

**ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ,
НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ГБПОУ ВО «ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ПРОМЫШЛЕННО-ГУМАНИТАРНЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

**МДК.04.03. «ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТУРИСТСКОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ (ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ)»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ПО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМУ КУРСУ**

основной профессиональной образовательной программы (ОПОП)

для обучающихся с инвалидностью
по специальности 43.02.10 «Туризм»

Воронеж

ББК XX.XX.XXX
XXX

Печатается по решению методического совета
Воронежского государственного
промышленно-гуманитарного колледжа

Составитель: Р.В. ЛУКЪЯНОВ

Лукьянов Р.В.

Финансово-хозяйственная деятельность туристской организации (подразделения): методические указания для самостоятельной работы для студентов с инвалидностью по специальности 43.02.10 «Туризм» // Департамент образования, науки и молодежной политики Воронежской области, Воронежский государственный промышленно-гуманитарный колледж; [сост. Р.В. Лукьянов]. – Воронеж: ВГПГК, 2019. – 16 с.

Методические указания являются руководством для самостоятельной работы по дисциплине. Составлены в соответствии с содержанием рабочей программы МДК.01.02 «Финансово-хозяйственная деятельность отеля» специальности 43.02.10 «Туризм».

ББК XX.XXX.XX

ВВЕДЕНИЕ

При наличии хронических соматических заболеваний основным патопсихологическим механизмом формирования соматогенного астенического симптомокомплекса является изменение биосоциального статуса личности в результате соматического заболевания как фактора, независящего от субъективно-волевой сферы инвалида. У больных этой группы невротические жалобы появляются незаметно, постепенно, спустя некоторое время после диагностирования соматического заболевания, без значимых побочных психотравмирующих влияний.

Частота и выраженность соматогенного астенического симптомокомплекса растёт с увеличением давности соматического заболевания и степени его тяжести. Астеническая симптоматика усиливается в периоды обострения соматического заболевания и, наоборот, смягчается, а в ряде случаев даже исчезает при улучшении соматического состояния больных.

Первые признаками невротических нарушений: физическая и психическая астения, общая слабость, повышенная утомляемость, ощущение обесценивания, снижение работоспособности и концентрации внимания, ухудшение памяти, невнимательность, постсомнические нарушения.

Постепенно появляются расстройства эмоционально-волевой сферы: болезненная раздражительность, вспыльчивость, колебание настроения от мрачно-пессимистического до обычного, ровного.

Впоследствии в эмоциональной сфере преобладающими становятся негативные эмоции, усиливается подавленность, снижение настроения, формируется ощущение тоски, внутреннего дискомфорта с элементами тревожности. Организация учебного пространства и рабочего места должна жестко соответствовать всем санитарно-гигиеническим требованиям, предъявляемым к домашнему рабочему месту учащегося, оборудованному компьютером.

При наличии отдельных заболеваний требуется специальная организация помещения и рабочего места. Так, помещения для инвалидов с заболеванием туберкулезом желательно ориентировать на солнечную сторону. В них следует обеспечить повышенную кратность воздухообмена, при этом рециркуляция воздуха не допускается. В помещениях для инвалидов вследствие туберкулезных заболеваний отделочные материалы пола и стен следует выбирать с учетом обеспечения влажной уборки и дезинфекции.

Помещения для инвалидов вследствие заболеваний сердечно-сосудистой системы желательно ориентировать на теневую сторону, при невозможности соблюдения этого требования необходимо применение солнцезащитных устройств. Рабочие места инвалидов данной группы при их расположении в непосредственной близости от окон должны быть защищены от перегрева в летнее время солнцезащитными устройствами. Временной режим обучения - щадящий.

Требуется чередование умственной и физической нагрузки для того, чтобы избежать чрезмерного переутомления обучающегося. Технические средства обеспечения комфортного доступа к образованию - те же, что и при организации дистанционных курсов для обучающихся без ограничений в здоровье. Учебные материалы (учебники, рабочие тетради и дидактические материалы) - те же, что у обучающихся без ограничений в здоровье. Формирование у педагогических работников готовности к обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья Решение задачи расширения доступности качественного профессионального образования лиц с ОВЗ будет успешным только при условии специальной подготовки к их обучению педагогических работников организации.

Такая подготовка предполагает формирование у преподавателей общеобразовательных и специальных дисциплин, мастеров производственного обучения реабилитационной направленности профессионально-педагогической деятельности. Реабилитационная направленность является необходимой составляющей профессиональной компетентности современного педагога, обучающего лиц с ОВЗ, и представляет собой сплав определенных психолого-педагогических установок с междисциплинарными знаниями, умениями и опытом реализации задач выявления, профилактики и преодоления барьеров и затруднений, возникающих в процессе обучения данной социальной группы.

Необходимый и достаточный уровень сформированности реабилитационной направленности помогает педагогическим работникам организации компетентно решать задачи, связанные с:

- распознаванием затруднений в учебной и учебно-профессиональной деятельности лиц с ОВЗ, установлением их причин;
- проектированием индивидуального образовательного маршрута для обучающихся с ОВЗ в рамках учебной дисциплины (ее отдельного раздела, темы) или направления профессиональной подготовки;
- оптимальным выбором методов и приемов организации учебной и учебно-производственной деятельности обучающихся с ОВЗ;
- объективным анализом текущих и этапных результатов усвоения учебных программ лицами с ОВЗ;
- созданием условий для их социализации и социально-трудовой интеграции.

В результате изучения МДК.04.03. «Финансово-хозяйственная деятельность туристской организации (подразделения)» студент должен:

иметь практический опыт:

- оформления финансовых документов и отчетов;
- анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности туристской организации;

уметь:

- составлять финансовые документы и отчеты;

применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;

анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности туристских организаций;

оценивать конкурентоспособность туристского продукта;

знать:

методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности.

Изучение междисциплинарного курса направлено на освоение следующих компетенций:

Общие компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Профессиональные компетенции:

ПК 4.1. Планировать деятельность подразделения.

ПК 4.2. Организовывать и контролировать деятельность подчиненных.

ПК 4.3. Оформлять отчетно-планирующую документацию.

ПК 4.4. Анализировать эффективность работы подразделения и предлагать мероприятия по совершенствованию работы.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Тема 3.2 Методика комплексного анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия

1. Системный подход в анализе финансово-хозяйственной деятельности (6 ч.)

Краткие теоретические сведения

Системный подход к проведению комплексного экономического анализа предполагает наличие определенной последовательности с целью всестороннего охвата взаимосвязанных и взаимообусловленных показателей. Он позволяет глубже изучить исследуемую организацию, получить более полное представление о ней.

Системный подход в экономическом анализе направлен на разработку научно обоснованных вариантов решения определенных задач, а также позволяет выбрать наиболее целесообразные управленческие решения для достижения поставленных целей.

Как правило, комплексный анализ проводится поэтапно на основе предварительно разработанной программы.

На первом этапе программы уточняются объекты исследования, цель и задачи анализа, составляется план работы.

На втором этапе разрабатывается система синтетических и аналитических показателей, с помощью которых в дальнейшем будет дана характеристика исследуемого предприятия.

На третьем этапе определяются источники информации, осуществляется их сбор и проверка на точность, в случае необходимости показатели приводятся в сопоставимый вид и т.п.

На четвертом этапе проводится анализ показателей на основе использования той или иной выбранной методики. На этом этапе проводится сравнение фактических результатов деятельности с показателями плана, с фактическими данными прошлых периодов.

Рекомендуемая литература:

1. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Т.Б. Бердникова. – М.: Инфра-М, 2011. – 224 с.
2. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности / С.М. Пястолов. – М.: Академия, 2011. – 384 с.
3. Чечевицына Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Л.Н. Чечевицына. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 384 с.

Вопросы для самоконтроля:

1. Сущность «системности» в экономическом анализе.

2. Особенности системного анализа.
3. Основные методы системного анализа.
4. Основные этапы программы системного анализа.

2. Комплексный анализ финансово-хозяйственной деятельности (6 ч.)

Краткие теоретические сведения

Комплексный экономический анализ основывается на создании взаимосвязанной системы показателей, наиболее полно и всесторонне охватывающей все элементы сложного финансово-хозяйственного механизма деятельности организации.

При применении комплексного подхода должны учитываться технические, экологические, экономические, организационные, социальные, психологические, при необходимости, и другие (например, политические, демографические) аспекты деятельности и их взаимосвязи. Если упустить один из обязательных аспектов анализа, то проблема не будет полностью решена.

Преимущества комплексного системного анализа выражаются в том, что позволяют осуществлять комплексный поиск резервов повышения эффективности. Их оценка позволяет представлять деятельность организации как единый механизм, выделять наиболее важные звенья и на их основе разрабатывать комплекс мероприятий по мобилизации неиспользованных резервов.

Проведение комплексного экономического анализа требует не только соответствующей информационной базы, но и четкой классификации факторов, влияющих на деятельность организации. Основу классификации составляет деление их по характеру воздействия на экстенсивные и интенсивные показатели.

Рекомендуемая литература:

1. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Т.Б. Бердникова. – М.: Инфра-М, 2011. – 224 с.
2. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности / С.М. Пястолов. – М.: Академия, 2011. – 384 с.
3. Чечевицына Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Л.Н. Чечевицына. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 384 с.

Вопросы для самоконтроля:

1. Сущность комплексного анализа.
2. Основные аспекты деятельности туристской организации, подвергаемые комплексному анализу.
3. Экстенсивные и интенсивные показатели деятельности туристской организации.

3. Факторный анализ финансово-хозяйственной деятельности (6 ч.)

Краткие теоретические сведения

Факторный анализ представляет собой анализ влияния отдельных факторов на результативный показатель с помощью детерминированных или стохастических приемов исследования.

Детерминированный прием – методика исследования влияния факторов, связь которых с результативными показателями носит функциональный характер, т.е. результативный показатель представлен в виде произведения, частного, алгебраической суммы факторов.

Стохастический прием – методика исследования факторов, связь которых с результативными показателями является вероятностной (корреляционной).

Все явления и процессы хозяйственной деятельности предприятий находятся во взаимосвязи и взаимообусловленности. Одни из них непосредственно связаны между собой, другие косвенно. Отсюда важным методологическим вопросом в экономическом анализе является изучение и измерение влияния факторов на величину исследуемых экономических показателей.

Данный вид анализа позволяет решить две основные задачи: описать предмет измерения компактно и в то же время всесторонне. С помощью факторного анализа возможно выявление факторов, отвечающих за наличие линейных статистических связей корреляций между наблюдаемыми переменными.

Рекомендуемая литература:

1. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Т.Б. Бердникова. – М.: Инфра-М, 2011. – 224 с.
2. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности / С.М. Пястолов. – М.: Академия, 2011. – 384 с.
3. Чечевицына Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Л.Н. Чечевицына. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 384 с.

Вопросы для самоконтроля:

1. Понятие факторного анализа.
2. Цели и задачи факторного анализа.
3. Основные типы факторного анализа.
4. Основные этапы факторного анализа.

4. Разработка системы взаимосвязанных аналитических показателей (6 ч.)

Краткие теоретические сведения

Каждое экономическое явление, каждый процесс чаще определяется не одним, обособленным, а целым комплексом взаимосвязанных показате-

лей. В связи с этим выбор и обоснование системы показателей для отражения экономических явлений и процессов (объектов исследования) является важным методологическим вопросом. От того, насколько показатели полно и точно отражают сущность изучаемых явлений, зависят результаты анализа.

Все показатели, которые используются в анализе, взаимосвязаны и взаимообусловлены. Это вытекает из реально существующих связей между экономическими явлениями, которые они описывают.

Комплексное изучение деятельности туристской организации предусматривает систематизацию показателей, потому что совокупность показателей, какой бы исчерпывающей она не была, без учета их взаимосвязи, соподчиненности, не может дать настоящего представления об эффективности хозяйственной деятельности. Необходимо, чтобы конкретные данные о разных видах деятельности были органически увязаны между собой в единой комплексной системе.

Рекомендуемая литература:

1. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Т.Б. Бердникова. – М.: Инфра-М, 2011. – 224 с.
2. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности / С.М. Пястолов. – М.: Академия, 2011. – 384 с.
3. Чуева Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Л.Н. Чуева, И.Н. Чуев. – М.: Дашков и К, 2010. – 384 с.

Вопросы для самоконтроля:

1. Классификация аналитических показателей.
2. Система показателей комплексного анализа финансово-хозяйственной деятельности.
3. Показатели исходных условий деятельности организации.

5. Обработка аналитических материалов, способы их хранения и передачи (6 ч.)

Краткие теоретические сведения

Одной из основных современных тенденций социально-экономического развития является информатизация всех областей человеческой деятельности. Основным инструментом реализации этого всеобъемлющего процесса являются информационные системы – системы хранения, обработки, преобразования и представления экономических данных.

Выполнение любой работы и решение любой проблемы всегда связано с использованием уже существующей и созданием новой информации. Важную роль при этом играют информационные процессы. Каждый информационный процесс имеет конкретную цель воздействия на информацию и может быть реализован определенным методом (или набором методов) с применением технических средств. В автоматических системах информаци-

онный процесс может быть реализован без участия человека. Однако в автоматизированных системах обязательным соисполнителем информационного процесса является человек.

Информационная технология представляет собой систему методов и средств реализации информационных процессов, а также способов использования этих средств. Информационная технология должна быть ориентирована на снижение трудоемкости процессов использования информационного ресурса, а также повышение их надежности и оперативности.

Рекомендуемая литература:

1. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Т.Б. Бердникова. – М.: Инфра-М, 2011. – 224 с.
2. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности / С.М. Пястолов. – М.: Академия, 2011. – 384 с.
3. Чуева Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Л.Н. Чуева, И.Н. Чуев. – М.: Дашков и К, 2010. – 384 с.

Вопросы для самоконтроля:

1. Сущность экономических аналитических материалов.
2. Основные способы получения и обработки экономической информации.
3. Способы хранения и передачи аналитических материалов.

6. Представление аналитических материалов (4 ч.)

Краткие теоретические сведения

Выбор способа представления аналитических данных оказывает серьезное воздействие на их восприятие. Результаты анализа обычно излагаются в виде таблиц, так как это наиболее рациональная и удобная. Аналитическая таблица представляет информацию, выраженных языком цифр.

Табличный материал дает возможность охватить аналитические данные в целом как единую систему. С помощью таблиц значительно легче прослеживаются связи между изучаемыми показателями. Составление аналитических таблиц — важный элемент в методике экономического анализа. Этот процесс требует знания сущности изучаемых явлений, методики их анализа, правил оформления таблиц.

Графическое представление аналитических материалов – это масштабное изображение показателей, чисел с помощью геометрических знаков или условно-художественных фигур. Они имеют большое иллюстративное значение и изучаемый материал становится более доходчивым и понятным.

В отличие от табличного материала график дает обобщающий рисунок положения или развития изучаемого явления, позволяет зрительно заметить те закономерности, которые содержит числовая информация. На графи-

ке более выразительно проявляются тенденции и связи изучаемых показателей.

Современные компьютерные технологии обработки данных значительно облегчают процесс построения графиков и повышают их качество. Задача сотрудника сводится к тому, чтобы выбрать наиболее удачную форму графического представления данных.

Рекомендуемая литература:

1. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Т.Б. Бердникова. – М.: Инфра-М, 2011. – 224 с.
2. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности / С.М. Пястолов. – М.: Академия, 2011. – 384 с.
3. Чечевицына Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Л.Н. Чечевицына. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 384 с.

Вопросы для самоконтроля:

1. Особенности и важность наглядного представления аналитических материалов.
2. Табличный способ представления аналитических материалов.
3. Графический способ представления аналитических материалов.

Тема 3.4 Анализ маркетинговой деятельности туристской организации (подразделения)

1. Анализ спроса и рынков сбыта услуг туристской организации (подразделения) (6 ч.)

Краткие теоретические сведения

Становление рынка туристских услуг, необходимость развития гостиничного-туристского комплекса, коммерциализация туристской деятельности привели к необходимости внедрения принципов маркетинга в деятельность туристских организаций. Логика развития рыночных отношений в индустрии туризма приводит к постановке и решению таких задач, как изучение и сегментирование туристского рынка, количественная и качественная оценка платежеспособного спроса на туристские услуги, позиционирование, использование средств коммуникаций и стимулирования сбыта.

Исследование рынка сбыта подразумевает определение типа рынка для продукта туристской компании. Выбор рынка и оценка эффективности стимулирования сбыта на нем должны основываться на его типе.

Анализ рынка сбыта состоит в выделении среди общего числа потребителей целевой аудитории турпродукта, создаваемого компанией. Данная группа людей исследуется на предмет их потребностей и интересов, которые сопоставляются с предложенным продуктом. Этот этап анализа рынка сбыта

продукции во многом определяет успешность конкуренции с другими компаниями на заданном сегменте рынка.

Рекомендуемая литература:

1. Замедлина Е.А. Экономика отрасли: туризм: учебное пособие / Е.А. Замедлина, О.Н. Козырева. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2007. – 205 с.
2. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: учебное пособие / М.В. Виноградова, З.И. Панина, А.А. Ларионова, Л.А. Васильева. – М.: Дашков и К°, 2008. – 284 с.
3. Все о туризме: туристическая библиотека [Электронный ресурс] – <http://tourlib.net/>

Вопросы для самоконтроля:

1. Особенности прогнозирования покупательского спроса.
2. Определение целевой аудитории турпродукта.
3. Позиционирование рынков сбыта.
4. Варианты сегментации рынков сбыта.

2. Ценообразование в сфере услуг (6 ч.)

Краткие теоретические сведения

Ценообразование в сфере услуг имеет ряд особенностей, поскольку, в отличие от товаров, услуги нематериальны, не подлежат хранению. При выборе метода формирования цены на услуги туристской компании необходимо не только учесть указанную специфику, но и определиться с целями ценообразования, проанализировать спрос на рынке и цены конкурентов, грамотно рассчитать издержки.

Ценообразование – довольно сложный и трудоемкий процесс, включающий в себя несколько основных этапов:

- постановка цели ценообразования;
- определение спроса на услугу;
- оценка издержек компании;
- анализ цен и услуг конкурентов;
- выбор метода ценообразования;
- расчет исходной цены;
- учет дополнительных факторов;
- установление окончательной цены.

Сфера услуг обладает большой чувствительностью к конъюнктуре рынка. В связи с этим необходимы существенная гибкость ценообразования, сильная дифференциация цен в соответствии с динамикой спроса (например, по разным временным промежуткам) и применение системы скидок с цен для получения стабильного дохода при неравномерном спросе.

Рекомендуемая литература:

1. Замедлина Е.А. Экономика отрасли: туризм: учебное пособие / Е.А. Замедлина, О.Н. Козырева. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2007. – 205 с.
2. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: учебное пособие / М.В. Виноградова, З.И. Панина, А.А. Ларионова, Л.А. Васильева. – М.: Дашков и К°, 2008. – 284 с.
3. Все о туризме: туристическая библиотека [Электронный ресурс] – <http://tourlib.net/>

Вопросы для самоконтроля:

1. Особенности ценообразования в сфере услуг.
2. Классификация цен в сфере услуг.
3. Основные этапы процесса ценообразования.
4. Основные ценовые стратегии на рынке туристических услуг.

3. Анализ ценовой политики туристской организации (подразделения) (6 ч.)

Краткие теоретические сведения

Ценовая политика состоит в установлении таких цен, которые позволяли бы удерживать определённую долю рынка турпродукта и получать при этом норму прибыли. Процесс разработки ценовой политики туристской организации проходит несколько этапов.

1. Определение целей, которых стремится достичь туристская организация с помощью выпуска конкретной услуги. Различают следующие основные цели ценовой политики, являющиеся по своей сути долгосрочными: обеспечение сбыта, максимизация прибыли, удержание рынка.

2. Определение спроса на туристскую услугу. Чем выше цена, тем ниже спрос и наоборот.

3. Анализ уровня и структуры издержек, определяющих нижнюю границу цены и возможности варьирования в разумном, экономически оправданном интервале.

4. Анализ цен услуг конкурентов, что позволяет туристскому предприятию привести в соответствие цены на собственные туристские продукты, их потребительские свойства и качественные характеристики, сопоставив с аналогичными показателями конкурентов.

5. Разработка ценовой стратегии в соответствии с особенностями услуги и ситуации на рынке. Туристская организация выбирает ту или иную стратегию, учитывающую интересы самого предприятия. Во многом выбор зависит от того, предлагает ли организация на рынке новую или традиционную услугу. При выпуске нового туристского продукта предприятие может ориентироваться на следующие ценовые стратегии.

6. Выбор метода ценообразования и установление окончательной цены.

7. Разработка системы модификации цен. В туристской отрасли это чаще всего реализуется через систему скидок, стимулирующих покупателей.

Туристская организация руководствуется стратегическими целями предприятия, набором предлагаемых услуг и их качественными характеристиками, региональными особенностями спроса и предложения, уровнем доходов населения и др. Главное условие – учитывать оптимальный ценовой коридор, что существенно влияет на эффективность туристского бизнеса.

Рекомендуемая литература:

1. Замедлина Е.А. Экономика отрасли: туризм: учебное пособие / Е.А. Замедлина, О.Н. Козырева. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2007. – 205 с.

2. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: учебное пособие / М.В. Виноградова, З.И. Панина, А.А. Ларионова, Л.А. Васильева. – М.: Дашков и К°, 2008. – 284 с.

3. Все о туризме: туристическая библиотека [Электронный ресурс] – <http://tourlib.net/>

Вопросы для самоконтроля:

1. Понятие ценовой политики.
2. Основные этапы разработки ценовой политики туристской организации.
3. Виды ценообразования в рамках выбранной ценовой политики.

4. Анализ конкурентоспособности услуг туристской организации (подразделения) (6 ч.)

Краткие теоретические сведения

Конкурентоспособность – способность товара или услуги выдержать сравнение с аналогичными товарами и услугами других производителей при сохранении среднерыночной цены.

Конкуренция среди туристических фирм в нашей стране огромна. Каждый год на рынок туризма выходят новые фирмы, каждая со своими особенностями, преимуществами, новинками, видами обслуживания, своими наработками. Туристские организации при оценке своих сильных и слабых сторон большое значение придают оценки реальных возможностей в конкурентной борьбе, и разработке мер и средств, за счет которых предприятие могло бы повысить конкурентоспособность и обеспечить свой успех.

Конкурентоспособность характеризует качество и степень соответствия качества данных услуг показателям качества аналогичного по назначению у конкурента. Оценка конкурентоспособности турпродукта подразумевает сопоставление значений показателей качества с показателями качества предложения конкурента, причем выбор «идеального варианта» представляется одним из наиболее ответственных этапов процедуры оценки конкурентоспособности товара.

Критериями конкурентоспособности являются: конкурентоспособность турпродукта, эффективность маркетинговой деятельности, имидж турфирмы, ее эффективность и месторасположение офиса.

Рекомендуемая литература:

1. Замедлина Е.А. Экономика отрасли: туризм: учебное пособие / Е.А. Замедлина, О.Н. Козырева. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2007. – 205 с.
2. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: учебное пособие / М.В. Виноградова, З.И. Панина, А.А. Ларионова, Л.А. Васильева. – М.: Дашков и К°, 2008. – 284 с.
3. Все о туризме: туристическая библиотека [Электронный ресурс] – <http://tourlib.net/>

Вопросы для самоконтроля:

1. Конкурентоспособность и ее экономический смысл.
2. Основные показатели конкурентоспособности туристской организации.
3. Внешние и внутренние факторы, влияющие на конкурентоспособность турпродукта.
4. Количественная оценка определения конкурентоспособности туристической фирмы.

