

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования «Витебский государственный
университет имени П.М. Машерова»
Кафедра экономической теории

Л.А. Леонова

ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

Методические рекомендации

В 2 ЧАСТЯХ

Часть 2

**Туристское предприятие, его экономические ресурсы
и эффективность их использования**

*Витебск
ВГУ имени П.М. Машерова
2015*

УДК 338.488(075.8)
ББК 65.433я73
Л47

Печатается по решению научно-методического совета учреждения образования «Витебский государственный университет имени П.М. Машерова». Протокол № 2 от 24.12.2014 г.

Автор: доцент кафедры экономической теории ВГУ имени П.М. Машерова, кандидат экономических наук **Л.А. Леонова**

Р е ц е н з е н т :
заведующий кафедрой истории Беларуси
ВГУ имени П.М. Машерова, кандидат исторических наук,
доцент *А.Н. Дулов*

Леонова, Л.А.

Л47 Экономика туризма : методические рекомендации : в 2 ч. / Л.А. Леонова. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2015. – Ч. 2 : Туристское предприятие, его экономические ресурсы и эффективность их использования. – 56 с.

Методические рекомендации предназначены студентам специальности «Музейное дело и охрана историко-культурного наследия (культурное наследие и туризм)», изучающим дисциплину «Экономика туризма», как опорный материал для подготовки к семинарским занятиям, тестированию и сдаче экзаменов.

УДК 338.488(075.8)
ББК 65.433я73

© Леонова Л.А., 2015
© ВГУ имени Машерова, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

МОДУЛЬ 2. Туристское предприятие, его экономические ресурсы и эффективность их использования	4
ТЕМА 5. Туристское предприятие как субъект хозяйствования	4
ТЕМА 6. Основные и оборотные средства туристского предприятия ..	9
ТЕМА 7. Трудовые ресурсы и оплата труда в сфере туризма	15
ТЕМА 8. Издержки предприятия в сфере туризма	21
ТЕМА 9. Ценообразование в сфере туризма	23
ТЕМА 10. Финансы туристского предприятия	27
ТЕМА 11. Налоги и налогообложение туристских предприятий	31
ТЕМА 12. Экономическая эффективность туристической деятельности	35
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	41
ПРИЛОЖЕНИЕ. 27 выпуск ЕКСД «Должности служащих, занятых в организациях туризма»	45

МОДУЛЬ 2. ТУРИСТСКОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ, ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

ТЕМА 5. ТУРИСТСКОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ КАК СУБЪЕКТ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

План семинарского занятия

1. Сущность туристического предприятия, как субъекта хозяйствования
2. Виды и организационно-правовые формы туристических предприятий
3. Сущность банкротства на туристическом предприятии
4. Сущность хозяйственного расчета на туристическом предприятии

Основные понятия темы

Туристическое предприятие, как субъект хозяйствования. Экономические и социальные цели туристического предприятия. Процесс стратегического управления туристским предприятием. Миссия и цели туристского предприятия. Внутренняя и внешняя среда туристского предприятия. Организационно-правовые формы и виды туристских предприятий. Туроператорская и турагентская деятельности. Банкротство. Хозяйственный расчет. Безубыточность и прибыльность функционирования туристского предприятия.

Контрольные вопросы и задания

1. Что вы понимаете под экономическими и социальными целями туристического предприятия? Поясните.
2. Раскройте на примерах составляющие внутренней и внешней среды туристического предприятия.
3. Кто относится к резидентам Республики Беларусь?
4. В чем разница между представительством и филиалом туристического предприятия?
5. Предприятия с какой организационно-правовой формой основаны на объединении капиталов?
6. В чем разница между туроператором и турагентом? Проведите исследования динамики количества турагентов и туроператоров по регионам Республики Беларусь на основе данных Национального статистического комитета РБ.
7. К несостоятельному предприятию могут быть применены следующие процедуры: реорганизация; ликвидация; мировое соглашение. Поясните, что это значит.

Заполните пропущенные места

1. ... среда туристического предприятия представляет собой функциональные области, общие для всех типов фирм (кадры, бухгалтерия, служба маркетинга и др.).
2. среда – это все то, что окружает туристическое предприятие и воздействует на него, перенося на него влияние разных компонентов, из которых она состоит (налоговая служба, банки, инвесторы, покупатели, СМИ).
3. 3.... организации в качестве основной цели своей деятельности имеют извлечение прибыли и (или) распределяют полученную прибыль между участниками (хозяйственные товарищества, производственные кооперативы и унитарные предприятия).
4. Соответственно ... организации не преследуют извлечение прибыли в качестве основной цели и не распределяют полученную прибыль между участниками (потребительские кооперативы, общественные и религиозные организации (объединения), финансируемые собственником учреждения, благотворительные и иные фонды и др.).
5. Субъект права, являющийся участником хозяйственного оборота, осуществляющий производство продукции (работ, услуг) и в предусмотренных законом случаях способный нести налоговую нагрузку, называется ...
6. Обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места его нахождения, представляющее и защищающее его интересы, совершающее от его имени юридические сделки, называется ...
7. Обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места его нахождения, осуществляющее все или часть его функций, в том числе функции представительства, называется ...
8. ... товарищество характеризуется двумя основными признаками: во-первых, любой из его участников в соответствии с заключенным договором вправе заниматься предпринимательской деятельностью от имени товарищества, причем его действия признаются действиями самого товарищества, и, во-вторых, товарищи солидарно несут субсидиарную ответственность по обязательствам юридического лица всем принадлежащим им имуществом.
9. Коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на определенное число акций, называется ...

Сообщения, доклады, рефераты

1. Туристские предприятия первичных и вторичных услуг. Признаки различия туристских предприятий.
2. Предпринимательство как современный фактор производства в туризме.
3. Партнеры туристского предприятия по созданию тура.

Компендиум

Туристическим предприятием является самостоятельно хозяйствующий субъект, обладающий правами юридического лица, который на основе использования трудовым коллективом имущества производит и реализует продукцию, выполняет работы, оказывает услуги.

Юридическим лицом признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, несет ответственность по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. **Юридическое лицо должно иметь самостоятельный баланс или смету.**

Все предприятия классифицируются по **количественным и качественным** параметрам.

Основным **количественным** параметром выступает численность работников, в соответствии с которой предприятия подразделяют на **крупные, средние и малые**.

Следует отметить, что большинство туристских предприятий республики относится к **малому бизнесу**. Термин "малое предприятие" характеризует лишь размеры его организационно-правовой формы.

К **качественным** параметрам относятся тип собственности, характер и содержание деятельности, объем и ассортимент производимого товара, способы и методы ведения конкурентной борьбы, способ вхождения в различные союзы и объединения, организационно-правовая форма предпринимательской деятельности.

В соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь предпринимательскую, в том числе туристскую, деятельность могут вести:

- физические лица (граждане) без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя;
- юридические лица.

Участвуя в образовании туристского предприятия, его учредители (участники) могут иметь обязательственные права в отношении этого юридического лица либо право собственности на его имущество.

К юридическим лицам, в отношении которых их участники имеют **обязательственные права**, относятся хозяйственные товарищества и общества, производственные и потребительские кооперативы, причем эти права распространяются только на имущество, переданное в пользование в качестве вклада в уставный фонд.

К юридическим лицам, на имущество которых их учредители имеют **право собственности**, относятся унитарные предприятия, в том числе дочерние, а также финансируемые собственником учреждения.

К числу юридических лиц, в отношении которых их учредители (участники) **не имеют имущественных прав**, принадлежат общественные и религиозные организации (объединения), благотворительные и иные фонды, объединения юридических лиц (ассоциации и союзы).

Юридическими лицами в туризме могут быть как коммерческие, так и некоммерческие организации.

Коммерческие организации в качестве основной цели своей деятельности имеют извлечение прибыли и (или) распределяют полученную прибыль между участниками (хозяйственные товарищества, производственные кооперативы и унитарные предприятия).

Соответственно **некоммерческие организации** не преследуют извлечение прибыли в качестве основной цели и не распределяют полученную прибыль между участниками (потребительские кооперативы, общественные и религиозные организации (объединения), финансируемые собственником учреждения, благотворительные и иные фонды и др.).

В туризме работают в основном коммерческие организации – резиденты Республики Беларусь.

Резиденты – это юридические лица, созданные в соответствии с законодательством Республики Беларусь и расположенные на ее территории, в том числе юридические лица с инвестициями нерезидентов.

Туристское предприятие как юридическое лицо может иметь представительства и филиалы, если это предусмотрено его уставом.

Представительством является обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места его нахождения, представляющее и защищающее его интересы, совершающее от его имени юридические сделки.

Функции представительства законодательством ограничены рамками представления интересов основной организации, ведению переговоров, обеспечению работы с контрагентами... Например, представительство *банка* не может оказывать банковские услуги, но может заключать договоры. Представительство *авиакомпания* – не производит полёты, и, в строгом смысле, даже не продаёт авиаперевозки.

Филиалом является обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места его нахождения, осуществляющее все или часть его функций, в том числе функции представительства.

Ни представительства, ни филиалы не являются юридическими лицами, а наделяются имуществом и действуют на основании положения, утвержденного юридическим лицом, структурными единицами которого они являются.

Правовой основой туристского предприятия является предпринимательство.

Организационно-правовая форма предприятия определяется:

- формой собственности.

- порядком формирования уставного фонда;
- степенью ответственности по обязательствам предприятия.

Наиболее простая организационно-правовая форма — это **хозяйственные товарищества**, основанные на коллективной собственности.

Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме **полного товарищества и командитного (на вере)**.

Полное товарищество характеризуется двумя основными признаками: во-первых, любой из его участников в соответствии с заключенным договором вправе заниматься предпринимательской деятельностью от имени товарищества, причем его действия признаются действиями самого товарищества, и, во-вторых, товарищи солидарно несут субсидиарную ответственность по обязательствам юридического лица всем принадлежащим им имуществом.

Управление деятельностью полного товарищества осуществляется по общему согласию всех участников на основе учредительного договора, который подписывается всеми участниками полного товарищества.

Личная ответственность своим имуществом требует доверительных отношений между членами полного товарищества. Доверие необходимо, поскольку один будет совершать сделку, а другой может отвечать по возникающим в связи с исполнением этой сделки обязательствам. Полное товарищество — очень удобная форма семейного предпринимательства. Помимо доверительных отношений удобства такой формы определяются простотой организации и управления.

Прибыль и убытки полного товарищества распределяются между его участниками пропорционально их долям в складочном капитале. Участник товарищества вправе выйти из него, заявив об отказе от участия в товариществе не менее, чем за 6 месяцев до фактического выхода из товарищества.

Другим видом товариществ являются **командитные товарищества** (товарищества на вере). Сохраняя все преимущества полных товариществ, эта организационно-правовая форма позволяет привлекать дополнительный капитал третьих лиц.

Командитное товарищество характеризуется смешанным составом его участников (недаром в ранее действовавшем законодательстве оно именовалось смешанным товариществом).

Командитисты, то есть вкладчики, не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности, не отвечают своим имуществом по обязательствам товарищества, а только несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм, внесенных ими вкладов.

Поскольку полные товарищи действуют от имени товарищества в целом, полному и командитному товариществу не нужен устав. Учредительным документом товариществ является учредительный договор, кото-

рый представляет собой договор о совместной деятельности учредителей по созданию юридического лица, где фиксируются их обязанности, порядок передачи имущества в складочный капитал, размер и порядок изменения долей, совокупный размер вкладов, определяется порядок управления.

Наиболее популярной организационно-правовой формой в туризме является *хозяйственное общество* (в частности, общества с ограниченной ответственностью). Данную организационно-правовую форму имеют около 75% туристских предприятий. В отличие от товариществ, общество представляет собой *объединение капиталов*.

Действующим законодательством предусмотрена возможность образования обществ трех видов:

1. С ограниченной ответственностью.
2. С дополнительной ответственностью.
3. Акционерных обществ.

Туризм относится к деятельности, на осуществление которой требуется специальное разрешение (лицензия). Право юридического лица на занятие туристской деятельностью возникает с момента получения лицензии и прекращается по истечении срока ее действия. Именно в этот период юридическое лицо приобретает статус *туроператора или турагента*.

Юридической основой туроператорской деятельности является договор на туристское обслуживание (туристский договор), принадлежащий к типу договоров возмездного оказания услуг.

ТЕМА 6. ОСНОВНЫЕ И ОБОРОТНЫЕ СРЕДСТВА ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

План семинарского занятия

1. Сущность основных фондов, их структура
2. Виды износа основных средств. Амортизация
3. Показатели оценки и эффективности использования основных средств
4. Сущность, оценка оборачиваемости оборотных средств
5. Оборотные производственные фонды и фонды обращения
6. Норматив ОС. Собственные и заемные оборотные средства. Управление ОС.

Основные понятия темы

Основные средства. Материальные и нематериальные основные средства. Основные фонды. Физический и моральный износ основных средств. Амортизация. Норма амортизационных отчислений. Лизинг. Оборотные средства. Переоценка основных средств. Коэффициенты оборачиваемости и эффективности использования оборотных средств.

Тест

1. Каким образом классифицируются основные средства в соответствии с их назначением в производственном процессе:
 - a) здания, сооружения;
 - b) материальные, нематериальные;
 - c) "ноу-хау", патенты.
2. Перечислите виды износа основных средств:
 - a) моральный и физический;
 - b) действующий, бездействующий;
 - c) активный, пассивный.
3. Каковы методы амортизации основных средств:
 - a) линейный, ускоренный, регрессивный;
 - b) нормативный и сверхнормативный;
 - c) линейный, нелинейный, производительный.
4. Каким образом происходит восстановление основных средств:
 - a) ремонт;
 - b) перенесение стоимости износа (амортизация) на производимый товар.
5. Какой оценочный показатель эффективности использования основных средств наиболее актуален:
 - a) фондоемкости;
 - b) фондоотдачи;
 - c) фондовооруженности.
6. В структуру оборотных производственных фондов входят:
 - a) оборотные средства, находящиеся в производственных запасах;
 - b) оборотные средства, находящиеся в производственных запасах, оборотные средства, находящиеся в процессе производства и оборотные средства, находящиеся в составе расходов будущих периодов.
7. Что входит в состав фондов обращения:
 - a) нормируемые оборотные средства;
 - b) производственные запасы;
 - c) готовая продукция, товары отгруженные, денежные средства в расчетах.

Контрольные вопросы и задания

1. Что собой представляют основные фонды предприятий, учреждений и организаций?
2. Что входит в состав основных производственных фондов предприятий, учреждений и организаций?
3. На что подразделяются по экономической сущности, функциональному назначению и срокам службы основные фонды в соответствии?

4. Что входит в состав материальных и нематериальных основных фондов?
5. Какую классификацию имеют основные фонды туристских предприятий в соответствии с Правилами бухгалтерского учета?
6. Что входит в состав собственных и арендованных, производственных и непроизводственных, действующих и бездействующих основных фондов?
7. Что такое физический и моральный износ основных фондов?
8. Что Вы понимаете под амортизацией, амортизационными отчислениями и амортизационным фондом?
9. Как рассчитать норму амортизации?
10. Как рассчитать фондоотдачу основных фондов?
11. Как рассчитать фондоемкость?
12. Как рассчитать фондовооруженность
13. чем состоит сущность ускоренной амортизации основных фондов?
14. В чем состоит особенность оборотных производственных фондов предприятия?
15. Что входит в состав фондов обращения предприятия?

Сообщения, доклады, рефераты:

1. Проблемы эффективности использования основных средств предприятий туризма.
2. Ускоренная амортизация: перспективы ее использования в Республике Беларусь.
3. Оборотные средства предприятия туризма: понятие, назначение, структура, показатели использования.

Компендиум

Основные средства – это основные фонды, выраженные в стоимостном измерении.

Основные средства (фонды) (ОС) предприятий, учреждений и организаций представляют собой совокупность средств и орудий труда, действующих в течение длительного времени как в сфере материального производства, так и в непроизводственной сфере.

Главным определяющим признаком основных фондов выступает способ перенесения стоимости на продукт – постепенно: в течение ряда производственных циклов; частями: по мере износа.

Согласно этому определению различают:

Производственными считаются основные фонды, непосредственно участвующие в процессе производства туристского продукта, оказании услуги. Непроизводственные – основные фонды, предназначенные для социально-бытового обслуживания персонала предприятия. В системе туризма практически все основные фонды являются производственными.

В соответствии с республиканским классификатором основные средства подразделяются на материальные и нематериальные.

Согласно классификации наиболее значимые виды основных средств с учетом специфики туризма можно выделить следующие:

1. **Здания** (кроме жилых) в туризме подразделяются на основные (гостиницы в комплексе и отдельно стоящие, спальные корпуса, спортивные комплексы с бассейном и др.) и вспомогательные (котельные, прачечные, материальные и производственные склады, овощехранилища, гаражи, склады спортивного инвентаря и др.).

2. **Сооружения** – инженерно-строительные объекты, создающие условия для производства туристского продукта или выполняющие технические функции при предоставлении отдельной услуги туристам. К ним относятся: водолодочные станции (насосные), артезианские скважины пресной и минеральной воды, бассейны (включая их фундамент, подогревательные устройства и арматуру), берегоукрепительные сооружения, подпорные стены, фонтаны, другие коммунальные сооружения, спортивные площадки, теннисные корты, гребные лодочные станции, аттракционы, дорожки парковые, скульптуры, ограждения и др.

3. **Машины и оборудование** – устройства, преобразующие энергию, материалы и информацию. Это силовые рабочие машины и оборудование к ним, генераторы, производящие тепловую и электрическую энергию, оборудование систем связи, средств измерения и управления, вычислительной техники и оргтехники, средства хранения информации.

4. **Жилища** – здания, предназначенные для временного проживания: щитовые домики, используемые в туристском комплексе в летний период.

Нематериальные основные средства (нематериальные активы) представляют собой долгосрочные вложения предприятия в приобретение прав на имущество, не имеющее материальной формы, но приносящее предприятию доход.

Различают следующие **виды состояния основных фондов**:

- первоначальная стоимость (P_c) – фактическая стоимость их ввода в эксплуатацию, включающая затраты на доставку, монтаж, наладку и т.п. Эта стоимость выражается в ценах, действовавших на момент приобретения, и учитывается в балансе предприятия. Вследствие этого она называется еще балансовой стоимостью (B_c) основных фондов;
- восстановительная стоимость (B_c) – стоимость воспроизводства основных фондов в настоящих условиях. На восстановительную стоимость оказывает влияние инвентаризация основных фондов, их переоценка;
- остаточная стоимость (O_c) – это первоначальная стоимость основных фондов за вычетом износа, сумма которого определяется по размеру амортизационных отчислений за весь период службы данного инвентарного объекта;
- ликвидационная стоимость (L_c) – стоимость, которую имеют основные фонды после полного износа при их ликвидации.

Износ основных фондов – снижение их первоначальной стоимости в результате снашивания или вследствие морального старения.

Моральный износ (устаревание) – снижение стоимости, несоответствие основных фондов их современным требованиям в результате создания более прогрессивных основных фондов аналогичного назначения.

Так, давно построенная гостиница в настоящее время не может удовлетворять требованиям (комфортности, эстетичности и др.) современных клиентов.

Основным источником покрытия затрат, связанных с обновлением основных фондов, являются собственные средства туристского предприятия. Они накапливаются в течение всего срока службы основных фондов в виде **амортизационных отчислений**. **Амортизация** – перенесение по частям стоимости основных средств по мере их физического или морального износа на стоимость производимой продукции и услуг.

Для туристических предприятий наиболее приемлемой и удобной формой решения проблем обновления и пополнения основных средств является лизинг.

Лизинг (от англ. аренда) – разновидность арендных отношений, заключающаяся в передаче временно свободных или привлеченных средств по договору аренды юридическим или физическим лицам за определенную плату во временное пользование.

Лизинг (англ. сдать в аренду) – вид финансовых услуг, форма кредитования при приобретении основных фондов предприятиями.

Законодательство Республики Беларусь под лизинговой компанией (фирмой) понимает коммерческую организацию, которая в соответствии со своими учредительными документами осуществляет лизинговую деятельность (функции лизингодателя).

Другая сторона – лизингополучатель. Это юридическое лицо (или индивидуальный предприниматель), получающее предмет лизинга во владение и пользование. Учитывая тот факт, что предметом лизинга может быть только имущество, передаваемое для предпринимательских целей, лизингополучателями могут являться только индивидуальные предприниматели и коммерческие организации. Однако в соответствии с п. 3 ст. 146 ГК некоммерческие организации вправе осуществлять предпринимательскую деятельность постольку, поскольку она необходима для их уставных целей, ради которых они созданы, и соответствует этим целям. Таким образом, некоммерческой организации также может быть передано в лизинг имущество, если оно будет использоваться для осуществления предпринимательской деятельности, необходимой для достижения уставных целей.

Продавцом (поставщиком) могут выступать физическое лицо, индивидуальный предприниматель либо юридическое лицо, которое заключило договор купли-продажи (поставки) с лизингодателем и продает ему предмет лизинга.

Можно выделить следующие особенности лизинга.

Во-первых, в отличие от обычного договора аренды в данном случае в пользование передается, как правило, технический объект, специально приобретенный для передачи в лизинг определенному лицу по его просьбе.

Во-вторых, сумма платежей за пользование полученным в лизинг оборудованием включает его стоимость с учетом амортизации, стоимость услуг лизингодателя, а также проценты за пользование кредитом, полученным для приобретения соответствующего объекта (если имело место получение кредита).

В-третьих, распределение прав и обязанностей между сторонами договора лизинга отличается своеобразием: основные обязанности закрепляются за лизингополучателем, кроме того, последний наделяется несвойственными арендатору правами предъявлять претензии продавцу оборудования.

В-четвертых, как уже упоминалось, лизингополучателю предоставляется право выкупить объект лизинга по истечении срока действия договора.

Таким образом, лизинг включает в себя отношения по купле-продаже и пользованию имуществом.

Туристические предприятия все чаще обращаются к этой форме кредитования при обновлении и пополнении автобусного парка.

Оборотные средства – совокупность денежных средств в оборотных производственных фондах и фондах обращения, обеспечивающих непрерывный кругооборот денежных средств. **Оборотные производственные фонды** – средства производства, вещественные элементы которых расходуются в каждом производственном цикле.

Новая потребительная стоимость возникает в виде выработанной из них продукции.

В структуру оборотных производственных фондов туристских предприятий входят оборотные средства, находящиеся в производственных запасах, оборотные средства, находящиеся в процессе производства и оборотные средства, находящиеся в составе расходов будущих периодов.

В свою очередь они представляют собой нормируемые оборотные средства туристского предприятия.

В структуре оборотных производственных фондов туристских предприятий наибольший удельный вес имеет элемент "Расходы будущих периодов". К ним относятся затраты, связанные: с подготовительными работами к началу туристского сезона (по неравномерно производимому текущему ремонту основных средств, содержанию туристских учреждений во время сезонной консервации); с пусконаладочными работами и содержанием в предпусковой период обслуживающего персонала вновь открываемого туристского учреждения; с формированием путевок и других документов.

Фонды обращения – это средства туристского предприятия, внесенные им авансом партнеру за его услугу, являющуюся составляющей тури-

стского пакета; средства, вложенные в туристский продукт (услугу), реализованный потребителю, но не оплаченный; средства в расчетах и денежные средства в банке и кассе туристского предприятия.

Фонды обращения - это средства предприятия, которые связаны с обслуживанием процесса обращения товаров и услуг.

Таким образом, в структуру фондов обращения входят: готовая продукция, товары отгруженные, денежные средства в расчетах.

Элемент «Готовая продукция» отражает количество предназначенных к продаже туристских путевок (туров), а также запланированные к продаже туристские услуги (открытие виз, продажа дополнительных экскурсионных программ, оформление индивидуального ваучера и др.). Для туристских товаров, относящихся к данному элементу, невозможно точно установить норматив количества, тем более что их специфика такова, что они не подлежат складированию. Это означает для туристской фирмы их безвозвратную потерю, то есть прямой убыток, (например, непроданные путевка или место в автобусе, поезде, самолете или гостинице).

Элемент «Товары отгруженные» обусловлен в основном агентскими соглашениями, договорами по оптовой продаже туристских продуктов крупными предприятиями, учреждениями и организациями.

ТЕМА 7. ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ И ОПЛАТА ТРУДА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

План семинарского занятия

1. Сущность и особенности труда в туризме.
2. Трудовые ресурсы туристических предприятий.
3. Сущность и виды заработной платы.
4. Эффективность использования трудовых ресурсов на предприятии.

Основные понятия темы

Труд в сфере туризма. Трудовые ресурсы. Количественные и качественные характеристики трудовых ресурсов туристического предприятия. Показатели движения рабочей силы. Рабочее время. Заработная плата. Повременная и сдельная формы оплаты труда. Тарифная сетка. Ставка первого разряда. Фонд заработной платы. Производительность труда. Коллективный договор. Минимальный потребительский бюджет. Тарифная сетка. Тарифно-квалификационный справочник. Выплаты стимулирующего и компенсирующего характера.

Контрольные вопросы и задания

1. Какие специфические особенности содержания труда в туризме?

2. Что должен и знать менеджер туристской фирмы для успешного управления трудовым коллективом?
3. Что представляет собой мотивационный климат предприятия?
4. В чем состоит особенность характера труда в туризме?
5. Что такое штатное расписание?
6. Что Вы понимаете под списочной численностью работников?
7. Что Вы понимаете под среднесписочной численностью работников?
8. Как определить коэффициент текучести кадров?
9. Как определить производительность труда?
10. Как осуществляется прямое регулирование заработной платы?
11. Что включает в себя фонд заработной платы предприятия?
12. Какие формы и системы оплаты труда Вам известны?
13. В чем различие между сдельной и повременной системами оплаты труда?
14. В чем различие между номинальной и реальной заработной платой?
15. Что в себя включает тарифная система?
16. Что такое тарифная ставка, тарифная сетка и тарифно-квалификационный справочник?
17. Какие виды поощрений применяются в туризме?
18. Как рассчитать трудоемкость?

Заполните пропущенные места

1. Ежегодно утверждаемый руководителем предприятия документ, представляющий собой перечень сгруппированных по отделам и службам должностей специалистов с указанием разряда (категории) и должностного оклада, это – ... расписание.
2. Совокупность работников различных профессионально-квалификационных групп, занятых на предприятии и входящих в его списочный состав, это – ... туристского предприятия.
3. Численность работников предприятия по состоянию на определенную дату с учетом прибывших и выбывших на этот день работников, это – ... численность.
4. Количество работников списочного состава, явившихся на работу, это – ... численность.
5. Численность, которая определяется путем суммирования численности работников списочного состава за каждый календарный день месяца и деления полученной суммы на количество календарных дней месяца, называется...
6. Денежное выражение цены рабочей силы называется ...
7. Установление государством определенных количественных параметров, обязательных для субъектов хозяйствования называется ... регулированием.

8. Государственное регулирование, которое осуществляется путем периодических рекомендаций по организации прогрессивных систем оплаты труда, информирования об уровнях оплаты труда в других отраслях народного хозяйства называется...

9. Расходы на приобретение набора товаров и услуг для удовлетворения основных физиологических и социально-культурных потребностей человека, называются ...

10. Норматив, определяющий минимально допустимый уровень денежных либо натуральных выплат работнику нанимателем за выполненную работу, называется...

11. Совокупность нормативных актов по дифференциации и регулированию уровня заработной платы различных групп и категорий работников в зависимости от квалификации, условий, сложности работ и ответственности за их выполнение, это – ... система.

Тест

1. Какие особые требования предъявляются к менеджеру туристской фирмы:
 - a) специалист широкого профиля;
 - b) высококвалифицированный специалист с глубоким знанием основ экономики;
 - c) организаторские способности
2. Что является главным ресурсом туристского предприятия:
 - a) компьютерная и другая техника;
 - b) трудовые ресурсы;
 - c) оборотный капитал.
3. Трудовые ресурсы как главный ресурс туристского предприятия характеризуются:
 - a) основным составом и количественным соотношением отдельных категорий и групп работников
 - b) среднесписочной численностью персонала
4. По выполняемым функциям работники подразделяются на:
 - a) руководителей, специалистов, служащих
 - b) руководителей, специалистов, рабочих
 - c) руководителей, специалистов, рабочих, технических исполнителей
5. Что является основой механизма регулирования заработной платы:
 - a) рынок труда;
 - b) коллективный договор;
 - c) государственное регулирование;
 - d) минимальный потребительский бюджет
6. Что включает тарифная система:
 - a) единую тарифную сетку;

- б) формы оплаты труда;
 - с) минимальную заработную плату
7. Какая из перечисленных ниже форм оплаты труда получает наибольшее применение на предприятиях туризма:
- а) сдельная;
 - б) повременная;
 - с) премиальная
8. Какая из выплат в денежной форме имеет наибольший удельный вес в структуре фонда заработной платы:
- а) за выполненную работу;
 - б) выплаты стимулирующего характера;
 - с) выплаты компенсирующего характера;
 - д) оплата за неотработанное время;
 - е) денежные компенсации

Сообщения, доклады, рефераты

1. Современные формы стимулирования труда используемые в сфере туризма.
2. Мотивация труда – важнейший фактор повышения эффективности работы турфирмы.
3. Персонал как ключевой фактор управления туристским предприятием.
4. Система туристического образования в Беларуси и за рубежом.

Компендиум

Основой формирования кадрового потенциала туристского предприятия является **рабочая сила**. Это часть трудоспособного населения, обладающего совокупностью физических и духовных способностей, которые используются для производства каких-либо потребительных стоимостей.

В соответствии с методологией Международной организации труда – трудоспособное население - это часть населения, предлагающего свой труд для производства товаров и оказания разнообразных услуг.

Трудовые ресурсы туристского предприятия – совокупность работников различных профессионально-квалификационных групп, занятых на предприятии и входящих в его списочный состав.

Трудовые ресурсы как главный ресурс туристского предприятия характеризуются:

- основным составом;
- количественным соотношением отдельных категорий и групп работников.

В силу специфики труда в туристских предприятиях занят непромышленный и промышленно-производственный персонал.

По выполняемым функциям работники подразделяются на:

- 1) Руководителей.
- 2) Специалистов.
- 3) Технических исполнителей.
- 4) Рабочих.

Их отнесение к той или иной группе определяется общегосударственным классификатором профессий.

Профессионально-квалификационная структура работников туристского предприятия находит отражение в штатном расписании.

Штатное расписание – это ежегодно утверждаемый руководителем предприятия документ, представляющий собой перечень сгруппированных по отделам и службам должностей специалистов с указанием разряда (категории) и должностного оклада.

В течение года штатное расписание может пересматриваться в случае необходимости внесения в него изменений в соответствии с приказом руководителя предприятия.

К количественным характеристикам относятся:

- списочная численность, т.е. численность работников предприятия по состоянию на определенную дату с учетом прибывших и выбывших на этот день работников;
- явочная численность — количество работников списочного состава, явившихся на работу;
- среднесписочная численность, которая определяется путем суммирования численности работников списочного состава за каждый календарный день месяца и деления полученной суммы на количество календарных дней месяца. *Это показатель применяется для исчисления производительности труда, средней заработной платы, коэффициентов оборота, текучести кадров и др.*

Заработная плата – совокупность вознаграждений, исчисляемых в денежных единицах или натуральной форме, которые наниматель обязан выплатить работнику за фактически выполненную работу, а также за периоды, включаемые в рабочее время.

Основой организации оплаты труда на туристских предприятиях является **тарифная система**. **Тарифная система** – это совокупность нормативных актов по дифференциации и регулированию уровня заработной платы различных групп и категорий работников в зависимости от квалификации, условий, сложности работ и ответственности за их выполнение.

Тарифная система включает:

- *тарифную ставку 1-го разряда.* С 1 марта 2015 года тарифная ставка первого разряда составляет: 292 000 белорусских рублей;
- *единую тарифную сетку;*
- *тарифно-квалификационные справочники.*

Система квалификационных справочников включает в себя:

1. Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих **ЕТКС**) (содержит тарифно-квалификационные характеристики работ и профессий рабочих, сгруппированные в разделы по видам производств и работ. Разделы ЕТКС объединены в отдельные выпуски справочника, которых насчитывается 68.).

2. Единый квалификационный справочник должностей служащих (**ЕКСД**). Система квалификационных справочников должностей служащих, состоит из 35 выпусков. Каждый выпуск ЕКСД представляет собой характерный для той или иной отрасли (вида деятельности) перечень квалификационных характеристик должностей руководителей, специалистов и других служащих).

Вопросы заработной платы работников предприятий, в том числе и туристских, регулируются **коллективным договором**.

Коллективный договор заключается между нанимателем и членами трудового коллектива в организациях любых организационно-правовых форм.

Раздел «Оплата труда» коллективного договора регламентирует:

- организацию оплаты труда и сроки ее выплаты;
- порядок пересмотра тарифных ставок и окладов в зависимости от финансовых возможностей предприятия;
- размеры надбавок и доплат, премиальных выплат;
- порядок и размер выплат вознаграждений по итогам года;
- порядок формирования резервного фонда оплаты труда и др.

Различают формы оплаты труда:

- сдельная
- повременная.

На туристских предприятиях в основном имеет место **повременная** форма оплаты труда.

Повременной называется форма оплаты труда, при которой заработная плата работникам начисляется по установленному окладу за фактически отработанное время.

Сдельная форма оплаты труда предусматривает начисление заработной платы по заранее установленным расценкам за каждую единицу выполненной работы.

В связи с инфляцией, вызванной ростом цен на потребительские товары и услуги, большое значение имеет индексация заработной платы.

Индексация – автоматическая корректировка размеров доходов физических лиц с целью частичного возмещения потерь, вызванных инфляцией. Она выступает лишь как средство смягчения социальных последствий роста потребительских цен.

Важным стимулом материальной заинтересованности работников составляет **премирование**.

По экономическому содержанию премия отличается от тарифной части заработной платы тем, что ее начисление и размер непосредственно зависят от конечных результатов работы туристского предприятия и поэтому не могут быть гарантированными.

Структура заработной платы формируется из двух частей: тарифной (тарифные, должностные оклады) и надтарифной (надбавки, доплаты, премии, вознаграждения и др.).

На туристских предприятиях применяются следующие виды премирования:

- за основные результаты хозяйственной деятельности (выполнение плана по прибыли; достигнутый уровень рентабельности, выручки от реализации);
- единовременное поощрение за выполнение особо важных заданий;
- единовременное поощрение по итогам работы за год;
- по итогам конкурсов.

ТЕМА 8. ИЗДЕРЖКИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

План семинарского занятия

1. Сущность, структура и состав издержек производства.
2. Классификация затрат.
3. Понятие калькуляционной статьи. Состав, классификация затрат, включаемых в себестоимость туристского продукта.
4. Управление издержками производства.

Основные понятия темы

Издержки производства. Прямые и косвенные затраты. Постоянные и переменные затраты. Калькуляционная статья. Состав затрат, включаемых в себестоимость туристского продукта. Управление издержками производства. Себестоимость. Калькулирование себестоимости. Средние издержки производства. Бухгалтерские, неявные, экономические, дополнительные, предельные издержки.

Контрольные вопросы и задания

1. В чем состоит различие между прямыми издержками и косвенными?
2. Есть ли разница между издержками производства и себестоимостью?
3. Как распределяются косвенные издержки?
4. Что означает процесс калькулирования?

5. В чем состоит принципиальное различие между постоянными и переменными издержками?

6. Как рассчитать средние издержки производства?

7. Что выступает объектом калькулирования себестоимости?

8. Какие статьи затрат включаются в себестоимость продукции?

9. Что включает в себя процесс управления издержками производства?

Сообщения, доклады, рефераты:

1. Особенности распределения постоянных затрат между различными видами деятельности или продуктами (услугами) на предприятиях сферы туризма.
2. Основные принципы формирования себестоимости продукции и услуг туристского предприятия.
3. Состав, содержание и направления снижения издержек туристского предприятия.

Компендиум

Издержки производства туристского предприятия — это экономическая категория, отражающая затраты живого и овеществленного труда на производство и реализацию туристского продукта (услуги) и выраженная в денежной форме. Иными словами, это общественно необходимые затраты труда, обеспечивающие выполнение туристским предприятием своих функций.

Издержки учитываются на всех этапах производства туристского продукта и находят свое конкретное воплощение в его цене.

Различают следующие **виды издержек**:

- ◆ *бухгалтерские, или явные издержки* связаны с привлечением материальных, финансовых и трудовых ресурсов. Они отражаются в бухгалтерском учете и относятся на себестоимость туристского продукта по элементам затрат. Определенная часть затрат, согласно действующему законодательству, производится за счет прибыли предприятия;
- ◆ *неявные издержки (издержки упущенных возможностей)* — альтернативные издержки, сопряженные с использованием ресурсов, принадлежащих туристскому предприятию. Предприятие могло бы получить больший доход на собственные ресурсы, если бы предоставило их другим пользователям за плату, установленную рынком. К примеру, это процент на собственный капитал, арендная плата за помещение и др.;
- ◆ *экономические издержки* – совокупные затраты, связанные непосредственно с процессом создания туристского продукта (услуги);
- ◆ *дополнительные издержки* обусловлены продолжением процесса доведения туристского продукта до потребителя и его реализации;

предельные издержки – отношение приращения издержек к приращению объема продукта. Увеличение издержек производства имеет предел, сверх которого производство невыгодно. Предельные издержки – это средний размер прироста или сокращения издержек на единицу продукта, возникающих в результате изменения объектов производства и реализации более чем на одну единицу.

Себестоимость продукции (работ, услуг) представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных средств, нематериальных активов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию. Это качественный показатель, характеризующий уровень использования всех ресурсов, находящихся в распоряжении туристского предприятия.

Как экономическая категория себестоимость выполняет функцию учета и контроля; является базой для формирования отпускной цены на туристский продукт, определения прибыли и рентабельности, оптимальных размеров предприятия, экономического обоснования и принятия управленческих решений и др. Объектом калькулирования себестоимости является отдельный туристский продукт (услуга). В себестоимость включаются все затраты, связанные с производством и реализацией туристского продукта.

ТЕМА 9. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

План семинарского занятия

1. Сущность цены и ее функции. Ценовая политика в туризме.
2. Факторы и методология ценообразования.
3. Стратегии ценообразования в туризме.
4. Структура и расчет цены на туристский продукт.

Основные понятия темы

♦ Цена как экономическая категория. Условия рыночного ценообразования. Ценовая политика в туризме. Факторы ценообразования: затратный, на основе безубыточности и обеспечения целевой прибыли; агрегатный; параметрический; на основе уровня текущих цен; с ориентацией на спрос; с ориентацией на уровень конкуренции. Методология ценообразования. Стратегии ценообразования в туризме. Порядок ценообразования в туризме. Структура цены на туристский продукт. Метод нормативной калькуляции. Тариф.

Контрольные вопросы и задания:

1. Что собой представляет цена?
2. Какими функциями обладает цена?
3. Какие принципы лежат в основе ценообразования?
4. Как рассчитать цену туристской путевки?
5. Какими методами осуществляется регулирование цен?
6. Какие инструменты регулирующих воздействий цен применяются при использовании административных и косвенных методов?
7. Какие вам известны виды цен используемых в практике работы турфирм?
8. Как вы понимаете стратегию ценообразования?
9. От чего зависит розничная цена тура?
10. Какое влияние оказывают издержки производства на цену товаров, услуг?
11. Можно ли используя ценовую стратегию достичь более высокой конкурентоспособности турфирмы на рынке?
12. Какие методы ценообразования туров используют туроператоры при реализации их турагентам?

Сообщения, доклады, рефераты:

1. Ценовая политика Республики Беларусь на рынке туристских услуг.
2. Проблемы формирования цены на туристические продукты в условиях усиливающейся конкуренции

Компендиум

Цена — это денежная оценка стоимости единицы товара.

Тариф — денежная оценка стоимости единицы работы (услуги).

Экономическая сущность цены отражается в ее *функциях*:

- ◆ учетной;
- ◆ стимулирующей;
- ◆ распределительной;
- ◆ функции сбалансированного спроса и предложения;
- ◆ функции цены как средства рационального размещения производства;
- ◆ информационной.

Цена формируется посредством **ценообразования** – процесса установления, регулирования цен (тарифов) в соответствии с установленным законодательством порядком.

В основе ценообразования лежат *принципы* – постоянно действующие основные положения, характерные для всей системы цен. Важнейшими из них являются следующие:

- ◆ сочетание свободных и регулируемых цен;
- ◆ разграничение полномочий субъектов ценообразования на установление и регулирование цен;
- ◆ установление регулируемых цен (тарифов) на уровне, обеспечивающем нормально работающим субъектам хозяйствования возмещение экономически обоснованных затрат и получение достаточной для расширенного воспроизводства прибыли с предоставлением при необходимости государственных субсидий и других мер государственной поддержки;
- ◆ государственный контроль за соблюдением законодательства о ценообразовании, формированием и применением цен (тарифов).

Ценообразование в туризме представляет собой сложный и многоэтапный процесс, что в первую очередь требует определения его методологии.

Методология ценообразования – это совокупность общих правил, принципов и методов: разработки концепции ценообразования; определения и обоснования цен; формирования системы цен; управления ценообразованием. Методология едина для всех уровней установления цен. На ее основе разрабатывается стратегия ценообразования. Конкретные рекомендации и средства (инструментарий) для ее реализации содержат методики, объединяющие целый ряд методов формирования цен.

Для производителей туристского продукта цена в большей степени, чем другие факторы производства, определяет рентабельность фирмы, ее жизнеспособность и финансовую стабильность. Это связано с тем, что цена является той гранью соприкосновения с потребителем, от оперативного и квалифицированного управления которой зависит общий успех. Анализируя спрос на туристский продукт, фирма может немедленно отреагировать на его эластичность путем лавирования цены. Цена является действенным рычагом, позволяющим обеспечить в туристской фирме конкурентоспособность. Ошибка в ценовой политике может вести к неудаче всего бизнеса, даже если все другие его элементы функционируют нормально.

Стратегия ценообразования в туристской фирме зависит прежде всего от особенностей рынка, на котором она функционирует.

Ценовая политика турфирм включает:

- ◆ **стратегию ориентации на покупателя**, которая предполагает, что туристская фирма поддерживает постоянную связь с клиентами (поздравления с праздниками, приглашения на мероприятия, проводимые фирмой и др.); стремится к высокому качеству обслуживания на всех уровнях и этапах; постоянно совершенствует стиль работы в фирме, укрепляет трудовой коллектив и т.д.;
- ◆ **стратегию ориентации на качество**. Базовое качество продукта (удовлетворенность клиента полученным отдыхом, чистота и комфорт номера в отеле, вежливое и внимательное отношение руководителя группы и др.) – главная часть данной стратегии.

Существует несколько основных *методов расчета цены*;

- ◆ затратный, учитывающий издержки производства;
- ◆ на основе безубыточности и обеспечения целевой прибыли;
- ◆ агрегатный;
- ◆ параметрический;
- ◆ на основе уровня текущих цен;
- ◆ с ориентацией на спрос;
- ◆ с ориентацией на уровень конкуренции.

Однако в ценовой политике туристских предприятий ни один из перечисленных методов не используется в чистом виде. Они изменяются во взаимодействии друг с другом, что позволяет предприятию проводить гибкую ценовую политику.

Прейскуранты, каталоги – это систематизированные сборники цен на реализуемый товар. В контракте между партнерами и договоре с клиентом оговаривается право продавца туристского продукта (услуги) изменять цену в случае изменений в издержках производства, других экономических условиях, что подтверждается предъявлением калькуляции на момент продажи.

Сконто – скидки с первоначальной продажной цены при платеже наличными или до срока.

Оптовые скидки означают снижение цены при оптовой покупке определенного количества туров, мест в самолете или гостинице. Скидки побуждают покупателя обращаться к одному и тому же продавцу, поскольку сумма скидок от повторных покупок окажется больше, чем при покупках у разных продавцов. Турфирма, хотя и снижает цены, ускоряет реализацию своего продукта, а значит и оборот капитала, получая в итоге дополнительную прибыль.

Функциональные скидки предоставляются туристским агентствам и другим фирмам, входящим в сбытовую сеть туроператора.

Сезонные (предсезонные и послесезонные) скидки для покупателей, приобретающих туристский продукт или услугу в период отсутствия основного спроса на них, очень широко используются гостиницами, авиакомпаниями, туристскими компаниями.

Прочие скидки. Таковыми могут быть ценовая скидка в рамках рекламных туров и других рекламных акций, проводимых с участием туристских фирм; скидка или компенсация юбилейному клиенту в честь дня основания фирмы.

Структура цены турпродукта выглядит следующим образом:

- 1) материальные затраты;
- 2) расходы на оплату труда;
- 3) налоги;
- 4) амортизационные отчисления;
- 5) прочие расходы, в том числе аренда офиса, административно-управленческие расходы;

- 6) прибыль;
- 7) обязательные налоговые платежи;
- 8) цена турпакета партнера

Итого: отпускная цена.

На определении конкретной цены тура ценовая политика туристской фирмы не заканчивается.

Необходимо отследить и учесть новые моменты:

- ◆ как отреагирует на цену конкурент?
- ◆ не вызовет ли данная цена противодействия государственных органов?
- ◆ каково психологическое восприятие цены потребителями?

Ответы на эти вопросы завершают разработку ценовой политики предприятия.

ТЕМА 10. ФИНАНСЫ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

План семинарского занятия

1. Сущность финансов и финансовых ресурсов туристических предприятий.
2. Финансовые отношения и финансовые ресурсы.
3. Понятие собственных и заемных финансовых средств.
4. Организация финансовой деятельности туристического предприятия. Понятие прямых и портфельных инвестиций.

Основные понятия темы

Финансы туристического предприятия. Финансовые отношения и финансовые ресурсы. Собственные и заемные финансовые средства. Ликвидность. Активы. Финансовые средства. Инвестиции. Прямые и портфельные инвестиции. Деловой риск.

Контрольные вопросы и задания

1. Что собой представляют финансы?
2. Какие функции присущи финансам?
3. Какие финансовые отношения складываются в сфере туризма и между кем?
4. Какие источники формирования финансовых ресурсов вы знаете?
5. Что означает высокая ликвидность активов предприятия?
6. Что означает эффект финансового рычага?
7. Что означает ликвидность предприятия?
8. На какие группы по степени ликвидности подразделяются активы баланса?

9. Какие виды расчетов применяются в сфере туризма?
10. Какие формы расчетов более перспективны?
11. Что такое прямые инвестиции?
12. Что такое портфельные инвестиции?

Сообщения, доклады, рефераты

1. Прибыль как важнейший определяющий и оценочный показатель устойчивости и конкурентоспособности туристского предприятия.
2. Деловой риск в обеспечении финансовой устойчивости туристской фирмы.
3. Анализ финансового состояния предприятия.

Тест

1. Ответьте, верны ли следующие утверждения:
 - а) получение денежной выручки от реализации туристских услуг означает получение прибыли (да, нет);
 - б) при затратах, превышающих выручку, туристская организация получает прибыль (да, нет).
2. Фонд накопления, образуемый за счет прибыли, используется:
 - на развитие бизнеса;
 - на финансирование социальных нужд туристской организации;
 - на оказание материальной помощи сотрудникам организации;
 - на покрытие балансовых убытков.
3. Фонд потребления, образуемый за счет прибыли, используется:
 - а) на развитие бизнеса;
 - б) на финансирование социальных нужд предприятия;
 - с) на покрытие непредвиденных потерь.
4. Резервный фонд, образуемый за счет прибыли, используется:
 - а) на развитие бизнеса;
 - б) на финансирование социальных нужд предприятия;
 - с) на покрытие непредвиденных потерь.

Компендиум

Финансовые отношения представляют собой систему экономических отношений, возникающих в процессе образования, распределения и использования денежных средств. Они весьма разнообразны, поскольку в процессе оборота денежных средств задействован широкий круг субъектов: партнеры, потребители, банки и др. Как следствие, на характер этих отношений влияет огромное количество факторов как объективного, так и субъективного характера. Учитывая эти обстоятельства, следует отметить,

что выработанные экономической наукой положения, определяющие основы теории финансов, являются общими для всех видов и сфер деятельности, в том числе для туризма. Тем не менее механизм их проявления на конкретном предприятии имеет свою специфику.

Сущность финансов проявляется в их функциях:

- ◆ формирование денежных доходов с целью обеспечения жизнедеятельности туристской фирмы;
- ◆ распределение (использование) денежных доходов;
- ◆ контроль за формированием и использованием денежных доходов.

Основополагающей функцией финансов туристского предприятия является **формирование денежных доходов**.

Роль *распределительной функции* финансов туристского предприятия заключается в соблюдении интересов государства, предприятия и каждого работника.

Сущность *контрольной функции* – в способности финансов предприятия отражать характер их распределения, образования и использования. Эта функция реализуется посредством проверки финансовой деятельности за определенный период. Осуществление контрольной функции во многом зависит от финансовой информации и уровня финансовой дисциплины на предприятии.

Финансовая информация – это совокупность финансовых показателей, характеризующих различные стороны деятельности предприятия.

Финансовая дисциплина предполагает обязательный для всех предприятий и должностных лиц порядок осуществления финансовой деятельности.

Контролирует финансовую деятельность туристских предприятий ряд субъектов. Этот признак положен в основу *классификации видов финансового контроля*, в соответствии с которой различают:

- ◆ государственный;
- ◆ внутрихозяйственный;
- ◆ независимый контроль.

Успешная работа финансового механизма невозможна без ее профессиональной организации. С этой целью на туристском предприятии создается финансовая служба или выделяется должность финансиста в штатном расписании.

Финансовые ресурсы в большей степени, чем другие, определяют успех туристской организации. Основным их источником является стоимость реализованного туристского продукта (услуги), часть которой после распределения выручки принимает форму денежных фондов специального назначения.

По режиму использования все источники финансовых ресурсов делятся на:

- ◆ собственные и приравненные к ним средства;

- ◆ заемные средства;
- ◆ привлеченные средства.

Собственные финансовые средства – это базовая и основная часть всех финансовых ресурсов предприятия, которая образуется на момент создания фирмы и находится в ее распоряжении на протяжении всего срока ее существования, – *уставный фонд*.

К собственным средствам приравниваются так называемые *устойчивые пассивы*: переходящая задолженность работникам предприятия по заработной плате и отчислениям в специальные налоговые фонды, облагаемой базой которых являются фонд оплаты труда, задолженность партнерам и потребителям по полученным авансам, кредиторская задолженность и др.

Заемные финансовые средства образуют долгосрочные и краткосрочные кредиты банков, ссуды.

Привлеченные средства – это средства других предприятий и организаций, временно находящиеся в обороте туристского предприятия в связи с существующей системой расчетов (задолженность кредиторам, доходы будущих периодов и др.).

Инвестиционная деятельность относится к числу финансовых методов, которые непосредственно связаны с привлечением и размещением финансовых ресурсов. Наиболее распространенными формами инвестиций являются прямые и портфельные.

Под *прямыми инвестициями* принято понимать вложения предприятия в уставный капитал другой компании с целью установления контроля над ней (приобретение контрольного пакета акций), а также вложения в новые физические активы – капиталобразующие инвестиции.

Портфельные инвестиции – это совокупность финансовых инструментов в виде ценных бумаг, кредитов и других инструментов, посредством которых осуществляются операции на финансовых рынках.

Иностранные инвестиции – это вложенные (вкладываемые) иностранными инвесторами финансовые и материальные средства в различные объекты деятельности, а также переданные права на имущественную и интеллектуальную собственность хозяйствующим субъектам Республики Беларусь с целью получения прибыли (дохода) или достижения социального эффекта. Иностранными инвесторами могут выступать иностранные государства, объединения, международные организации, иностранные юридические и физические лица, а также граждане Беларуси, постоянно проживающие за границей.

Инвестиционные проекты в туризме могут быть направлены:

- ◆ на расширение и развитие предприятия:
- разработку проектов строительства или реконструкцию офиса;
- приобретение имущества, строительство предприятий размещения и питания;

- приобретение транспортных средств, объектов социально-культурного и спортивного назначения или долевое участие в их строительстве;
- обновление и реконструкцию рекреационных туристских объектов;
- улучшение условий труда сотрудников и др.;
 - ◆ освоение новых сегментов рынка и производство туристских продуктов и услуг:
- составление бизнес-плана;
- маркетинг туристского рынка;
- разработку рекламной компании;
- переподготовку кадров;
- внедрение системы качества обслуживания;
 - ◆ внедрение информационных технологий:
- разработку проектов по компьютеризации;
- внедрение системы Интернет, различных программных проектов и т.д.;
 - ◆ приобретение финансовых и нематериальных активов:
- приобретение пакета акций;
- финансовый лизинг;
- франчайзинг.

ТЕМА 11. НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

План семинарского занятия

1. Сущность, виды и характеристика налогов.
2. Принципы налогообложения в Республике Беларусь.
3. Функции налогов. Понятие налогового обязательства, контроля.
4. Налогообложение туристских предприятий.

Основные понятия темы

Налог. Принципы эффективности, справедливости, нейтральности и простоты налогообложения в Республике Беларусь. Функции налогов. Налоговое обязательства, налоговая декларация, налоговый контроль. Налоговые проверки. Особенности налогообложения туристических предприятий. Обобщающие и частные показатели налоговой нагрузки. Прямые и косвенные налоги. Налоги с физических, юридических лиц. Смешанные налоги. Налоги общего назначения и целевые налоги. Обобщающие и частные показатели налоговой нагрузки.

Контрольные вопросы и задания:

1. Что собой представляет налоговая система?

2. Как экономически обосновать применение дифференцированной системы взимания налогов?
3. Какими методами осуществляется уплата налогов?
4. Какие функции призваны выполнять налоги в условиях рыночной системы?
5. Какие принципы лежат в основе налогообложения?
6. Какие налоги являются прямыми?
7. Какие налоги являются косвенными?
8. Какую зависимость налоговых ставок отражает кривая Лаффера?

Сообщения, доклады, рефераты:

1. Понятие и анализ налоговой нагрузки в РБ.
2. Изменения в налоговом законодательстве РБ за последние годы.
3. Особенности налогообложения туристской деятельности.
4. Местные налоговые платежи, действующие в сфере туризма Витебской области.

Тест

1. Основа налоговой системы страны, это:
 - a) подоходный налог с населения, взносы на социальное страхование, налог на прибыль и доходы предприятий;
 - b) подоходный налог с населения, взносы на социальное страхование, налог на прибыль и доходы предприятий, налог на добавленную стоимость;
 - c) подоходный налог с населения, взносы на социальное страхование, налог на прибыль и доходы предприятий, налог на добавленную стоимость, акцизные сборы, таможенные пошлины и имущественные налоги.
2. Налоговые льготы – это:
 - a) полное освобождение от уплаты налогов, сборов, пошлин при наличии оснований, установленных законодательством;
 - b) предоставление отдельным категориям налогоплательщиков при наличии оснований, установленных законодательством, возможности (преимущества) не уплачивать налог или уплачивать его в меньшем по сравнению с другими налогоплательщиками размере;
 - c) предоставление дополнительных вычетов или скидки, уменьшающих налоговую базу;
 - d) нет правильного ответа.
3. К По способу взимания налоги делятся на:
 - a) прямые и косвенные;
 - b) реальные и личные;
 - c) акцизы;
 - d) налог с оборота.

4. В зависимости от характера использования налоги могут быть:
- а) общего назначения и целевые;
 - б) реальные и личные;
 - в) акцизы;
 - г) налог с оборота.
5. Адам Смит в своей книге «Исследование о природе и причинах богатства народов» в 1776 г. сформулировал сколько правил («максимы»)? : акцизы, НДС;
- а) четыре;
 - б) пять;
 - в) шесть.

Компендиум

Налоговая система – совокупность всех взимаемых в государстве налогов, методы и принципы их построения, способы исчисления и взимания, налоговый контроль, устанавливаемые в законодательном порядке.

Основа налоговой системы страны – подоходный налог с населения, взносы на социальное страхование, налог на прибыль и доходы предприятий, налог на добавленную стоимость, акцизные сборы, таможенные пошлины и имущественные налоги.

Налоговая система любого государства основывается на группе принципов. **Принципы налогообложения**, сформулированные в XVIII–XIX вв., не утратили своего значения и в XX–XXI вв., которые определяются следующим образом:

1. **Принцип справедливости** налогообложения раскрывается в вертикальном аспекте (налоги взимаются в соответствии с финансовыми возможностями плательщиков, т. е. с увеличением доходов повышается и ставка налогообложения) и горизонтальном (устанавливается единая ставка налога для лиц с одинаковым уровнем дохода).

2. **Принцип эффективности** налоговой системы характеризуется наличием инструментов, стимулирующих экономический рост, хозяйственную деятельность экономических субъектов рынка.

3. **Принцип нейтральности** определяется как равновеликость налоговых изъятий независимо от сферы приложения капитала и видов деятельности.

4. **Принцип простоты** заключается в легкости и доступности техники подсчета налогов и закрепляется соответствующими нормативными актами.

По способу взимания налоги подразделяются на прямые и косвенные.

Прямые налоги устанавливаются на доходы и имущество плательщиков, при этом юридический и фактический плательщики совпадают. Принципиально важно, что в процессе взимания прямых налогов между государством и плательщиками налогов устанавливаются прямые денеж-

ные отношения. Примерами таких налогов являются подоходный налог с физических лиц, налоги на доходы и прибыль, налог на недвижимость.

Косвенные налоги включаются в отпускную цену товаров (работ, услуг) в виде надбавки. Здесь фактическим плательщиком является потребитель товаров (работ, услуг), а юридическая обязанность внесения их в бюджет возлагается на продавца. Такими налогами являются, например, акцизы, налог на добавленную стоимость. При косвенном налогообложении юридическим плательщиком выступает продавец товаров (работ, услуг), являющийся посредником между государством и потребителем товаров (работ, услуг). Потребитель, в свою очередь, представляет собой реального плательщика – носителя налога.

В свою очередь прямые налоги подразделяются на реальные и личные.

Реальные налоги – налоги, уплачиваемые с предполагаемого среднего дохода, размер которого отражает потенциальные (предполагаемые) результаты финансово-хозяйственной деятельности налогоплательщика (единый налог с индивидуальных предпринимателей, налог на игорный бизнес). При взимании реальных налогов финансовое состояние налогоплательщика не принимается во внимание, а в расчет берется только непосредственно объект налогообложения.

Личные налоги – налоги, уплачиваемые с действительно полученного дохода, учитывающие фактическую платежеспособность налогоплательщика (подоходный налог с граждан, налог на прибыль с организаций).

По субъекту уплаты выделяют следующие виды налогов: **налоги с физических лиц** (подоходный налог с физических лиц); **налоги с юридических лиц** (налог на прибыль, налог на игорный бизнес, налог на доходы от осуществления лотерейной деятельности); **смешанные налоги**, которые уплачивают как организации, так и физические лица (налог на недвижимость, земельный налог).

В зависимости от характера использования налоги могут быть общего назначения и целевые.

Налоги **общего назначения** (абстрактные налоги) используются на общие цели без конкретизации мероприятий или затрат, на которые они расходуются. Такими являются, как правило, основополагающие налоги, взимаемые на территории определенного государства (налог на прибыль, подоходный налог, налог на недвижимость).

Целевые (специальные) налоги используются для финансирования конкретных мероприятий и зачисляются, как правило, в соответствующие государственные целевые бюджетные или внебюджетные фонды. В Республике Беларусь распространена практика применения целевых налоговых платежей, посредством которых формируются доходы государственных целевых бюджетных фондов (республиканский фонд поддержки производителей сельскохозяйственной продукции, продовольствия и аграрной науки, республиканский дорожный фонд и др.).

Адам Смит в своей книге «Исследование о природе и причинах богатства народов» в 1776 г. сформулировал четыре правила («максимы»):

- налоги должны уплачиваться в соответствии со способностями и силами подданных;
- размер налогов и сроки их уплаты должны быть точно определены до начала налогового периода;
- время взимания налогов устанавливается удобным для налогоплательщика;
- каждый налог должен быть задуман и разработан так, чтобы он брал из карманов народа возможно меньше сверх того, что он приносит казначейству государства.

Основными *принципами современной налоговой системы* являются:

- обязательность уплаты налогов, сборов и пошлин;
- равенство и справедливость по отношению ко всем налогоплательщикам;
- определенность и однозначность налогового законодательства;
- однократность налогообложения доходов;
- соразмерность налогов с величиной получаемых налогоплательщиком доходов;
- простота начисления налогов и удобство их уплаты;
- стабильность налогов;
- гибкость налоговой системы, адаптируемость к меняющейся экономической ситуации;
- единство. Налоговая система действует на всей территории страны для всех типов налогоплательщиков.

Обобщающие показатели налоговой нагрузки будут опережать величину совокупного налогового изъятия из общей суммы финансовых ресурсов предприятия. Их изучение позволит судить о степени влияния налогов на финансовый потенциал субъекта предпринимательства.

Частные показатели определяются путем отношения налоговых платежей к соответствующему источнику их покрытия. К ним можно отнести показатели налоговой нагрузки на выручку от реализации; на себестоимость; облагаемую прибыль; чистую прибыль; на одного работника.

ТЕМА 12. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

План семинарского занятия

1. Характеристика показателей уровня развития туризма
2. Сущность и виды дохода
3. Сущность прибыли и рентабельности
4. Анализ хозяйственной деятельности туристического предприятия

Основные понятия темы

Показатели уровня развития туризма. Рентабельность хозяйственной деятельности туристического предприятия. Прибыль. Внереализационные доходы. Финансовая отчетность туристического предприятия и ее значение. Анализ финансово-экономического положения туристического предприятия. Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости туристического предприятия.

Контрольные вопросы и задания

1. Какое различие между операционными и внереализационными доходами?
2. Что собой представляет валовой доход турфирмы?
3. Как рассчитать прибыль от реализации товаров, работ и услуг?
4. Что входит в состав балансовой прибыли предприятия?
5. Как рассчитывается прибыль от реализации?
6. Что относится к внереализационным доходам?
7. Как рассчитать экономическую прибыль?
8. Как рассчитать бухгалтерскую прибыль?
9. Что такое чистая прибыль?
10. Какие фонды формирует предприятие (турфирма) из чистой прибыли?
11. Какие виды рентабельности Вы знаете?
12. Как рассчитать рентабельность производства?

Сообщения, доклады, рефераты:

1. Прибыль как важнейший определяющий и оценочный показатель устойчивости и конкурентоспособности туристского предприятия.
2. Источники доходности и роста прибыли туристского предприятия.

Компендиум

Деятельность туристского предприятия в первую очередь направлена на получение экономической выгоды.

Экономическая выгода – это способность имущества содействовать притоку в организацию денежных средств или иных активов, формирующих ее **доходы**.

В зависимости от характера, условий получения и направления деятельности организации они подразделяются на:

- ◆ доходы от видов деятельности организации;
- ◆ операционные доходы;
- ◆ внереализационные доходы.

Доходами от видов деятельности организации является выручка от реализации, т.е. сумма денежных средств либо иное имущество в денежном выражении, полученные либо подлежащие получению в результате реализации товара (работ, услуг) по ценам и тарифам в соответствии с договором за определенный период времени (объем продаж).

Применительно к туристическим организациям это продукция (работы, услуги), которые формируют стоимость путевки с учетом приобретенных услуг (проживание, питание и т.д.) в местах проживания и транспортных услуг по отправке и возвращению туристов – это сумма превышения средств, полученных от туристов для оплаты оказываемых туристских услуг, над средствами, перечисленными третьим лицам за оказанные туристам услуги.

Выручкой от реализации туристской организации являются доходы от основной деятельности, носящие регулярный характер: производство и реализация туристского продукта; реализация дополнительных услуг.

Выручка от реализации признается таковой, если:

- ◆ организация в соответствии с договором или иным основанием имеет право на ее получение;
- ◆ сумма выручки определена принятой в организации учетной политикой;
- ◆ расходы, включенные в фактическую себестоимость товаров (услуг), соответствуют полученной или подлежащей получению выручке.

К внереализационным доходам относятся:

- ◆ доходы от сдачи в аренду (лизинг) имущества;
- ◆ проценты, полученные за пользование денежными средствами другими организациями и банком;
- ◆ суммы штрафов, пеней, неустоек и других видов санкций за нарушение условий договора;
- ◆ поступления в счет возмещения убытков организации;
- ◆ стоимость безвозмездно полученных товаров (услуг);
- ◆ принятое к учету имущество, оказавшееся в излишке по результатам инвентаризации;
- ◆ суммы кредиторской задолженности;
- ◆ положительные курсовые разницы, возникающие при переоценке имущества и обязательств;
- ◆ плата за участие в торгах (тендерах) и др.

Функции прибыли:

- ◆ *характеризует экономический эффект*, полученный в процессе деятельности предприятия, т.е. конечный финансовый результат. Его положительная величина свидетельствует о том, что выручка от реализации продукции превышает все расходы, связанные с ее производством;
- ◆ *стимулирующая*. Означает, что прибыль является одновременно финансовым результатом и основным элементом финансовых ресурсов туристического предприятия, которое заинтересованно в получении максимальной прибыли, поскольку последняя является основным ис-

точником расширения его деятельности и решения социальных вопросов коллектива;

- ◆ *источник формирования бюджетов разных уровней.* Прибыль формирует бюджеты в виде налогов и отчислений и удовлетворяет интересы государства, предприятия, собственника, работника.

В зависимости от метода исчисления различают следующие *виды* прибыли:

- ◆ *экономическая* – разность между полученной выручкой и экономическими издержками;
- ◆ *бухгалтерская* – разность между полученной выручкой и бухгалтерскими издержками. Данный вид прибыли тождественен балансовой прибыли и прибыли от реализации;
- ◆ *прибыль (убыток) от реализации* товаров (работ, услуг), иных ценностей, имущественных прав. Определяется как положительная (отрицательная) разница между выручкой, полученной от реализации, и затратами на производство и реализацию этих товаров (работ, услуг), иных ценностей (за исключением основных средств), имущественных прав, учитываемыми при налогообложении, а также суммами налогов и сборов, уплачиваемых согласно установленному законодательными актами порядку из выручки, полученной от реализации товаров (работ, услуг);
- ◆ *номинальная.* Характеризует фактически полученный размер прибыли;
- ◆ *реальная.* Это номинальная прибыль, скорректированная на уровень инфляции;
- ◆ *недополученная прибыль (издержки упущенных возможностей)* – денежные доходы, которые могло бы получить предприятие при более выгодном использовании принадлежащих ему ресурсов;
- ◆ *прибыль от реализации основных средств* – положительная (отрицательная) разница между выручкой от реализации основных средств, уменьшенной на сумму налогов и сборов, уплачиваемых из выручки, полученной от реализации товаров (работ, услуг), и остаточной стоимостью основных средств;

налогооблагаемая прибыль (НОП) исчисляется исходя из суммы прибыли от реализации товаров (работ, услуг), иных ценностей (включая основные средства, товарно-материальные ценности, нематериальные активы), имущественных прав и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям. При определении НОП не учитываются:

- прибыль, полученная от дивидендов и приравненных к ним доходов, облагаемых налогом на доходы, исчисляемая как разность между начисленными дивидендами (приравненными к ним доходами) и налогами на доходы;
- прибыль (убыток), полученная от осуществления лотерейной деятельности, игорного бизнеса, реализации (погашения) ценных бумаг.

НОП уменьшается на суммы:

- налога на недвижимость;
- прибыли, направленной на финансирование капитальных вложений производственного назначения и жилищного строительства, а также погашение кредитов банка, полученных и использованных на эти цели;
- льгот, установленных законодателем для организаций, использующих труд инвалидов; резидентов парка высоких технологий и некоторых других категорий.

Размер прибыли от реализации зависит от следующих основных факторов:

- ◆ себестоимости туристского продукта;
- ◆ объема реализации;
- ◆ уровня действующих цен на туристский продукт.

Основные пути увеличения прибыли:

- ◆ увеличение объема продаж;
- ◆ расширение перечня туристских продуктов и дополнительных услуг;
- ◆ повышение качества обслуживания потребителей;
- ◆ снижение себестоимости туристского продукта по элементам структуры затрат;
- ◆ расширение рынка сбыта;
- ◆ совершенствование политики управления;
- ◆ продажа (сдача в аренду) излишнего имущества и др.

Экономический анализ прибыли и рентабельности заключается в изучении:

- ◆ выполнения плана по прибыли и рентабельности;
- ◆ динамики прибыли и рентабельности;
- ◆ влияния и условий влияния факторов, воздействующих на прибыль и рентабельность;
- ◆ резервов роста прибыли и способов их мобилизации.

Рентабельность – качественный показатель эффективности производства, характеризующий уровень отдачи затрат и степень использования средств на предприятии.

Различают два *вида* рентабельности:

- ◆ рассчитанная на основе балансовой прибыли;
- ◆ рассчитанная на основе чистой прибыли.

Экономический анализ хозяйственной деятельности туристского предприятия – это комплексное изучение его работы с целью объективной оценки достигнутых результатов, обеспечения конкурентоспособности, повышения эффективности хозяйствования и качества обслуживания.

Анализ охватывает все стороны деятельности туристского предприятия и определяет влияние условий, в которых она осуществляется. Главное внимание уделяется выяснению причин, препятствующих повышению эффективности работы или приведших предприятие к состоянию неопределенности.

Принципы анализа:

- ◆ научность;
- ◆ комплексность;
- ◆ системность;
- ◆ объективность;
- ◆ действенность;
- ◆ конкретность;
- ◆ своевременность;
- ◆ оперативность;
- ◆ достоверность;
- ◆ эффективность.

Виды анализа классифицируются следующим образом:

- ◆ *по признаку времени*
 - предварительный;
 - последующий – оперативный (ситуационный), итоговый;
- ◆ *по периодичности проведения*
 - периодический;
 - разовый;

Метод экономического анализа есть процесс исследования от общего к частному, от частного к общему, от следствий к причинам, от причин к следствиям.

Методика экономического анализа – это совокупность специальных приемов, способов, правил, применяемых для обработки экономической информации.

Важным условием, которое необходимо соблюдать при анализе, является сопоставимость показателей, поскольку сравнивать можно только качественно однородные величины. При этом должны быть учтены следующие требования:

- ◆ единство качественных, объемных, структурных, стоимостных факторов;
- ◆ единство промежутков или моментов времени, за которые сравниваемые показатели были исчислены;
- ◆ сопоставимость исходных условий производства туристского продукта;
- ◆ единство методики исчисления показателей и их состава.

Существуют два типа связи, которые подвергаются исследованию в процессе факторного анализа:

- ◆ функциональные;
- ◆ стохастические.

Функциональной (детерминированной) называется связь, если при заданных условиях она переходит в единственное, определенное состояние. **Стохастической (вероятностной)** связь является, если при одних и тех же начальных условиях она может переходить в различные состояния, т.е. каждому факторному признаку соответствует множество результатов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Законодательные и нормативные документы

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь. 7 декабря 1998 г. № 218-З – [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://pravo.levonevsky.org/kodeksby/gk/index.htm> – Дата доступа: 26.10.2014.
2. Конституция Республики Беларусь 1994 г. (с изменениями и дополнениями) / Официальный Интернет-портал Президента Республики – [Электронный ресурс] Режим доступа: http://president.gov.by/ru/constitution_ru – Дата доступа: 26.10.2014.
3. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011 – 2015 гг. – [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/ru/macroeconomy/programma> – Дата доступа: 26.10.2014.
4. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 гг. – [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.economy.gov.by/ru/macroeconomy/programma_soc_econom_razvitiia – Дата доступа: 26.10.2014.

Основная литература

5. Балабанов, И. Т. Экономика туризма: Учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по экон. спец. и напр. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 176 с.
6. Боголюбов, В. С. Экономика туризма: учеб. пособие для студ., обучающихся по спец. «Экономика и управление на предприятии туризма и гостиничного хозяйства». – 3-е изд., стер. – Москва: Академия, 2008. – 192 с.
7. Горбылева, З. М. Экономика туризма: Учеб.-практ. пособие / Горбылева З.М.; БГЭУ. Высшая школа туризма. – 2-е изд. – Мн.: БГЭУ, 2001. – 154 с.
8. Горбылева, З. М. Экономика туризма: Практикум: Учеб. пособие для студ. спец. «Экономика и управление на предприятии». – Мн.: БГЭУ, 2002. – 143 с.
9. Горбылева, З. М. Экономика туризма: Учеб. пособие для студ. спец. «Экономика и управление на предприятии» учреждений, обеспечивающих получение высш. образования. – Мн.: БГЭУ, 2004. – 478 с.
10. Горбылева, З. М. Экономика предприятий туризма: Учеб.-метод. пособие для студ. спец. «Экономика и управление на предприятии». – Мн.: РИПО, Tempus. 2014. – 226 с.
11. Темный, Ю. В. Экономика туризма: учебник. – М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2010. – 448 с.
12. Туризм и отраслевые системы: Учебник для студ. вузов туристского

- профиля / И. В. Зорин [и др.]; Междунар. кафедра ЮНЕСКО по культурн. туризму в целях мира и развития. Российская междунар. академия туризма. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 272 с.
13. Шахнович, С. В. Экономика туризма [Электронный ресурс]: курс лекций для студ. 3-го курса ист. фак. спец. 1-23 01 12-04 Муз. дело и охрана ист.-культурного наследия (культурное наследие и туризм) / С. В. Шахнович; М-во образования РБ, УО «ВГУ им. П. М. Машерова», Каф. экон. теории. – Электрон. дан. – Витебск: УО «ВГУ им. П. М. Машерова», 2011.
14. Экономика туризма [Электронный ресурс]: тесты для студентов специальности 1-23 01 12-04 Музейное дело и охрана историко-культурного наследия (культурное наследие и туризм) / [сост. С. В. Шахнович]; М-во образования РБ, УО «ВГУ им. П. М. Машерова». – Электрон. дан. – Витебск, 2010.

Дополнительная литература

15. Басовский, Л. Е. Мировая экономика: курс лекций: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений, изучающих дисциплину «Мировая экономика». – М.: ИНФРА-М, 2005. — 208 с.
16. Бенжамен, Г. Экономический и коммерческий словарь: англо-франко-русский словарь / пер. с фр. Е. В. Азимова. – М.: Международные отношения, 1993. – 448 с.
17. Бункина, М. К. Макроэкономика: учеб. пособие. – М., 1995. 152 –с.
18. Бункина, М. К. Национальная экономика: учеб. пособие для студ. / Акад. нар. хозяйства при Правительстве РФ. – М.: Дело, 1997. – 272 с.
19. Быстров, С. А. Туризм: макроэкономика и микроэкономика: [учеб. пособие для вузов]. – Москва; Санкт-Петербург: Герда, 2008. – 464 с.
20. Головачев, А. С. Экономика предприятия: учеб. пособие для студ. учреждений, обеспечивающих получение высш. образования по экон. спец.: в 2 ч. Ч. 1. – Минск: Вышэйшая школа, 2008. – 447 с.
21. Гуляев, В. Г. Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие. – Москва: Советский спорт, 2008. – 280 с.
22. Дорнбуш, Р. Макроэкономика: учеб. для вузов: пер. с англ. — М.: Изд-во МГУ: ИНФРА-М, 1997. – 784 с.
23. Жолдак, В. И. Основы менеджмента в спорте и туризме: Учебник для образоват. учреждений: В 2-х т. Т.2: Социально-педагогические основы / В. И. Жолдак, В. А. Квартальное; Рос. междунар. академия туризма. – М.: Советский спорт, 2002. – 184 с.
24. Зайцева, Н. А. Практикум по менеджменту туризма. Ситуации и тесты: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Н. А. Зайцева. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ФОРУМ, 2011. – 168 с.
25. Здоров, А. Б. Экономика туризма: учебник по спец. «Менеджмент ор-

- ганизации» / Рос. междунар. академия туризма. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 267 с.
26. Зубко, Н. М. Макроэкономика: ответы на экзаменационные вопросы. – Минск: ТетраСистемс, 2011. – 192 с.
 27. Кабушкин, Н. И. Менеджмент туризма: учеб. для студ. спец. «Экономика и управление социально-культурной сферой» высш. учеб. заведений / Н. И. Кабушкин. – 4-е изд., стер. – Минск: Новое знание, 2004. – 408 с.
 28. Кац, М. Микроэкономика / [пер. с англ. И. Пустовалова, К. Юрашкевича, Н. Мухортовой [и др.]]. – Минск: Новое знание, 2004. – XX, 828 с.
 29. Квартальнов, В. А. Туризм: Учеб. для образоват. учреждений туристского профиля / В. А. Квартальнов; Российская международная академия туризма. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 320 с.
 30. Козловский, В. В. Мировая экономика (социально-ориентированный подход): курс лекций / под ред. Э. А. Лутохиной. — Минск: Равноденствие, 2004. – 282 с.
 31. Лэйард Р. Макроэкономика: курс лекций для российских читателей. – М.: Джон Уайли энд Санз, 1994. – 160 с.
 32. Макроэкономика: учеб. пособие для студ. спец. «Гос. управление и экономика», «Мировая экономика» / под общ. ред. Э. А. Лутохиной; НАН РБ, Белорус. ин-т правоведения. – Минск: Равноденствие, 2004. – 296 с.
 33. Моисеева, Н. К. Стратегическое управление туристской фирмой: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений, обуч. по спец. «Менеджмент» / Н. К. Моисеева; Российская международная академия туризма. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 208 с.
 34. Морозова, Н. Н. Макроэкономика: пособие / М-во образования РБ, УО «Могилевский гос. ун-т им. А. А. Кулешова». – Могилев: Издат. центр МГУ им. А. А. Кулешова, 2009. – 184 с.
 35. Национальная экономика Беларуси: курс лекций / авт.-сост. Т. Ф. Балашова; М-во образования РБ, УО «Могилевский гос. ун-т им. А. А. Кулешова». – Могилев: УО «МГУ им. А. А. Кулешова», 2012. – 120 с.
 36. Нуреев, Р. М. Основы экономической теории: Микроэкономика: Теория, задачи, вопросы, тесты: учеб. для студентов экон. спец. вузов. – М.: Высшая школа, 1996. – 447 с.
 37. Покровский, Н. Е. Туризм: от социальной теории к практике управления: учеб. пособие по дисциплинам спец. для студ. высш. учеб. заведений, обучающихся по напр. (спец.) «Социология», «Социально-культурный сервис и туризм», «Менеджмент, «Менеджмент в социальной сфере», «Государственное и муниципальное управление», «Социальная антропология» / Н. Е. Покровский, Т. И. Черняева. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Логос, 2009. – 400 с.
 38. Сакс, Дж. Д. Макроэкономика. Глобальный подход: учебник: пер. с англ. – М.: Дело, 1996. – 848 с.

39. Симонов, А. С. Экономика на уроках математики. – М.: Школа-Пресс, 1999. – 460 с. – (Б-ка журнала «Математика в школе»; Вып. 9). – Библиогр.: с. 157.
40. Сно, К. К. Управленческая экономика: Текст, задачи и краткие примеры: Учеб. для вузов; пер. с англ. – 7-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 671 с.
41. Современная экономика: Лекционный курс: Многоуровневое учеб. пособие для студ.вузов / Науч. ред. Мамедов О.Ю. – 3-е изд., доп. – Ростов н/Д; М.: Феникс; АСТ, 2000 2001. – 544 с.
42. Современная экономика: учеб. пособие для школ, лицеев и колледжей / науч. ред. О. Ю. Мамедов. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1995. – 606 с.
43. Спиридонов, И. А. Мировая экономика: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений, обуч. по экон. спец. и направлениям / Московский гос. открытый ун-т. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 256 с.
44. Стрыгин, А. В. Мировая экономика: Учеб. пособие для студ., обуч. по экон. спец. и напр. / Российская академия социальных наук. – М.: Экзамен, 2001. – 512 с.
45. Тарасёнок, А. И. Геоэкономика туризма: учеб. пособие. — Москва: ИНФРА-М, 2011. – 272 с., [2] л. ил.: ил. – (Высшее образование). – Библиогр.: с. 267–271. – Словарь терминов: с. 260–266.
46. Ушаков, Д. С. Экономика туристской отрасли: учебное пособие. – Ростов-на-Дону: МарТ: Феникс, 2010. – 446 с.
47. Шимова, О. С. Основы экологии и экономика природопользования: учеб. для студентов высш. учеб. заведений по экон. спец. / под ред. О. С. Шимовой. – 3-е изд., перераб. и доп. – Минск: БГЭУ, 2010. – 454 с.
48. Экономика и организация туризма. Международный туризм: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / под ред.: И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчевой; Московская академия туристского и гостинично-ресторанного бизнеса. — 2-е изд., стер. – Москва: КНОРУС, 2006. – 565 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ

27 выпуск ЕКСД

«Должности служащих, занятых в организациях туризма»

Выпуск 27 ЕКСД «Должности служащих, занятых в организациях туризма» далее – Справочник), утвержденный постановлением Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 2 декабря 2002 г. № 150, является нормативным документом, регламентирующим организацию труда служащих.

Справочник обеспечивает правильный подбор и расстановку кадров, повышение их квалификации, разделение труда между руководителями, специалистами и другими служащими, а также единство в определении должностных обязанностей служащих и требований к их квалификации.

Справочник также служит основой при разработке должностных инструкций, определяющих конкретные обязанности исполнителей с учетом особенностей организации труда и управления, их права и ответственность.

Справочник разработан Научно-исследовательским институтом труда Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь при участии Министерства спорта и туризма Республики Беларусь и Республиканского унитарного предприятия «Национальное агентство по туризму Республики Беларусь».

Для небольших туристских организаций целесообразно использование должностей «Менеджер по туризму», «Специалист по туризму» и «Агент по туризму» с целью минимизации их штатов и унификации должностных обязанностей работников.

В этом случае должностные обязанности Менеджера по туризму могут включать в себя обязанности и Менеджера по формированию туристского продукта, и Менеджера по продаже туристского продукта и Менеджера по рекламе и т.д. по усмотрению организации. Код должности «Менеджер по туризму» согласно ОКПД - 23464.

1. РУКОВОДИТЕЛИ

ДИРЕКТОР ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Должностные обязанности. Осуществляет в соответствии с законодательством общее руководство основной, административно-хозяйственной и финансово-экономической деятельностью туристической организации, несет полную ответственность за все направления ее деятельности. Организует работу и эффективное взаимодействие структурных подразделений туристической организации, направляет их деятельность на обеспечение высокой культуры и качества предоставления туристических услуг. Осуществляет в соответствии с законодательством общее руководство основной, административно-хозяйственной и финансово-экономической деятельностью туристической организации, несет полную ответственность за все направления ее деятельности. Определяет стратегию развития организации. Утверждает текущие и перспективные планы работы и контролирует их выполнение. Определяет перспективные направления деятельности организации, участвует в деловых переговорах с партнерами с целью согласования тарифов и заключения контрактов (соглашений) о сотрудничестве. Определяет условия и заключает договоры, связанные с деятельностью туристической организации. Организует разработку программ и технологических документов туристических маршрутов. Контролирует выполнение этих документов в соответствии с принятыми стандартами. Несет ответственность за качество и безопасность предоставляемых туристических услуг, за их соответствие условиям заключенных договоров. Принимает меры по укомплектованию туристической организации квалифицирован-

ными кадрами, их материальному и моральному поощрению, по наилучшему использованию знаний и опыта работников, повышению их квалификации, созданию здоровых и безопасных условий труда. Организует работу и эффективное взаимодействие сотрудников и структурных подразделений туристической организации, направляет их деятельность на обеспечение высокой культуры обслуживания и качества предоставления туристических услуг. Утверждает штатное расписание и смету расходов туристического предприятия и обеспечивает их экономное и рациональное использование. Обеспечивает внедрение в деятельность предприятия инновационных технологий. Организует работу по выявлению и анализу проблем в работе туристической организации, рассмотрению замечаний и предложений клиентов, управлению и разрешению конфликтных ситуаций. Организует составление и своевременное представление установленной отчетности. Обеспечивает укрепление трудовой и производственной дисциплины, соблюдение правил и норм охраны труда и пожарной безопасности. Хранит коммерческую тайну организации (сведения, имеющие потенциальную коммерческую ценность и отнесенные к коммерческой тайне в соответствии с перечнем, закрепленным в приказе организации).

Должен знать: нормативные правовые акты, другие руководящие и методические документы, определяющие направления и перспективы развития туризма; специализацию и особенности структуры туристической организации; организацию финансово-хозяйственной деятельности; культуру межличностного общения; основы психологии, этики, эстетики; экономику, организацию труда и управления; маркетинг и рекламу; трудовое законодательство; правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности.

Квалификационные требования. Высшее профессиональное образование и стаж работы в туристической отрасли не менее 3 лет или высшее образование, переподготовка в сфере туризма и стаж работы в туристической отрасли не менее 3 лет.

МЕНЕДЖЕР ПО ТУРИЗМУ

Должностные обязанности. Организует работу по формированию и продвижению туристических услуг, представлению информации об имеющихся перспективных туристических услугах. Организует эффективную работу подчиненных работников, рационально контролирует выполнение ими должностных обязанностей. Разрабатывает текущие и перспективные планы работы по своему направлению деятельности. Организует поиск, сбор, анализ и систематизацию информации по туризму, географии, истории, архитектуре, религии, достопримечательностям, социально-экономическому устройству стран и пр. в рамках своего направления деятельности, обеспечивает ее полноту и достоверность. Организует проведение маркетинговых исследований спроса и предложения на туристические услуги, разработку концепции программы и стоимости туристических услуг. Организует проведение мероприятий по продвижению туристических услуг (рекламные кампании, презентации, выставки, ознакомительные туры, распространение рекламных материалов и пр.). Организует проведение переговоров с контрагентами, согласование существенных условий договоров, подготовку проектов договоров и обеспечивает их подписание (при наличии доверенности от руководителя туристической организации). Организует подготовку и оформление технологических документов на предлагаемые туристические услуги (технологические карты, информационные листки, памятки туристов, схемы, описания маршрутов путешествий и т.д.), контролирует качество их выполнения в соответствии с требованиями нормативных правовых и технических нормативных правовых актов. Организует подготовку специализированной туристической информации, информации по безопасности услуг, контролирует ее полноту и достоверность (наличие существенных условий договора). Определяет процедуры предоставления информации клиентам, контролирует своевремен-

ность ее доведения до клиентов. Контролирует ведение журналов инструктажей по обеспечению безопасности туристов в соответствии с требованиями нормативных правовых и технических нормативных правовых актов. Разрабатывает схему бронирования услуг. Контролирует своевременность оформления листов бронирования и подтверждение брони партнерами. Контролирует надлежащее исполнение туристических услуг (собственных и услуг контрагентов) в соответствии с требованиями, предусмотренными в заключенных договорах. Организует и контролирует рассмотрение поступивших жалоб клиентов на качество оказываемых туристических услуг, проведение корректирующих мероприятий, направленных на устранение выявленных недостатков в работе специалистов и контрагентов. Обеспечивает высокую культуру обслуживания клиентов. Организует ведение статистики организованных туров, путешествий и прочих туристических услуг, составление и своевременное представление установленной отчетности. Контролирует соблюдение трудовой дисциплины, соблюдение правил и норм охраны труда и пожарной безопасности.

Должен знать: нормативные правовые акты, другие руководящие и методические документы, определяющие направление и перспективы осуществления и развития туристической деятельности; географию стран мира, справочники, периодические издания, научные публикации по туризму, географии, истории, архитектуре, религии, достопримечательностям, социально-экономическому устройству стран и пр., туристические каталоги; основные концепции и принципы организации туристической индустрии; порядок оформления договоров и заключения контрактов по реализации туров; принципы определения стоимости туристических услуг; правила страхования туристов; порядок работы консульско-визовых служб, консульско-визовые формальности; правила бронирования билетов и услуг; порядок работы со средствами размещения (отели, гостиницы и пр.), компаниями-перевозчиками (авиа, железнодорожными, автобусными, круизными и др.), иными организациями; основы туристического права; основы маркетинга и менеджмента; теорию межличностного общения; иностранный язык; правила оформления туристической документации (договор на оказание туристических услуг, информационный листок, памятка, ваучер, финансовые документы и т.д.); методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникаций и связи, компьютеров; методики формирования туров; технику приема контрагентов и проведения переговоров; протокол и этикет; основы трудового законодательства; основы экономики, организации труда и управления; правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности.

Квалификационные требования. Высшее профессиональное образование и стаж работы в туристической отрасли не менее 3 лет либо высшее образование, переподготовка в сфере туризма и стаж работы в туристической отрасли не менее 3 лет.

НАЧАЛЬНИК ОТДЕЛА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Должностные обязанности. Осуществляет руководство деятельностью отдела, организует его работу, принимает решения по вопросам качественного и безопасного оказания клиентам туристических услуг в соответствии с заключенными договорами и требованиями стандартов. Определяет перспективные направления деятельности отдела, разрабатывает текущие и перспективные планы его работы. Обеспечивает экономное и рациональное использование материально-технических ресурсов сотрудниками отдела. Вносит предложения руководству организации по укомплектованию отдела кадрами, обладающими необходимыми знаниями и опытом работы в сфере туризма, повышению их квалификации в соответствии с требованиями нормативных документов. Организует эффективную работу отдела, рационально использует знания и опыт специалистов. Организует поиск, сбор, анализ и систематизацию информации по туризму

(справочники, каталоги и др.), географии, истории, архитектуре, религии, достопримечательностям, социально-экономическому устройству стран и др. Организует проведение маркетинговых исследований спроса и предложений на туристические услуги. Планирует и участвует в проведении рекламных кампаний, презентаций, деловых переговоров, встреч и пр. с целью разработки и продвижения туристических программ. Ведет переговоры с контрагентами, согласовывает существенные условия договоров, обеспечивает их подписание (при наличии доверенности от руководителя туристической организации). Контролирует оформление технологических документов по предлагаемым туристическо-экскурсионным маршрутам путешествий (технологические карты, информационные листки, памятки туристов, схемы, описания маршрутов путешествий и т.д.), контролирует качество их выполнения в соответствии с требованиями стандартов. Контролирует подготовку специализированной туристической информации, ее полноту и достоверность. Определяет порядок предоставления информации клиентам, контролирует своевременность ее доведения до клиентов. Разрабатывает схему бронирования услуг. Контролирует своевременность оформления листов бронирования и подтверждение брони партнерами. Контролирует оформление туристической документации (договор на оказание туристических услуг, информационный листок, памятка, ваучер, финансовые документы и т.д.) в соответствии с требованиями законодательства. Контролирует надлежащее исполнение туристических услуг (собственных и услуг контрагентов) в соответствии с требованиями, предусмотренными в заключенных с туристом договорах. Организует и контролирует рассмотрение поступивших замечаний и предложений клиентов о качестве оказываемых туристических услуг, проведение корректирующих мероприятий, направленных на устранение выявленных недостатков в качестве работы отдела и контрагентов. Обеспечивает высокую культуру обслуживания клиентов. Организует составление и своевременное представление установленной отчетности. Контролирует соблюдение трудовой дисциплины, соблюдение правил и норм охраны труда и пожарной безопасности в отделе.

Должен знать: нормативные правовые акты, другие руководящие и методические документы, определяющие направление и перспективы осуществления и развития туристической деятельности; страноведение; порядок оформления договоров и заключения контрактов по реализации туров; принципы определения стоимости туров; правила бронирования билетов и услуг; правила страхования туристов; консульско-визовые формальности; порядок работы со средствами размещения, компаниями-перевозчиками (авиа, железнодорожными, автобусными, круизными и др.), иными организациями; основы туристического права; основы маркетинга и менеджмента; терминологию и аббревиатуры, принятые в туристической индустрии; теорию межличностного общения; иностранный язык; справочники, периодические издания и научные публикации по туризму, туристические каталоги; правила оформления туристической документации (договор на оказание туристических услуг, информационный листок, памятка, ваучер, финансовые документы и т.д.); методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи; научные публикации по туризму, истории, архитектуре, религии, достопримечательностям, социально-экономическому устройству стран и др.; основные концепции и принципы организации туристической индустрии; методики формирования туров; технику приема контрагентов и проведения переговоров; протокол и этикет; теорию межличностного общения; иностранный язык; основы трудового законодательства; основы экономики, организацию труда и управления; правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности.

Квалификационные требования. Высшее профессиональное образование и стаж работы в туристической отрасли не менее 3 лет или высшее образование, переподготовка в сфере туризма и стаж работы в туристической отрасли не менее 3 лет.

2. СПЕЦИАЛИСТЫ

ГИД-ПЕРЕВОДЧИК

Должностные обязанности. Оказывает на понятном для иностранных туристов языке экскурсионно-информационные услуги. Сопровождает туристов, соблюдая утвержденный маршрут экскурсии (путешествия), контролирует качество обслуживания на маршруте. Осуществляет перевод экскурсий, путевой информации, бесед, встреч и т.д. Оказывает туристам организационные услуги. Принимает меры по обеспечению безопасности туристов. Информировывает туристов о правилах пребывания иностранных граждан на территории Республики Беларусь. Оказывает содействие иностранным туристам при прохождении паспортно-визового и таможенного контроля. Систематически совершенствует свою квалификацию, повышает уровень языковой подготовки, участвует в разработке новых форм и методов ведения экскурсионно-информационной работы. Прослушивает других гидов-переводчиков, изучает их опыт, участвует в работе конференций, семинаров и т.д. Применяет дифференцированный подход при работе с различными категориями иностранных туристов. Собирает и изучает исторические материалы, архивные документы, статистические и другие данные об экскурсионных объектах, культуре, традициях, достижениях белорусского народа, известных людях - уроженцах Беларуси. Постоянно включает в экскурсии актуальный материал. Участвует в разработке и освоении новых тем экскурсий, составлении информационных тематических материалов. Готовит ответы на характерные вопросы иностранных туристов. Вносит предложения по разработке новых экскурсионных и туристических маршрутов. Принимает меры по обеспечению безопасности туристов. При заболеваниях туристов, травмах оказывает первую медицинскую помощь и связывается с руководством туристического предприятия и страховой компанией. Координирует действия туристов в случаях чрезвычайных ситуаций. Оформляет в установленном порядке необходимую документацию. Анализирует замечания и предложения туристов относительно качества предоставляемых услуг, вносит предложения по их совершенствованию.

Должен знать: нормативные правовые документы по организации туристическо-экскурсионной деятельности и пребывания иностранных граждан на территории Республики Беларусь; принципы организации туристической индустрии, историю, культуру и географию, экспозиционный материал музеев, протокол и этикет, иностранный язык, теорию межличностного общения, основы психологии, методику проведения экскурсий; правила оказания первой медицинской помощи и схему действий при наступлении чрезвычайных ситуаций; правила оформления документации и составления отчетов, методы обработки и передачи информации с использованием компьютерных технологий, основы менеджмента, маркетинга и экономики, трудового законодательства, делопроизводства, требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов; правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности.

Квалификационные требования.

Гид-переводчик I квалификационной категории: высшее гуманитарное образование, специальная подготовка, свидетельство об аттестации гида-переводчика и стаж работы в должности гида-переводчика II квалификационной категории не менее 2 лет.

Гид-переводчик II квалификационной категории: высшее гуманитарное образование, специальная подготовка, свидетельство об аттестации гида-переводчика и стаж работы в должности гида-переводчика не менее 2 лет.

Гид-переводчик: высшее гуманитарное без предъявления требований к стажу работы или общее среднее образование и подготовка в объеме не менее трех курсов учредения, обеспечивающего получение высшего образования, специальная подготовка, свидетельство об аттестации гида-переводчика.

ИНСТРУКТОР-МЕТОДИСТ ПО ТУРИЗМУ

Должностные обязанности. Занимается разработкой, организацией и продвижением туров, используя различные методы маркетинга на рынке туров, включающих активную часть в виде: похода (пешего, водного, велосипедного, горного, лыжного, спелеологического, конного, автотраллийного), скалолазания, ледолазания, альпинистского восхождения, подводного погружения, катания на горных лыжах и лыжной доске, спусков по каньонам (каньонинга), военных игр с имитаторами оружия, охоты, рыбалки и других видов активного отдыха. Изучает маршруты с описанием их особенностей, оценивает пригодность маршрута для участников с различным уровнем подготовленности. Привлекает профессиональных гидов, инструкторов по отдельным видам активных туров. Организует материально-техническое обеспечение тура, в том числе определяет перечень необходимого оборудования, специального снаряжения, одежды и прочих предметов, обеспечивающих безопасное и успешное осуществление тура, обеспечивает организацию питания. Создает и поддерживает информационную базу данных по услугам, предоставляемым в рамках разрабатываемых туров, содержащую сведения о сложности активной части туров, требованиях, предъявляемых к физическому, моральному, психическому состоянию участника, необходимости прохождения предварительной подготовки, инструктажа и о прочих существенных условиях тура. Составляет необходимую документацию по туру, содержащую активную часть в соответствии с требованиями нормативных правовых и технических нормативных правовых актов (технологические карты, информационные листки, памятки туристов, схемы, описания маршрутов путешествий, паспорт трассы похода, правила, инструктажи по охране труда и обеспечению безопасности туристов и т.д.). Обеспечивает в соответствии с законодательством Республики Беларусь и других стран перемещение через пункты таможенного контроля оборудования, снаряжения, животных, трофеев и др. предметов. Предусматривает надежные способы связи туристов со спасательными службами, медицинскими учреждениями, органами охраны правопорядка местности, где осуществляется тур. Согласовывает с пограничными, лесными, спасательными (МЧС) службами, органами исполнительной власти возможность проведения тура в конкретном районе в конкретные сроки по определенному маршруту, учитывает условия доступа на природоохранные, приграничные и иные контролируемые государством и частными лицами (на правах собственников) территории, на которых осуществляется тур. Информировывает клиента о возможных трудностях в туре и способах их преодоления, об особенностях климатических и прочих условий, агрессивно воздействующих на человека, выявляет в предварительной беседе с клиентом уровень его подготовленности, возможные противопоказания к участию в туре. Проводит инструктаж туристов о необходимости охраны окружающей среды, о правилах безопасности, о мерах предупреждения заражения особо опасными инфекциями, ведет журналы инструктажа по обеспечению безопасности туристов в соответствии с требованиями нормативных правовых и технических нормативных правовых актов. Обеспечивает медицинское страхование участников активного тура. Контролирует надлежащее исполнение туристических услуг (собственных и услуг контрагентов) в соответствии с требованиями, предусмотренными в заключенных с туристом договорах. Изучает жалобы и претензии туристов к качеству туристических услуг, принимает меры по проведению корректирующих мероприятий, направленных на устранение выявленных недостатков. Обеспечивает высокую культуру обслуживания клиентов. Ведет установленную отчетность.

Должен знать: нормативные правовые документы, регламентирующие осуществление туристической деятельности; географию стран мира; справочники, периодические издания, научные публикации по туризму, географии, истории, архитектуре, религии, достопримечательностям, социально-экономическому устройству стран и др., основные концепции и принципы организации туристической индустрии; документооборот туристиче-

ской организации; принципы определения стоимости туров; правила бронирования услуг, входящих в тур; правила медстрахования; порядок оформления туристических виз; схемы работы с отелями, гостиницами, компаниями-перевозчиками (авиа, железнодорожными, автобусными, круизными и др.), иными организациями; основы туристического права; основы маркетинга и менеджмента; терминологию и аббревиатуры, принятые в туристической индустрии; теорию межличностного общения; порядок оформления договоров и заключения контрактов; технику приема контрагентов и проведения переговоров; протокол и этикет; иностранный язык; основы экономической теории, организации труда и управления; основы трудового законодательства; правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности; правила проведения активной части тура, действующие на территориях оказания данной услуги; правила оформления маршрутных документов для категорийных походов; правила поведения и безопасности туристов на активных этапах туров; правила ввоза-вывоза в (из) стран транспортных средств, снаряжения, оружия, животных и всего прочего, необходимого для проведения тура; безопасные методы страховки при организации и проведении альпинистского восхождения, скалолазания и т.п. туров; климатические и другие природные особенности территорий, на которых проводятся туры; воздействие на организм человека вредных факторов окружающей среды при проведении туров; основы физиологии и медицинские противопоказания к участию в активных турах; правила проведения туров с группами несовершеннолетних участников без сопровождения родителей; особенности детской и подростковой физиологии, возрастные ограничения к участию в активных турах; требования, предъявляемые к гидам, инструктору, и перечень организаций, уполномоченных подтверждать квалификацию и профессиональный опыт данного специалиста; всю информацию о сезонных или региональных запретах органов власти, лесных хозяйств, заповедников, национальных парков, органов МЧС, пограничных войск и др. на проведение тех или иных мероприятий планируемого тура; действия по организации эвакуации из района проведения тура отдельного туриста или группы в целом в случае чрезвычайных ситуаций; раскладку продуктов и нормы питания с учетом нагрузок на организм в условиях планируемых туров; технологию организации питания в полевых условиях.

Квалификационные требования.

Инструктор-методист по туризму I квалификационной категории: высшее профессиональное образование либо высшее образование и переподготовка по направлению образования «Физическая культура. Туризм, гостеприимство», стаж работы в должности инструктора-методиста по туризму II квалификационной категории не менее 2 лет.

Инструктор-методист по туризму II квалификационной категории: высшее профессиональное образование либо высшее образование и переподготовка по направлению образования «Физическая культура. Туризм, гостеприимство», стаж работы в должности инструктора-методиста по туризму не менее 2 лет.

Инструктор-методист по туризму: высшее профессиональное образование либо высшее образование и переподготовка по направлению образования «Физическая культура. Туризм, гостеприимство» без предъявления требований к стажу работы либо среднее специальное образование по направлению образования «Физическая культура. Туризм, гостеприимство» и стаж работы в туристической отрасли не менее 1 года.

КУЛЬТУРОЛОГ-АНИМАТОР

Должностные обязанности. Изучает и анализирует культурные процессы, происходящие в обществе с целью определения запросов разных социальных групп населения и дальнейшей организации их досуга. Проводит маркетинговые исследования. Разрабатывает и осуществляет зональные и целевые культурно-досуговые программы. Составляет план проводимых мероприятий. Организует спортивно-туристическую деятельность, применяет в ней новейшие достижения, современные средства и оборудование, разраба-

тывает туристические досуговые программы и маршруты. Организует физкультурно-оздоровительную деятельность с позиций современных достижений психолого-педагогической науки и передовой практики, разрабатывает индивидуальные и групповые досуговые программы для населения. Организует зрелищно-развлекательные мероприятия, применяет на практике знания по рекреологии, валеологии, туранимации, разрабатывает и реализовывает зрелищно-развлекательные программы для населения. Принимает меры по обеспечению безопасности туристов. Вовлекает в проводимые туристические походы, туристические праздники и другие культурно-оздоровительные, культурно-познавательные мероприятия разные социальные группы населения, придавая им массовый характер. Устанавливает контакты и сотрудничество с учреждениями культуры, творческими организациями, общественными объединениями с целью улучшения своей деятельности. Привлекает профессионалов из сферы шоу-бизнеса, туристической и спортивной среды и пр. Разрабатывает и внедряет инновационные технологии организации социокультурной деятельности. Ведет установленную отчетность.

Должен знать: нормативные правовые акты, другие руководящие и методические материалы, регулирующие социокультурную деятельность в республике, в т.ч. в туристической отрасли; теорию и методику обеспечения жизнедеятельности и безопасности участников организуемых мероприятий; теоретические и методические основы организации туристической деятельности; методы анализа, сбора и обобщения информации в области культуры и искусства; приемы и методы развития познавательной и творческой инициативы в социокультурной сфере людей различных социальных групп; историю и теорию культуры и искусства; туранимацию, основы театрального искусства, режиссуры и других специальных дисциплин, организационную структуру профессиональной деятельности; историю мировой и художественной культуры, экскурсоведение, религиоведение и краеведение, организационную структуру и содержание профессиональной экскурсионной и музейной деятельности, дисциплин психолого-педагогического цикла, права; инновационные технологии организации социокультурной деятельности; основы трудового законодательства; правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности.

Квалификационные требования.

Культуролог-аниматор I квалификационной категории: высшее профессиональное (гуманитарное, гуманитарно-педагогическое) образование и стаж работы в должности культуролога-аниматора II квалификационной категории не менее 2 лет.

Культуролог-аниматор II квалификационной категории: высшее профессиональное (гуманитарное, гуманитарно-педагогическое) образование и стаж работы в должности культуролога-аниматора не менее 2 лет.

Культуролог-аниматор: высшее профессиональное (гуманитарное, гуманитарно-педагогическое) образование либо среднее специальное образование без предъявления требований к стажу работы.

РУКОВОДИТЕЛЬ ТУРИСТСКОЙ ГРУППЫ

Должностные обязанности. Осуществляет работу по предоставлению комплекса туристических услуг на маршруте в соответствии с программой тура, координирует исполнение услуг сторонними организациями в соответствии с заключенными договорами. Поддерживает деловую репутацию исполнителей услуг в соответствии с предоставленными полномочиями. Принимает участие в маркетинговых исследованиях, разработке программ обслуживания туристов, в разработке рекомендаций для участников путешествия. Систематически работает над совершенствованием своего профессионального уровня. Вносит предложения по изменениям программ обслуживания с точки зрения пригодности маршрута для конкретной группы на основании изучения описаний его особенностей. Принимает участие в подготовке маршрутных документов (тех-

нологические карты, информационные листки, памятки, опросные листы, список телефонов экстренных служб в странах, по которым проходит маршрут путешествия, контактные телефоны и адреса партнеров, списки участников группы и т.д.) и картографических материалов конкретного маршрута, графика путешествия и плана мероприятий, которые предполагается провести на маршруте, намечает контрольные пункты и сроки, изучает сложные участки маршрута и определяет способы их преодоления. Принимает участие в разработке путевой информации по маршруту следования, включая полезную информацию, ориентированную на обеспечение безопасности туристов на маршруте. Знакомится с политической, экономической, эпидемиологической обстановкой в стране пребывания, с прогнозом погодных условий на момент совершения путешествия. Проходит специальный инструктаж по программе тура и правилам безопасности на маршруте в установленном порядке. Проводит инструктаж туристов о правилах поведения и мерах безопасности на маршруте. Проверяет перед началом тура полноту комплекта документов, необходимых для совершения путешествия, предоставленного должностным лицом, наличие необходимого снаряжения, оборудования. Информировывает туристов по вопросам паспортных, визовых и таможенных формальностей и правилах пересечения государственных границ. Обеспечивает путевой информацией весь маршрут туристического путешествия и информирует туристов об изменениях маршрута, вызванных непредвиденными ситуациями или требованиями безопасности. В рамках обязательных мероприятий программы находится с туристической группой и оказывает содействие принимающей стороне в проведении организационных мероприятий по приему и обслуживанию туристов. Дает рекомендации туристам по организации свободного времени. Осуществляет контроль качества обслуживания туристов принимающей стороной. В случае ненадлежащего выполнения принимающей стороной условий обслуживания немедленно информирует руководство туристической организации об отклонениях от программы и принимает все необходимые меры для нормализации ситуации. В случае возникновения чрезвычайных ситуаций (стихийных бедствий, военных действий, забастовок и т.д.) связывается с принимающей стороной, с консульством (посольством), специальными органами, созданными в связи с чрезвычайными ситуациями. Собирает группу и проводит инструктаж по обеспечению безопасности здоровья и жизни туристов. Проводит анкетирование туристов о качестве выполнения услуг на маршруте. Принимает меры по обеспечению безопасности туристов, предупреждению или разрешению конфликтных ситуаций в группе, с местным населением, правоохранительными органами. Оформляет отчетные документы по результатам работы на маршруте.

Должен знать: нормативные правовые документы, регламентирующие осуществление туристической деятельности; условия заключенных договоров; маршрут, по которому направляется туристическая группа; программу и условия обслуживания туристической группы в каждом пункте маршрута (правила и порядок проезда, размещения и питания туристов, план экскурсионного обслуживания); правила пребывания в странах, по которым проходит маршрут; схемы работы с консульствами (посольствами), отелями, гостиницами, транспортными, иными организациями; основы педагогики и психологии; язык страны, по которой проходит маршрут, или английский язык; основы грамматики, лексики и фонетики, терминологию и аббревиатуры, принятые в туристической индустрии; теорию межличностного общения; правила оформления документов, связанных с обслуживанием туристов на конкретном маршруте, и составления отчетов; основы экономики и менеджмента; основы трудового законодательства; правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности.

Квалификационные требования.

Руководитель туристической группы I квалификационной категории: высшее образование, специальная подготовка, стаж работы в должности руководителя туристической группы I квалификационной категории не менее 2 лет.

Руководитель туристической группы II квалификационной категории: высшее образование, специальная подготовка, стаж работы в должности руководителя туристической группы не менее 2 лет.

Руководитель туристической группы: высшее либо среднее специальное образование, специальная подготовка без предъявления требований к стажу работы.

СПЕЦИАЛИСТ ПО ТУРИЗМУ

Должностные обязанности. Осуществляет подбор справочных и рабочих материалов по туризму. Проводит маркетинговые исследования спроса и предложения на туристические услуги. Разрабатывает предложения по освоению новых маршрутов. Принимает участие в разработке рекламных материалов, каталогов, брошюр и пр. и выработке концепции продвижения туристических программ. Участвует в проведении мероприятий по продвижению туристических услуг (рекламных кампаниях, презентациях, выставках, ознакомительных турах, распространении рекламных материалов и пр.). Для формирования пакета туристических услуг осуществляет поиск отелей, компаний-перевозчиков (авиа, железнодорожных, автобусных), иных организаций, предоставляющих эти услуги или оказывающих содействие их предоставлению. Создает и поддерживает информационную базу данных по услугам, предоставляемым в рамках разрабатываемых туров. Разрабатывает программы туров. Определяет стоимость услуг, включенных в состав тура, рассчитывает стоимость пакета услуг и т.д. Согласовывает с контрагентами существенные условия в рамках предоставляемых услуг. Оформляет технологические документы по предлагаемым турам (технологические карты, информационные листки, памятки туристов, схемы, описания маршрутов путешествий и т.д.) в соответствии с требованиями нормативных правовых и технических нормативных правовых актов. Своевременно оформляет листы бронирования и подтверждает бронь партнерам. Осуществляет работу по поиску клиентов. Принимает заказы отдельных туристов или корпоративных групп на формирование тура. Готовит пакет документов, необходимых для открытия визы (в случае необходимости), контролирует правильность их оформления. Оформляет туристическую документацию (договор на оказание туристических услуг, информационный листок, памятка, ваучер, финансовые документы и т.д.) в соответствии с требованиями законодательства (при наличии доверенности от руководства). Готовит специализированную туристическую информацию, информацию по безопасности услуг, контролирует ее полноту и достоверность. Разрабатывает рекомендации и указания для участников путешествия. Консультирует клиентов по всем вопросам, касающимся необходимых правил, порядка и условий предоставления туристических услуг. Проводит инструктаж туристов о мерах безопасности, предупреждении заражения особо опасными инфекциями. Ведет журналы инструктажа по обеспечению безопасности туристов в соответствии с требованиями нормативных правовых и технических нормативных правовых актов. Контролирует надлежащее исполнение туристических услуг (собственных и услуг контрагентов) в соответствии с требованиями, предусмотренными в заключенных с туристом договорах. Изучает жалобы и претензии туристов к качеству туристических услуг, принимает меры по проведению корректирующих мероприятий, направленных на устранение выявленных недостатков. Обеспечивает высокую культуру обслуживания клиентов. Ведет установленную отчетность.

Должен знать: нормативные правовые документы, регламентирующие осуществление туристической деятельности; географию стран мира; справочники, периодические издания, научные публикации по туризму, географии, истории, архитектуре, религии, достопримечательностям, социально-экономическому устройству стран и др., туристические каталоги; основные концепции и принципы организации туристической индустрии; порядок оформления договоров и заключения контрактов по реализации

туров; принципы определения стоимости туров; правила бронирования билетов и услуг; правила страхования туристов; порядок работы консульско-визовых служб, правила и порядок оформления документов для получения виз; схемы работы с отелями, гостиницами, компаниями-перевозчиками (авиа, железнодорожными, автобусными, круизными и др.), иными организациями; основы туристического права; основы маркетинга и менеджмента; терминологию и аббревиатуры, принятые в туристической индустрии; теорию межличностного общения; порядок оформления договоров и заключения контрактов; технику приема контрагентов и проведения переговоров; протокол и этикет; иностранный язык; справочники, периодические издания и научные публикации по туризму, туристические каталоги; правила оформления туристической документации (туристических путевок, ваучеров, страховых полисов и др.); основы делопроизводства; основные требования к оформлению туристической документации; методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи, компьютеров; основы экономики, организации труда и управления; основы трудового законодательства; правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности.

Квалификационные требования.

Специалист по туризму I квалификационной категории: высшее профессиональное образование, стаж работы в должности специалиста по туризму II квалификационной категории не менее 2 лет.

Специалист по туризму II квалификационной категории: высшее профессиональное образование, стаж работы в должности специалиста по туризму не менее 2 лет.

Специалист по туризму: высшее профессиональное образование без предъявления требований к стажу работы, высшее образование и переподготовка в сфере туризма без предъявления требований к стажу работы либо среднее специальное образование и стаж работы в туристической отрасли не менее 1 года.

ЭКСКУРСОВОД

Должностные обязанности. Предоставляет клиентам экскурсионные услуги в соответствии с утвержденными руководителем туристического предприятия маршрутами, технологическими картами и иными документами, предусмотренными законодательством. Постоянно работает над своевременным обновлением индивидуальных текстов экскурсий, используя новые материалы, архивные документы, статистические данные; обновляет «портфель экскурсовода». Вносит предложения по разработке новых маршрутов, участвует в разработке и освоении новых тем экскурсий. Принимает участие в разработке рекламных материалов, каталогов, брошюр и пр.; в выработке концепции продвижения экскурсионных программ. Участвует в проведении мероприятий по продвижению экскурсионных услуг (рекламных кампаний, презентаций, выставок, ознакомительных туров и пр.). Систематически совершенствует свой профессиональный уровень, участвует в разработке новых форм и методов проведения экскурсий, в прослушивании экскурсий других экскурсоводов, изучает опыт их работы, участвует в работе различных конференций, семинаров. Использует дифференцированный подход к проведению экскурсий для различных категорий населения. Инструктирует туристов о правилах поведения и мерах по обеспечению безопасности туристов в транспорте, на маршруте, в музеях, на остановках, при осмотре памятников и т.п. При заболевании туристов, травмах сообщает руководству туристического предприятия о происшедшем, организует оказание первой медицинской помощи. Координирует поведение экскурсантов при чрезвычайных ситуациях, сообщает о возникновении таких ситуаций, вызывает при необходимости и возможности спасателей или другую помощь. Оформляет в установленном порядке документы на обслуживание на маршруте. Организует бережное отношение экскурсантов к санитарно-экологическому состоянию окружающей среды на маршруте. Анализирует замечания и предложения экскур-

сантов относительно качества предоставляемых экскурсионных услуг, вносит предложения по их совершенствованию. Обеспечивает высокую культуру обслуживания клиентов. Ведет установленную отчетность.

Должен знать: нормативные правовые документы, регламентирующие осуществление туристической деятельности; методику создания и проведения экскурсий; технику проведения экскурсий; технологическую документацию по экскурсионной работе; географию, историю, архитектуру, религии, достопримечательности, социально-экономическое устройство Беларуси; теорию межличностного общения; основные концепции и принципы организации туристической индустрии; основы туристического права; основы маркетинга и менеджмента; терминологию и аббревиатуры, принятые в туристической индустрии; протокол и этикет; правила оформления туристической документации; основы делопроизводства; основные требования к оформлению туристической документации; методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи, компьютеров; основы трудового законодательства; правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности.

Квалификационные требования.

Экскурсовод I квалификационной категории: высшее образование, специальная подготовка, свидетельство об аттестации экскурсовода и стаж работы в должности экскурсовода II квалификационной категории не менее 2 лет.

Экскурсовод II квалификационной категории: высшее образование, специальная подготовка, свидетельство об аттестации экскурсовода и стаж работы в должности экскурсовода не менее 2 лет.

Экскурсовод: высшее либо среднее специальное образование без предъявлений требований к стажу работы или общее среднее образование и подготовка в объеме не менее трех курсов учреждения, обеспечивающего получение высшего образования, специальная подготовка, свидетельство об аттестации экскурсовода.

3. ДРУГИЕ СЛУЖАЩИЕ

АГЕНТ ПО ТУРИЗМУ

Должностные обязанности. Осуществляет работу по приему и обработке заявок туристов по организации туров. Предлагает клиенту имеющийся выбор туристических программ, дает рекомендации и советы в связи с организуемым туром с учетом запросов заказчика. Информировывает клиента об особенностях социально-демографических и природно-климатических условий места отдыха. Проводит минирекламу выбранного пакета предложений, описывает его достоинства и преимущества. Предоставляет путеводители, карты, схемы, планы местности. Информировывает заказчика (клиента) по правилам оформления заказа. Проверяет наличие всех реквизитов заказа. Дает необходимые рекомендации по соблюдению мер безопасности в стране (регионе) пребывания. Идентифицирует вид заказа. Направляет заказ специалистам для организации тура. Контролирует сроки выполнения заказов, соблюдение существенных условий договора и в случае необходимости информирует заказчиков (клиентов) об изменении параметров заказа. Ведет информационную базу о поступивших и выполненных заказах. Оформляет необходимые туристические документы. Составляет необходимую отчетность.

Должен знать: нормативные правовые документы, регламентирующие осуществление туристической деятельности; географию стран мира; иностранный язык; требования к оформлению заказов; правила оформления туристической документации (договоров, ваучеров, страховых полисов и др.); основы делопроизводства; этику делового общения; технологию обработки заказов с использованием компьютеров; основы трудового законодательства; правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности.

Квалификационные требования. Общее среднее образование без предъявления требований к стажу работы и специальная подготовка.