

# ТЕМА 8. ТУРИСТСКОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ, ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА И ПРОЕКТИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Вопрос 8.1: Туристское предприятие как объект проектирования. Типы, виды, форматы предприятий туризма и рекреации

Вопрос 8.2: Особенности анализа и оценки деятельности туристского предприятия

Вопрос 8.3: Методические подходы к изучению конкурентов и клиентов предприятий туризма и рекреации

**Предприятие** — это самостоятельный хозяйствующий субъект, обладающий правом юридического лица, созданный в порядке, установленном законом, для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей.

**Туристское предприятие** — это самостоятельный хозяйствующий субъект, главной задачей которого является хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли и удовлетворение потребностей населения в отдыхе и организованных путешествиях.

## Классификация предприятий индустрии туризма по основным признакам:

- по отраслевому признаку и виду хозяйственной деятельности — предприятия по производству услуг (сфера услуг — нематериальная) и собственно туризм;
- **форме собственности:** государственные (15%), муниципальные (10%), частные и смешанные (75 %);
- **мощности** (производственному потенциалу) — крупные (40%), средние и малые;

- **основному производственному фактору** — капиталоемкие, трудоемкие, материалоемкие;
- **принадлежности капитала:** национальные (60%), иностранные и смешанные (40%);
- **организационно-правовой форме:**
  - хозяйственные общества и товарищества (турфирмы и малые гостиницы), АО (крупные предприятия), унитарные предприятия (гостиницы);
- **уровню интеграции бизнеса** — независимые, сетевые, смешанные.

Процесс проектирования предприятий туризма (системный подход) охватывает выявление элементов как внешней, так и внутренней среды, их анализ и прогноз будущего состояния и развития.

### Внешняя среда

Индустрия туризма представляет собой самостоятельный комплекс предприятий, организаций и учреждений, занимающихся предоставлением различного рода услуг: проживания, питания, досуга, экскурсионного и транспортного обслуживания.



# Структура инд. туризма и гостеприимства

*Собственно гостеприимство* включает в себя следующие секторы:

- средств размещения;
- транспорта;
- питания и напитков;
- досуга и спорта;
- торгового обслуживания.

*Собственно туризм* объединяет:

- туроператоров;
- турагентов;
- туристские союзы и ассоциации;
- фирмы и организации, проводящие выставки, конференции, семинары.

## Управление в туризме осуществляется на следующих уровнях:

- национальный уровень — НТА (Ростуризм);
- региональный уровень — РТА (отделы, управления, службы при региональных и городских администрациях);
- локальный уровень — предприятия, организации;
- корпоративный уровень — ассоциации, союзы, объединения.

## При проектировании туристского предприятия учитывают следующие составляющие:

- численность персонала;
- характер и направления деятельности;
- экономический потенциал;
- производственные мощности;
- основные организационно-экономические и финансовые показатели;
- стратегия и тактика деятельности предприятия;
- организационная структура управления;
- уровень менеджмента;
- стиль руководства.



## В систему туристской индустрии включаются хозяйствующие субъекты:

- фирмы — производители услуг (туристское производство — гостиницы, пансионаты; базы отдыха, санатории и пр.);
- фирмы-туроператоры — разработчики туров и их оптовые продавцы туристских продуктов и услуг;
- фирмы-турагенты — розничные продавцы туристских продуктов и услуг;
- специализированные фирмы (транспорт, общественное питание, торговля, отдых и пр.).

## ***Виды деятельности:***

- организация туристского обслуживания, организация досуга,
- экскурсионного обслуживания,
- отдыха и рекреации.

## ***Функции туристского предприятия:***

- сбыт (продажи),
- маркетинг,
- производство продуктов и услуг,
- закупки,
- организация деятельности,
- управление деловыми процессами,
- финансовая деятельность.

**Туристская фирма** — это основное предприятие турбизнеса численностью обычно до 15 человек, не требующее серьезных инвестиций при организации бизнеса, но требующее финансовых гарантий деятельности.

Основные средства минимальны, так как для туристского производства не требуется прямого владения материальными активами, значительная часть финансовых средств находится в текущем обороте, предприятие имеет достаточно быструю оборачиваемость и вполне приличную рентабельность, несмотря на невысокую норму прибыли в отрасли (5 — 20%). Более высокая операционная прибыль достигается увеличением продаж и высокой оборачиваемостью капитала.

## Основными задачами турфирмы являются:

- обеспечение туристского широкого предложения;
- обеспечение конкурентоспособности предприятия;
- обеспечение качества обслуживания клиентов;
- формирование постоянных клиентурных групп;
- обеспечение финансовой устойчивости компании;
- определение перспективных направлений развития и пр.

## Турфирмы классифицируют по следующим признакам:

- по направлениям путешествий;
- туристской специализации;
- содержанию туристской деятельности;
- полноте обслуживания и пр.



Для организации полноценной деятельности, выполнения функций и задач на предприятии формируется **соответствующая организационная структура управления деловыми процессами.**

Характер и содержание бизнес-процессов туристского предприятия в значительной степени зависит **от его туристской специализации**, основой которой выступает специализация компании в рамках определенного географического направления деятельности.

## Форматы туристских предприятий

Применительно к туристским предприятиям термин «формат» используется, когда необходимо дать краткую, но емкую **характеристику турфирмы как информационного объекта** с учетом основных количественных и качественных параметров.

## Форматы туристских предприятий

Применительно к туристским предприятиям термин «формат» используется, когда необходимо дать краткую, но емкую **характеристику турфирмы как информационного объекта** с учетом основных количественных и качественных параметров.

*Формат «малая гостиница»*

*Формат «турфирма (агентство)»*

## Вопрос 8.2: Особенности анализа и оценки деятельности туристского предприятия

Хозяйственная и планово-аналитическая деятельность предприятия опирается на **систему показателей**, которая представляет собой **комплекс взаимосвязанных экономических и информационных параметров**, а также необходимые расчеты этих показателей.

По содержанию показатели подразделяются на группы:

**Количественные** — отражают общий объем и масштабы производственной деятельности и включают две подгруппы:

- параметры, дающие представление об экономическом потенциале предприятия (объемы реализации услуг, число занятых, основной и оборотный капитал, занимаемая площадь с учетом производственных помещений и др.);
- показатели, характеризующие различные стороны хозяйственной деятельности предприятия (размер прибыли, объем доходов и затрат, расходы по заработной плате и др.);



- **Качественные** — отражают результативность работы предприятия и степень эффективности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, включают три подгруппы:

- показатели **эффективности хозяйственной деятельности предприятия** (рентабельность, уровень доходности, уровень издержек обращения, производительность труда, оборачиваемость оборотных средств, фондоотдача основных фондов и др.);
- показатели **оценки финансового положения предприятия**, которые характеризуют структуру его капитала, зависимость от привлеченных источников, эффективность использования собственных и заемных средств, уровень платежеспособности предприятия, его финансовую устойчивость;
- показатели **конкурентоспособности предприятия**, которые включают разные критерии (занимаемая доля рынка, качество товаров и услуг, качество обслуживания, имидж предприятия, уровень развития каналов сбыта и информационных каналов, степень технологической и технической оснащенности);

- **Абсолютные** — устанавливаются в натуральном или денежном эквиваленте и, в свою очередь, подразделяются:
  - на натуральные — выражаются в физических единицах измерения: число предприятий, число номеров, число мест, выпуск кулинарной продукции и др.;
  - стоимостные — выражаются в денежных единицах: объем продаж, средняя цена номера, затраты, прибыль, материальные запасы, финансовые показатели;
  - относительные — определяют отношения между отдельными показателями и выражаются в процентах, коэффициентах или индексах.

Коэффициент загрузки номерного фонда =

$$= \frac{\text{Число проданных номеров}}{\text{Число номеров в гостинице}} \cdot 100 \%;$$

$$\text{Рентабельность продаж} = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Объем продаж}} \cdot 100 \%;$$

$$\text{Рентабельность деятельности} = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Себестоимость}} \cdot 100 \%.$$



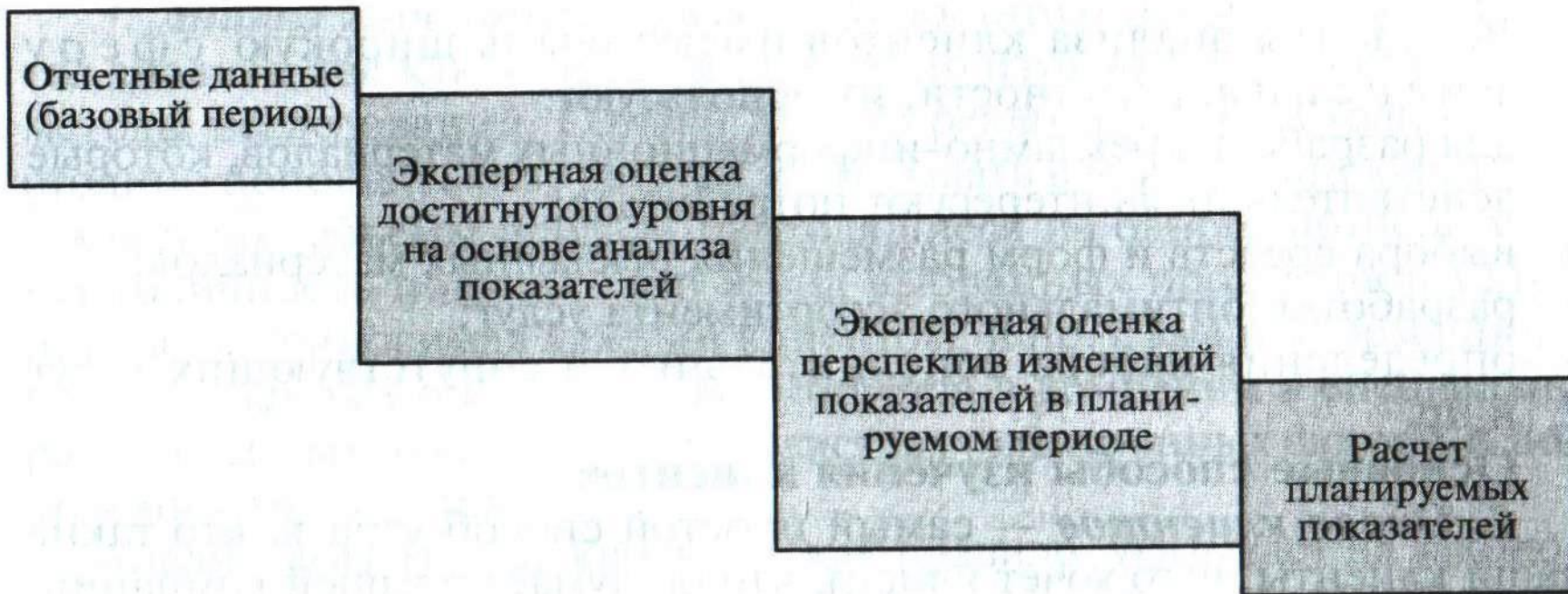


Рис. 7.1. Последовательность процесса определения планируемых показателей туристского предприятия