. – 568 с.

Периодические издания

Журналы

Туристские фирмы

Туризм: практика, проблемы, перспективы

Туризм: право и экономика

Турбизнес

Туристический олимп

Отдых в России
Вояж и отдых
Газеты
Туринфо
Туристская деловая газета

Полнотекстовые базы данных

Электронная библиотека Издательского дома Гребенникон.
Университетская информационная система Россия (УИС
РОССИЯ).

Полпред. Экономика и право 230 стран. Связи с Россией.
Информационно-аналитическое агентство «Интегрум».
Информационно-издательский центр «Статистика России».
Электронно-библиотечная система «Рукон».

Интернет-ресурсы

Всемирная туристская организация (UNWTO) –
www.unwto.org.

Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) –
www.wttc.org.

Федеральное агентство по туризму Российской Федерации –
www.russiatourism.ru.

Ежедневная электронная газета “RATA news”, выпускаемая
Российским союзом туриндустрии – www.ratanews.ru.

СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

Ассоциированная компания (Associate company) – это юридически и финансово независимые компании, добровольно объединившиеся в ассоциацию для координации своей предпринимательской деятельности и защиты своих интересов.

Аутсорсинг (Outsourcing) – передача сторонней организации тех или иных функций бизнеса. Различают *производственный аутсорсинг*, когда независимой фирме передаются те или иные задачи, связанные с производством продукции (аутсорсинг заготовок и комплектующих и аутсорсинг функций и операций по обеспечению производства продукции), и *аутсорсинг управленческий*, когда независимым организациям передаются те или иные управленческие функции, чаще маркетинговые, сбытовые и т.д.

Акционерное общество (АО, корпорация (Company limited by shares; Corporation; Joint stock company; Public company)) – организационно-правовая форма существования и функционирования предприятий, формирующих свой капитал посредством выпуска и продажи акций. Акционерное общество создается на основе добровольного соглашения юридических и физических лиц. Акционерное общество имеет своей целью совместную хозяйственную деятельность, направленную на получение прибыли в интересах акционеров. Венчур (Venture) – это форма финансирования небольших рискованных предприятий крупными фирмами. Венчурный капитал небольших рискованных предприятий создается за счет продажи пакетов акций крупным инвесторам, которые заинтересованы либо в получении доступа к новым технологиям, либо рассчитывают на резкий рост стоимости акций в случае удачной реализации проекта. Венчурное финансирование позволяет малым фирмам быстро собрать стартовый капитал, а крупным – получить в будущем большие выгоды при минимальных рисках сегодня.

Внутрифирменное планирование (Management planning) – создание системы долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных оперативных планов, определяющих: стратегию и практику деятельности фирмы; прогноз развития внешнего окружения; цели функционирования; другие системообразующие факторы.

Воспрепятствование законной предпринимательской деятельности – в уголовном праве РФ экономическое преступление; незаконное вмешательство в деятельность индивидуального предпринимателя или коммерческой организации; неправомерный отказ

в регистрации; неправомерный отказ в выдаче лицензии; ограничение прав и законных интересов в зависимости от организационно-правовой формы или формы собственности; ограничение самостоятельности; иное незаконное вмешательство.

Денежное обязательство (Monetary obligation) – обязанность должника уплатить кредитору определенную денежную сумму по гражданско-правовому договору, а также по иным основаниям, предусмотренным ГК РФ (вследствие причинения вреда, неосновательного обогащения и т.д.).

Договор контрактации (Contracting agreement) – соглашение сторон, по которому производитель сельскохозяйственной продукции, являющийся субъектом предпринимательства, обязуется передать выращенную (произведенную) им сельскохозяйственную продукцию заготовителю – лицу, осуществляющему закупки такой продукции для переработки или продажи.

Диверсификация (Diversification) – уменьшение степени предпринимательского риска путем ликвидации зависимости от единственного вида продукции или единственного рынка.

Жизненный цикл товара (Product life cycle) – четыре этапа развития продукта: внедрение, рост, зрелость и спад.

Инжиниринг (Engineering) – интеллектуальная деятельность, представляющая собой совокупность инженерно-консультационных услуг, связанная с процессами создания и обслуживания промышленных проектов, включая разработку технологии, комплекс инженерно-технических работ, а также услуг по строительству и содержанию объектов, доработке, сборке, пуску, гарантийному обслуживанию.

Инвестиционный налоговый кредит (Investment tax credit) – отсрочка уплаты налога на прибыль, а также региональных и местных налогов на срок от года до 5 лет с последующей поэтапной уплатой суммы кредита и начисленных процентов, предоставляемая организациям, осуществляющим, в частности, инвестиционную, инновационную, внедренческую деятельность.

Клон-мейкерство (Clone-sale) – продажа мелким фирмам права продавать продукцию фирмы с условием ее доработки и приспособления к потребностям локального рынка.

Лжепредпринимательство – в уголовном праве РФ преступление в сфере экономики, объективную сторону которого составляет создание коммерческой организации без намерения осуществить предпринимательскую деятельность. Обычно лжепредприниматель-

ство имеет целью: получение кредитов; освобождение от налогов; извлечение иной финансовой или имущественной выгоды; прикрытие запрещенной деятельности.

Лендинг-бизнес (Lending business) – авансирование, кредитование, предоставление займов и другие бизнес-операции, результаты которых изменяют активы предприятия и отражаются в его финансовых отчетах.

Незаконное предпринимательство – в уголовном праве РФ преступление в сфере экономики, объективную сторону которого составляет предпринимательская деятельность без регистрации либо без специального разрешения (лицензии) в случаях, когда такое разрешение обязательно, или с нарушением условий лицензирования, если это деяние причинило крупный ущерб гражданам, организациям или государству либо сопряжено с извлечением дохода в крупном размере.

Прайм-рейт (Prime-Reith) – процентная ставка по кредитам банков первоклассным клиентам.

Предпринимательская инициатива (Business initiative) – форма управления производством и сбытом товаров на основе внедрения новых идей, сохраняющих или повышающих конкурентоспособность товаров или услуг.

Право оперативного управления (The right of operative management) – принадлежащее казенным предприятиям и учреждениям право владения, пользования и распоряжения закрепленным за ними имуществом, ограниченное законом, заданиями собственника, назначением имущества и целями их деятельности.

Приватизационный чек (Privatization voucher) – государственная ценная бумага целевого назначения на предъявителя, используемая как платежное средство для приобретения объектов приватизации.

Производительность труда (Productivity of labour; Labour productivity; Efficiency of labour; Operational efficiency) – показатель эффективности использования ресурсов труда (трудового фактора). Производительность труда измеряется либо количеством продукции в натуральном или денежном выражении, произведенным одним работником за определенное, фиксированное время (час, день, месяц, год), либо количеством времени, затраченным на производство единицы товарной продукции.

Процедурный или рациональный бизнес (Procedural or rational business) – это бизнес, в основе которого лежат формальные

правила и процедуры, применимые в стандартных ситуациях. Реинвестирование – осуществление вложений в объекты предпринимательской деятельности за счет прибыли, полученной от ранее осуществленных инвестиций.

Рыночная стоимость компании (Market value of firm) – рыночная стоимость собственного капитала и обязательств компании.

Унитарное предприятие (Unitary enterprise) – организационно-правовая форма коммерческой организации, не наделенной правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество. Имущество такого предприятия неделимо и не может быть распределено по вкладам, долям и паям. В форме унитарных могут быть созданы только государственные и муниципальные предприятия. Управляющим является назначаемый собственником руководитель. Имущество находится в государственной и муниципальной собственности и принадлежит такому предприятию на праве хозяйственного ведения или хозяйственного управления.

Фонд материального поощрения (Bonus fund, Material stimulation fund) – фонд, создаваемый на предприятии за счет прибыли и предназначенный для усиления материальной заинтересованности работников.

Франчайзинг (Franchising) – контрактное соглашение между компанией и человеком или фирмой, которое позволяет получателю франшизы заниматься определенным видом бизнеса под известным именем и использовать на платной основе технологию этой фирмы. Объектом франшизы могут выступать: фирменное название, коммерческое обозначение лицензиара, коммерческая информация, товарный знак, знак обслуживания и т.д. *Франчайзинг* обеспечивает малым фирмам выход на рынок под известной маркой, зарекомендовавшей себя на рынке.

Хеджирование – возможность максимально обезопасить себя от потерь, связанных с колебаниями валютного курса

Хозяйственное объединение (Economic union) – добровольное объединение предприятий в целях совместной хозяйственной деятельности, координации действий, обеспечения защиты своих прав, представления общих интересов в других организациях и учреждениях.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

БИЗНЕС-ИДЕЯ **организации ресторана в г. Владивостоке**

Цель проекта

Предоставление жителям и гостям города услуг питания высокого класса преимущественно национальной греческой кухни и насыщение рынка качественными и относительно недорогими услугами общественного питания, развлечения и досуга на условиях прибыльности и эффективности.

Описание выбора продуктовой концепции

На предприятиях общественного питания основой выбора продукта является тип кухни. Предлагается греческая кухня потому что:

- а) она олицетворяется с экзотической кухней;
- б) подобная кухня отсутствует на рынке (имеются русская, китайская, корейская, японская, французская, вьетнамская, американская, итальянская);
- в) интересно совместить античный архитектурный стиль с типом кухни;
- г) предположительно, что это кухня вкусная;
- д) возможность организации шоу-программ с использованием национальных греческих мотивов.

Потребительская стратегия

Потребительский рынок г. Владивостока характеризуется разнообразием мотивов потребления услуг общественного питания, а также тенденцией высокого спроса на относительно недорогие и

качественные новые услуги (новые рестораны, кафе). Поэтому выбранная стратегия ориентирована именно на этот сегмент рынка (активные потребители – так называемые «романтики» со средним уровнем достатка).

Организация предприятия

Форма организации предприятия малого бизнеса – ИЧП или ООО. Правительством уже в 2002 году предполагаются значительные льготы, снижение налоговой базы и налоговых платежей, упрощенная форма бухгалтерского учета, что позволяет оперативно реагировать на изменения внутренней и внешней среды.

Предполагаемые места расположения ресторана:

а) центр города

Проблемы: дефицит мест для новой застройки; ограничения при получении разрешения Главархитектуры на реставрационные работы в домах центральной застройки города;

б) проспект красоты;

в) вблизи морской акватории с террасой к морю.

Для организации производства требуются капитальные затраты:

а) приобретение в собственность помещения или строительство здания ресторана;

б) в случае покупки помещения реставрационные и отделочные работы с учетом архитектурного стиля ресторана;

в) приобретение технологического оборудования (газовые печи, холодильные камеры, разделочные столы и инструменты, моечное оборудование, кофе-автомат, микроволновая печь, кухонный инвентарь, посуда и т.д.);

г) мебель для зала;

д) кондиционеры.

Потребность в персонале

1. Шеф-повар со знанием технологии приготовления греческой кухни.

2. Для высшего руководства (топ-менеджмента) знание особенностей организации греческого ресторана: национальный колорит, стиль, особенности культуры, быта. Для этого потребуется прохождение стажировки в Греции.

3. Обучение обслуживающего персонала.
4. Примерная общая численность персонала – 30 человек при трехсменной работе.
5. Привлечение шоу-коллективов для организации танцевально-музыкальных программ.

Финансирование проекта

В бизнес-плане будет рассмотрена возможность привлечения средств на условиях банковского кредита под 30% годовых.

1. Капитальные затраты.
2. Организационные затраты на подготовку к производству и открытие ресторана:
 - а) маркетинговые затраты;
 - б) первоначальный закуп продуктов;
 - в) оплата труда персонала на стадии подготовки.

Приложение 2

Анкета для составления описания должности (анализа рабочего места) менеджера по приему иностранных туристов

№ п/п	Название должности	Менеджер по приему
1	Непосредственный руководитель	Директор
2	Непосредственные подчиненные, их обязанности	
3	Основная цель работы	
4	Основные задачи и обязанности	
5	Как происходит оценка работника	
6	Как работа согласуется с деятельностью предприятия	
7	Откуда поступает работа	
8	Куда направляется сделанная работа	
9	Как часто и в каком объеме поступает работа	
10	Ведение документов и записей (какие, как часто)	
11	Какие технические средства использует менеджер	
12	Какие расчеты необходимо производить	
13	В какой степени работа требует контактов: – со служащими других отделов; – с представителями других организаций; – с частными лицами	
14	Рабочие условия, командировки	
15	Какая требуется квалификация и опыт для выполнения работы	
16	Какие специальные навыки и подготовка необходимы для выполнения работы	
17	Сколько требуется человеку со средними способностями для того, чтобы научиться выполнять данную работу	
18	Условия найма и труда, вид контракта (сроки, вознаграждение, условия увольнения)	

Приложение 3

Пошаговая инструкция выполняемых работ

Лист работ

Должность: Администратор службы бронирования

Структурное подразделение: Служба приема и размещения

Список обязанностей, выполняемых администратором службы бронирования во время рабочей смены:

1. Прием смены
2. Работа с телефонными звонками
3. Прием заявок по бронированию
4. Подтверждение заявок
5. Изменение дат по заявкам
6. Аннулирование заявок
7. Расстановка номеров на бронь
8. Обработка заявок
9. Занесение заявок в папку «Регистрация заявок»
10. Виды оплаты
11. Работа со счет-фактурами
12. Заявки на аренду залов
13. Прием электронной почты
14. Работа с договорами
15. Технология приема заявки по телефону
16. Заккрытие смены

Шаги	Порядок выполнения работ
1	2
1. Прием смены	Рабочая смена администратора службы бронирования начинается в 8-00, прием смены заключается в ознакомлении «Журнала передачи смены». Администратор проверяет наличие мест по заявкам на текущий день (если есть заявки организаций по безналичному расчету, администратор должен проверить наличие платежного документа, если его нет, тогда необходимо позвонить в организацию с просьбой выслать ее по факсу). Просматривает изменения в графиках заездов, знакомится с состоянием номерного фонда (наличие свободных номеров и их категория). Проверяет состояние рабочего места

1	2
2. Работа с телефонными звонками	На протяжении рабочей смены администратор отвечает на телефонные звонки, предоставляет информацию об условиях бронирования, расценках на проживание, принимает заявки на бронирование, изменяет даты и условия бронирования, а также отвечает на другие звонки, касающиеся аспектов деятельности службы бронирования и всей деятельности гостиницы
3. Прием заявок по бронированию	<p>Прием заявок осуществляется по телефону, факсу, по почте (письмо или телеграмма), с помощью компьютерных систем, а также по электронной почте бизнес-центра (при получении электронных писем с заявками на бронирование работник бизнес-центра передает администратору службы бронирования, администратор должен ответить на заявку). Каждая заявка должна содержать следующую информацию:</p> <ul style="list-style-type: none"> – дата и время заезда; – примерная дата и время отъезда; – количество гостей; – категория номера; – услуги в номере; – услуги питания (завтрак); – цена (при указании цены следует точно определить, за что платит гость: за все время проживания, за один день, за каждого проживающего; только за размещение; за размещение и завтрак и т.д.); – фамилия и инициалы того, кто будет оплачивать счет (или название фирмы); – вид оплаты (наличный, безналичный); – особые пожелания. <p>Администратор, бронируя номер, может поставить номер либо на жесткую бронь (т.е. конкретный номер), либо на мягкую бронь (т.е. в заявке указывается категория номера). При мягком бронировании портье в день заезда расставляет все номера на жесткую бронь</p>
4. Подтверждение заявок	После соответствующей обработки заявки (занесение в компьютер, в журнал «Регистрация заявок») администратор службы бронирования направляет подтверждение по заявке либо отказ. Если организация просит подтверждение брони, то администратор службы бронирования отправляет организации заполненный бланк подтверждения по факсу. Бланк подтверждения содержит следующую информацию: номер подтверждения, дата предполагаемого прибытия и выбытия, категория номера, стоимость проживания, количество гостей и другие специально оговариваемые требования

1	2
5. Изменение дат по заявкам	В течение рабочей смены администратор службы бронирования принимает заявки по изменению дат по бронированию (по телефону, факсу, электронной почте и т.д.), если гость желает изменить дату заезда, то при наличии свободных мест администратор меняет дату заезда, при этом снимая предыдущую бронь, делая соответствующие отметки в компьютере и журнале «Регистрация брони»
6. Аннулирование заявок	Заявки аннулируются в случаях, если: в заявленный час либо до 20:00 номер не был востребован; организация либо гость сообщили о снятии брони за 24 часа до заезда (по телефону, факсу, электронной почте, лично). В этих случаях администратор службы бронирования, делая соответствующую отметку в компьютере, снимает бронь и сообщает администратору службы приема и размещения о снятии брони. Если заявка на бронь (организации, с которой у гостиницы заключен договор) не была снята за сутки до предполагаемого заезда, гостиница выставляет штраф за незаезд в размере стоимости одних суток проживания в номере заказанной категории
7. Расстановка номеров на бронь	Администратор службы бронирования, принимая заявки по бронированию (по заявкам организаций, либо частных лиц) сообщает портье информацию по забронированным номерам, портье отмечает в компьютере бронь номера, если до 20:00 номер не востребован, бронь снимается
8. Обработка заявок	Обработка заявок заключается в занесении данных в компьютер, в журнал «Регистрация заявок», а также в информировании портье о забронированных номерах. Из данных заявок в компьютер заносится следующая информация: 1. Полное название организации 2. Реквизиты организации (при безналичном расчете все реквизиты, при наличном расчете достаточно ИНН и КПП) 3. Договор 4. Прейскурант 5. Варьируется выставление брони 6. Указывается тип оплаты 7. Индекс поселения 8. Основные данные по заявке (количество человек, дата заезда/выезда, категория номера) Заявка должна быть занесена в компьютер корректно и дублироваться в журнал «Регистрация заявок»

1	2
9. Занесение заявок в папку «Регистрация заявок»	Папка «Регистрация заявок» содержит информацию по заявкам на бронирование, они составляются ежемесячно. В них администратор службы бронирования заносит данные графиков заезда на каждый день (неделю, месяц, квартал, год), данные дублируются с компьютера. Они необходимы в случае возможных сбоев в работе компьютера и для удобства работы администратора (просмотра графика заявок и быстрой ориентировки в наличии количества заявок)
10. Виды оплаты	<p>Виды оплаты: наличный, безналичный (для организаций), с использованием кредитной карточки. Вид оплаты администратор должна указать в заявке на бронирование.</p> <p>При безналичной оплате организаций администратор по факсу отправляет фирменный бланк заявки гостиницы, в котором организация указывает данные по бронированию, полное юридическое название, реквизиты, печать организации. При безналичном расчете обязательно наличие заявки с оригинальной печатью организации.</p> <p>До или при поселении гостя необходимо наличие платежного документа, подтверждающего факт оплаты за проживание, поэтому администратор должен следить за своевременной оплатой организаций.</p> <p>Оплата по забронированным номерам при наличной форме расчета осуществляется гостем при заезде администратору службы приема размещения, либо портье и включает стоимость брони (25% от стоимости номера за 1-е сутки проживания)</p>
11. Работа со счет-фактурами	При наличном расчете гостю выдается счет-фактура. Администратор проверяет соответствие указанной в заявке организации с той, на которую гость просит выписать счет-фактуру. Если организации совпадают, то счет-фактура выписывается в двух экземплярах. Если организации не совпадают, администратору необходимо завести новую заявку на ту организацию, в которую требуется счет-фактура. Поменять заявку необходимо через функцию «перерасчет», а затем выписать счет-фактуру в двух экземплярах. В обоих случаях один экземпляр выдается гостю, другой подшивается, и в конце месяца администратор службы бронирования сдает все выданные за месяц экземпляры счетов-фактур в бухгалтерию

1	2
12. Заявки на аренду зала	Администратор службы бронирования предоставляет информацию по расценкам аренды зала и принимает заявки на аренду зала, для этого в компьютере делает соответствующую отметку, которая содержит дату проведения мероприятия (совещание, деловая встреча, конференция и т.п.), время и количество участников. После принятия заявки администратор службы бронирования сообщает на этаж день проведения мероприятия
13. Прием электронной почты	В обязанности администратора службы бронирования входит прием и обработка электронной почты, поступающей в бизнес-центр гостиницы. При этом администратор обрабатывает электронную почту не только по заявкам на бронирование, но и по общим вопросам, касающимся основных и дополнительных услуг гостиницы. Администратор своевременно отвечает на письма, полученные по электронной почте
14. Работа с договорами	Ежегодно гостиница заключает договоры с туристскими и сторонними организациями. Администратор службы бронирования получает бланки типовых договоров в начале года, заявки и прейскуранты на текущий год. Эти документы администратор рассылает фирмам для заключения договора. Затем собирает заполненные договоры и предоставляет их руководству на подпись и внесение в базу данных
15. Технология приема заявки по телефону	<p>Прием заявки осуществляется администратором службы бронирования в следующей последовательности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – «Здравствуйте, гостиница «Приморье», служба бронирования. (ИМЯ)» – Ответ – «Когда Вы планируете приехать в гостиницу?» – Ответ – «Сколько человек заезжает?» – Ответ – «Когда планируется выезд?» – Ответ – «На этот период могу предложить Вам (называется категория номера/номеров), проживание обойдется Вам в сумму ..., включая бронь 25% от стоимости номера за 1-е сутки и НДС, Вас устраивает?» <p>Если устраивает:</p> <p>«Хорошо, я забронирую Вам данные номера». Назовите, пожалуйста, организацию, от которой будет заведена заявка, фамилию заезжающего (или заезжающих), мы можем предложить услугу завтрака, это будет стоить ... ежедневно на каждого гостя. Вам забронировать?»</p>

1	2
	<p>– Ответ – «По какой форме расчета будет производиться оплата, наличной или безналичной?» – Ответ – «Вам забронирован (называется количество номеров, называется стоимость, период, на который забронирован номер/номера, фамилии, ожидаемых гостей, форму оплаты (наличная либо безналичная)). Если устраивает по безналичному расчету: – «Через несколько минут я вышлю Вам предварительный счет по факсу, подтверждение о бронировании и форму нашей заявки. При получении оригинала заявки и платежного поручения от Вас бронирование в гостинице будет считаться гарантированным». – Ответ – «Спасибо за то, что выбрали нас, ждем Ваших гостей. Всего доброго!» Если устраивает по наличному расчету, администратор спрашивает о дополнительных пожеланиях и прощается по форме, указанной выше. Если не устраивает стоимость, администратор должна предложить другие варианты по той же схеме. Если гостя не устраивают предложенные варианты: – «Извините, на данный период таких номеров нет, всего доброго!»</p>
16. Закрытие смены	<p>Администратор службы бронирования в конце рабочей смены должен рассортировать заявки за смену по наличному и безналичному расчету в соответствующие папки. Подвести итог в изменениях по заявкам на бронирование в журнале «Регистрация заявок» на предстоящий день (неделю, месяц, квартал, год). В тетрадь «Передача смены» вписать все изменения и нюансы отработанной рабочей смены. Рабочая смена администратора службы бронирования заканчивается в 20:00</p>

**Кейс.
Использование метода «Директ-костинг»
в туристском предприятии**

Допустим, что определены объем постоянных издержек и количество загружаемых туродней на планируемый период (год, квартал, месяц) исходя из предварительно рассчитанного объема продаж на основе анализа фактического и потенциального спроса, которые условно равны 3079,8 тыс.руб. и 31 230 туродней соответственно. Тогда

$$FC_k = 3079853 / 31230 = 98,62 \text{ руб.}$$

Далее необходимо определить размер постоянных издержек, приходящихся на одну путевку (комплексную услуг) в разрезе планируемого ассортимента. Их состав может выглядеть следующим образом (табл. 4.1).

Таблица 4.1

Распределение накладных расходов по видам деятельности

Виды деятельности	Длительность пребывания	Размер накладных расходов на весь период, руб.
Летние детские путёвки	14	1380,68
Летние взрослые путёвки	10	986,20
Зимние детские путёвки	7	690,34
Обслуживание выходного дня	2	197,24
Прием иностранных туристов	5	493,10

Далее необходимо произвести расчет переменных затрат при помощи составления калькуляции. В нашем случае получены следующие результаты расчетов переменных затрат представленного выше ассортиментного набора:

- летние детские путевки 1892 руб.
- летние взрослые путевки 1150 руб.
- зимние детские путевки 972 руб.
- маршруты выходного дня 327 руб.
- прием иностранных туристов 2910 руб.

Поскольку рассматриваемое нами модельное предприятие предоставляет 5 типов комплексного турпродукта, найдем пропорциональные части каждого вида издержек исходя из объема продаж и рассчитаем полную себестоимость услуг (табл. 4.2).

Таблица 4.2

Общие затраты по видам деятельности

Вид услуги	Постоянные издержки (FC1), руб.	Переменные издержки (VC), руб.	Всего затраты на одну путевку, руб.	Всего затраты с учетом НДС
Летние детские путевки	1380,68	1892,0	3272,68	3927,22
Летние взрослые путевки	986,20	1150,0	2136,2	2563,44
Зимние детские путевки	690,34	972,0	1662,34	1994,81
Обслуживание выходного дня	197,24	327,0	524,24	653,09
Прием иностранных туристов	493,10	2910,0	3403,1	4083,72

Предположим, что валовая прибыль предприятия в отчетном периоде составила 613,6 тыс. руб. При планировании роста прибыли за счет увеличения объема продаж (максимизации сбыта) методом прямого подсчета возможно увеличить прибыль на 12%, или 73,64 тыс. руб. Таким образом, валовая прибыль в плановом периоде составит 687,24 тыс. руб.

Отнесение целевой прибыли на единицу услуги (путевку) осуществляется аналогично определению постоянных издержек на единицу услуги, то есть пропорционально количеству туродней обслуживания. Целевая планируемая прибыль, приходящаяся на один туродень, составит в плановом периоде 22,01 руб. Распределение целевой прибыли по путевкам и видам обслуживания можно осуществить также при помощи использования относительного понятия прибыли – рентабельности, которая по расчетам составляет 26%. Второй метод будет более справедливым, поскольку кроме

количества дней обслуживания при его использовании учитывается и дифференцированный характер переменных издержек.

Таким образом, расчет цены на основные услуги целевым методом в предлагаемом примере будет выглядеть следующим образом.

Важным фактором оптимального ценообразования является использование сравнительного анализа установленной методом «Директ-костинг» цены с ценами конкурентов и покупательскими возможностями потребителя (табл. 4.3).

Таблица 4.3

Определение цены по видам деятельности

№	Вид услуги	Всего затраты, руб.	Прибыль, приходящаяся на одну путевку, руб.	Итого цена путевки, руб.
1	Летние детские путевки	3927,22	1021,08	4949,0
2	Летние взрослые путевки	2563,44	666,5	3229,94
3	Зимние детские путевки	1994,81	518,65	2513,46
4	Обслуживание выходного дня	653,09	169,81	822,9
5	Прием иностранных туристов	4083,72	1061,77	5145,49

Если компания имеет сведения о ценах конкурентов и придерживается установленной ценовой политики, то окончательные цены на ее услуги определяются на основе данного анализа:

Вид услуги	Цена путевки по методу надбавок, руб.	Рыночная цена аналогичной услуги, руб.	Цель и стратегия ценообразования	Итоговая цена, руб.
1	2	3	4	5
Летние детские путевки	4949,0	5100,0	Учет положения – стратегия соответствия	4949,0

1	2	3	4	5
Летние взрослые путевки	3229,94	3300,0	Учет положения – стратегия атаки	3229,0
Зимние детские путевки	2513,46	2800,0	Максимизация сбыта – стратегия атаки	2450,0
Маршрут выходного дня	822,9	900,0	Максимизация сбыта – стратегия атаки (низких цен)	820,0
Прием иностранных туристов	5145,49	5200,0	Максимизация прибыли – стратегия престижных цен	5400,0

При установленных окончательных ценах предприятия планируемая прибыль составит 701,49 тыс. руб., что на 14,25 тыс. руб. больше. Таким образом, можно смело утверждать, что окончательная планируемая прибыль соответствует целям ценообразования.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Тема 1. Общие понятия и определения экономики и предпринимательства.....	5
Тема 2. Государственное регулирование сферы сервиса и туризма	11
Тема 3. Финансы и финансовая система	20
Тема 4. Предпринимательство как вид профессиональной деятельности	28
Тема 5. Ресурсное обеспечение предприятий туризма. Основные фонды	39
Тема 6. Оборотные средства предприятия	48
Тема 7. Сущность и содержание организации производственных процессов в сервисе и туризме	55
Тема 8. Нормирование в сервисе и туризме.....	62
Тема 9. Управление трудовыми ресурсами предприятия	72
Тема 10. Сущность и функции цены.....	86
Тема 11. Экономическая эффективность и прибыль	98
Тема 12. Налогообложение на предприятиях сервиса и туризма	104
МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ КУРСА.....	111
Перечень и тематика самостоятельных работ студентов по дисциплине.....	111
Ситуационные задачи.....	112
СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	120

СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ТЕРМИНОВ	124
ПРИЛОЖЕНИЯ	128
Приложение 1. Бизнес-идея организации ресторана в г. Владивостоке.....	128
Приложение 2. Анкета для составления описания должности (анализа рабочего места) менеджера по приему иностранных туристов	131
Приложение 3. Пошаговая инструкция выполняемых работ	132
Приложение 4. Кейс. Использование метода «Директ- костинг» в туристском предприятии	138

Учебное издание

Гомилевская Галина Александровна

**ЭКОНОМИКА
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
В СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ**

Учебное пособие

Редактор М.А. Шкарубо
Компьютерная верстка М.А. Портновой

Подписано в печать 28.12.2016. Формат 60×84/16.
Бумага типографская. Печать офсетная. Усл. печ. л. 7,0.
Уч.-изд. л. 7,5. Тираж 200 экз. Заказ

Издательство Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса

690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41

Отпечатано во множительном участке ВГУЭС

690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41