

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 19.09.2023 12:35:10

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58480412a23e198f

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования**

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г. Пятигорске

Методические указания
по выполнению практических (семинарских) работ
по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме»
для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм
Направленность (профиль): «Туристическая деятельность»

(для заочной формы обучения)

Пятигорск, 20__

Методические указания предназначены для практических работ по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» студентов направления подготовки: 43.03.02 Туризм. Направленность (профиль): «Туристическая деятельность». Квалификация выпускника – бакалавр.

Методические указания содержат необходимый теоретический материал по изучаемой теме, задания для выполнения работы, список рекомендуемой литературы.

Методические указания по выполнению практических работ рассмотрены и утверждены на заседании кафедры туризма и гостиничного дела

Протокол № ____ от «____» _____ 201__ г.

И.о. заведующий кафедрой
туризма и гостиничного дела

И.В. Огаркова

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
Практическое занятие 1.....	6
Практическое занятие 2.....	7
Практическое занятие 3.....	10
Практическое занятие 4.....	13
Практическое занятие 5.....	15
Практическое занятие 6.....	17
Практическое занятие 7.....	18
Практическое занятие 8.....	20
Практическое занятие 9.....	22

ВВЕДЕНИЕ

Дисциплина «Экономика и предпринимательство в туризме» осваивается студентами в течение 108 часов. Часть этого времени (6 часов) отводится на самостоятельную, или внеаудиторную, работу студентов, другая часть (95,25 часов) – это аудиторные формы работы (лекционные и практические занятия), которые организуются непосредственно преподавателем.

Практическое занятие является важнейшей формой усвоения знаний. Очевидны три структурные его части: предваряющая (подготовка к занятию), непосредственно сам семинар (обсуждение вопросов темы в группе) и завершающая часть (после семинарская работа студентов по устранению обнаружившихся пробелов в знаниях).

Не только семинар, но и предваряющая и заключающая его части являются необходимыми звеньями целостной системы усвоения вынесенной на обсуждение темы.

Семинарское занятие является средством проверки знаний, отработки навыков самостоятельного изучения материалов по дисциплине, работы с литературой, умения логично и последовательно излагать усвоенный материал. Выступая на семинарском занятии, слушатели должны показать умение выделить основные положения, иллюстрировать их применение, а также делать практически значимые выводы из теоретических положений.

Ко всем темам семинарских занятий дан перечень наиболее важных вопросов, необходимых для усвоения, а также приведен список основной и дополнительной литературы, необходимой для изучения.

Для лучшего усвоения материала необходимо вести конспект в отдельной тетради. Такой конспект может быть в форме плана ответов по каждому вопросу темы, а в некоторых случаях и кратким ответом (со ссылками на соответствующий источник: нормативный материал или литературу).

На семинарском занятии большое внимание уделяется рассмотрению не только теоретических вопросов, но и выполнению практических упражнений, направленных на выработку умений и навыков культурной речи. К каждому семинарскому занятию студент подбирает материалы из методической литературы, СМИ, Интернета.

Рекомендуется в отдельной тетради вести словарь терминов (в алфавитном порядке) с пояснениями к ним.

Если слушатель не подготовился к семинарскому занятию или пропустил его по какой-то причине (в том числе и по болезни), он обязан во внеурочное время отчитаться по этой теме перед преподавателем, ведущим занятие в группе. При возникновении трудностей при изучении курса, необходимо посетить консультацию преподавателя, ведущего занятия, в соответствии с графиком консультаций, который имеется на кафедре Туризма и гостиничного дела.

При подготовке к семинарским занятиям по всем темам слушатели должны изучить:

- рекомендованную в плане семинарских занятий основную литературу;
- рекомендованную в плане семинарских занятий дополнительную литературу;
- нормативно-правовую документацию в области охраны труда и гражданской обороны.

Формируемые компетенции:

Код	Формулировка:
<u>Общепрофессиональные компетенции</u>	
ОПК-5	способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности

Практическое занятие 1.

Предприятие – как основное звено экономики.

Цель: Изучить предприятие – как основное звено экономики. Изучить предприятие туризма и его финансовый и кадровый потенциал.

Формируемые компетенции: ОК-2 способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах, ПК-5 способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение.

Актуальность темы: Предприятие есть основная форма организации предпринимательской деятельности. Функционируя на рынке, предприятие является главным хозяйствующим субъектом, занятым производством продукции, выполнением работ, оказанием различных производственных услуг.

Теоретическая часть:

Под предприятием понимается самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в порядке, установленном законом, для производства продукции, оказания услуг, выполнения работ в целях удовлетворения потребностей рынка, получения прибыли или осуществления специальных социально значимых функций.

Предприятие (организация) является основным звеном экономики. Именно на предприятии осуществляется производство и реализация продукции (работ, услуг), происходит непосредственная связь работников со средствами производства и предметами труда. Как основные хозяйствующие субъекты предприятия играют важную роль в социально-экономическом развитии страны. От эффективности их деятельности во многом зависит социальная и политическая стабильность в обществе.

Роль предприятий состоит в следующем:

- на уровне предприятия решаются основные экономические задачи общества;
- что производить, как производить, для кого производить;
- от результатов деятельности предприятий зависит социально-экономическое положение регионов и страны в целом;
- предприятие создает рабочие места, обеспечивая занятость населения;
- от деятельности предприятий зависит качество товаров, услуг, удовлетворение спроса потребителей;
- предприятия обеспечивают формирование доходов населения, социальное развитие трудовых коллективов, создают условия для обучения, повышения квалификации персонала;
- предприятия участвуют в формировании региональной инфраструктуры;
- предприятия через налоговую систему формируют доходную часть федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов.

Функции предприятий зависят от профиля их деятельности (производство продукции, выполнение работ, оказание услуг) и конкретизируются в зависимости от отраслевой принадлежности.

Выполняя свои функции, предприятия решают ряд задач, основными из которых являются:

- получение прибыли, наращивание рыночной стоимости, обеспечение дохода владельцам;
- обеспечение потребителей продукцией, товарами (работами, услугами) соответствующего качества;
- обеспечение персонала заработной платой, нормальными условиями труда и возможностями профессионального роста;
- рациональное использование производственных ресурсов;
- обеспечение конкурентоспособности продукции (услуг) и предприятия в целом.

Задачи предприятия определяются интересами владельцев, размерами капитала, ситуацией внутри предприятия и во внешней среде. Они находят свое выражение в стратегии развития предприятия. Для решения вышеперечисленных задач предприятия формируют имущество, приобретают оборудование, материалы, товары, нанимают оперативный персонал, создают организационную структуру и аппарат управления, организуют технологические процессы.

Вопросы и задания:

1. Значение предприятия в экономике страны.
2. Понятие «предприятия».
3. Предприятия как субъект рыночной экономики.

Список литературы:

Основная литература

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2016. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Дополнительная литература:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7
2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3
3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Учебно-методическая литература

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> Справочно-правовая система (СПС, КонсультантПлюс);
4. <http://catalog.ncstu.ru/> ЗАО « Анти Плагиат»

Практическое занятие 2.

Предприятие туризма и его финансовый и кадровый потенциал.

Цель: Изучить предприятие туризма и его финансовый и кадровый потенциал.

Формируемые компетенции: ОК-2 способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах, ПК-5 способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение.

Актуальность темы: Продвижение к цивилизованному рынку имеет целью экономическую стабилизацию, появление совершенного законодательства, нормальной конкурентной среды, изобилие материальных факторов производства, доступность

предметов потребления. По опыту стран с развитым рынком, основным фактором конкурентоспособности фирмы, ее выживаемости и процветания становится качество персонала и его отношение к труду, профессионализм и творчество работников. Западный бизнес все более склонен считать, что неполное использование кадрового потенциала - это упущенная выгода, а неправильное, неграмотное использование, эксплуатация, пренебрежение к работникам - путь к прямому ущербу.

Теоретическая часть:

Под предприятием понимается самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в порядке, установленном законом, для производства продукции, оказания услуг, выполнения работ в целях удовлетворения потребностей рынка, получения прибыли или осуществления специальных социально значимых функций.

Предприятие (организация) является основным звеном экономики. Именно на предприятии осуществляется производство и реализация продукции (работ, услуг), происходит непосредственная связь работников со средствами производства и предметами труда. Как основные хозяйствующие субъекты предприятия играют важную роль в социально-экономическом развитии страны. От эффективности их деятельности во многом зависит социальная и политическая стабильность в обществе.

Роль предприятий состоит в следующем:

- на уровне предприятия решаются основные экономические задачи общества;
- что производить, как производить, для кого производить;
- от результатов деятельности предприятий зависит социально-экономическое положение регионов и страны в целом;
- предприятие создает рабочие места, обеспечивая занятость населения;
- от деятельности предприятий зависит качество товаров, услуг, удовлетворение спроса потребителей;
- предприятия обеспечивают формирование доходов населения, социальное развитие трудовых коллективов, создают условия для обучения, повышения квалификации персонала;
- предприятия участвуют в формировании региональной инфраструктуры;
- предприятия через налоговую систему формируют доходную часть федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов.

Функции предприятий зависят от профиля их деятельности (производство продукции, выполнение работ, оказание услуг) и конкретизируются в зависимости от отраслевой принадлежности.

Выполняя свои функции, предприятия решают ряд задач, основными из которых являются:

- получение прибыли, наращивание рыночной стоимости, обеспечение дохода владельцам;
- обеспечение потребителей продукцией, товарами (работами, услугами) соответствующего качества;
- обеспечение персонала заработной платой, нормальными условиями труда и возможностями профессионального роста;
- рациональное использование производственных ресурсов;
- обеспечение конкурентоспособности продукции (услуг) и предприятия в целом.

Задачи предприятия определяются интересами владельцев, размерами капитала, ситуацией внутри предприятия и во внешней среде. Они находят свое выражение в стратегии развития предприятия. Для решения вышеуказанных задач предприятия формируют имущество, приобретают оборудование, материалы, товары, нанимают оперативный персонал, создают организационную структуру и аппарат управления, организуют технологические процессы.

Раскрывая сущность предприятия, принято рассматривать ее в трех аспектах:

- юридическом,

- экономическом,
- отраслевом.

Наиболее общий характер, присущий всем предприятиям независимо от отраслевой принадлежности, имеет юридический аспект. С правовой точки зрения все предприятия рассматриваются как юридические лица. Признаками предприятия как юридического лица являются: организационное единство, имущественная обособленность, самостоятельная имущественная ответственность, собственное наименование и выступление в гражданско-правовом обороте от своего имени (собственного лица), наличие расчетного счета, самостоятельного бухгалтерского баланса.

Организационное единство предполагает наличие определенной соподчиненности органов управления предприятием, составляющих его структуру, регламентацию отношений между его подразделениями. Закрепляется организационное единство в уставе юридического лица.

Наличие обособленного имущества в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении означает, что имущество юридического лица обособляется от имущества других юридических лиц (в том числе вышестоящих), учредителей, государственных или муниципальных образований. Внешним выражением имущественной обособленности является наличие у организации (предприятия) уставного капитала (складочного капитала у товариществ, уставного фонда у государственных, муниципальных унитарных предприятий), а учетно-бухгалтерским отражением служит самостоятельный баланс.

Самостоятельная имущественная ответственность организаций (предприятий) является следствием их имущественной обособленности. Юридическое лицо несет имущественную ответственность за свои действия и по обязательствам.

Выступление в гражданско-правовом обороте от собственного лица означает возможность приобретать и осуществлять гражданские права, нести обязательства, а также выступать истцом и ответчиком в суде.

Экономический аспект сущности предприятия характеризуется его самостоятельностью как субъекта рыночных отношений, созданного для удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли. Для выполнения своих функций и задач предприятие должно иметь материальные, трудовые, финансовые ресурсы. Используя эти ресурсы, оно принимает различные управленческие решения.

Степень самостоятельности в принятии этих решений зависит от того, какими правами обладает предприятие в отношении имущества.

Кадровый потенциал организации – важнейший стратегический фактор, определяющий ее успех. Качественные и количественные характеристики рабочей силы определяют возможность реализации экономических программ, структурной перестройки, расширения производства, роста качества продукции и производительности труда. Именно мероприятия, способствующие развитию персонала, позволяют увеличить кадровый потенциал компании.

Сущность и значение основных средств, их состав и структура

Для достижения целей хозяйственной деятельности туристское предприятие, как и любое другое, должно обладать хотя бы минимумом основных средств, позволяющих этого добиться.

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

Согласно этому определению различают:

- основные производственные средства, действующие на предприятиях и предназначенные для изготовления продукции (механизмов, оборудования и ò.ä.);

- основные непроизводственные средства, действующие в сфере обслуживания (медицинских, бытовых, торговых, оздоровительных и других учреждений).

В соответствии со спецификой сферы туризма особый интерес представляют основные непроизводственные средства. Непроизводственные основные средства туристского предприятия есть совокупность вещей, сохраняющих свою материально-вещественную форму и используемых организацией в хозяйственной деятельности в течение длительного (более 12 месяцев) периода, стоимость единицы которых при этом превышает величину, установленную учетной политикой организации в соответствии с законодательством.

Основные средства предприятий туризма и их хозяйств (автобаз, прачечных и др.) образуют производственно-техническую базу, которая характеризует мощность этих предприятий.

В соответствии с Временным республиканским классификатором ОС для учета и планирования делятся на группы и виды в зависимости от срока службы и их назначения в производственном процессе.

Вопросы и задания:

1. Предприятие как объект управления.
2. Имущественный комплекс предприятия туризма и сервиса: внеоборотные активы.
3. Трудовые ресурсы предприятия туризма.

Список литературы:

Основная литература

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2016. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Дополнительная литература:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7
2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3
3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Учебно-методическая литература

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> Справочно-правовая система (СПС, КонсультантПлюс);
4. <http://catalog.ncstu.ru/> ЗАО « Анти Плагиат»

Практическое занятие 3 Внутренняя среда предприятия.

Цель: Изучить внутреннюю среду предприятия.

Формируемые компетенции: ОК-2 способностью использовать основы

экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах, ПК-5 способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение.

Актуальность темы: Изучение внутренней среды компании дает руководству возможность оценить внутренние ресурсы и возможности компании. Выявляя сильные и слабые стороны компании, руководство имеет возможность расширять и укреплять конкурентные преимущества и, соответственно, предупредить возникновение возможных проблем.

Теоретическая часть:

Среда туристического предприятия - это совокупность объективных условий при которых это предприятие осуществляет свою деятельность. Различают внешнее и внутреннее среды.

Внутренняя среда организации — глобальная структура организации, охватывающая все ее производственные подразделения, финансовые, транспортные и иные независимо от их местоположения и сферы деятельности.

Руководитель организации формирует и изменяет, когда это необходимо, внутреннюю среду организации. Для этого он должен уметь выделять и знать ее внутренние переменные — цели, структуру, задачи, технологию, персонал. Поскольку организации представляют собой созданные людьми системы, то внутренние переменные в основном являются результатом управленческих решений. Это, однако, не означает, что все внутренние переменные полностью контролируются руководством. Некоторые внутренние переменные выступают в качестве барьеров, и руководство должно преодолеть в своей работе, например, барьер взаимодействия с подчиненными, барьер передачи знаний и опыта; в туризме встречается такой барьер, как завышенные требования к персоналу в части знания туристской территории, т.е. руководитель ожидает от подчиненных очень глубоких познаний зон отдыха, достопримечательностей, традиций, что в полной мере приходит с опытом.

Цели организации — конкретные конечные состояния или желаемый результат, которого стремится добиться трудовой коллектив. Основной целью коммерческих организаций является получение прибыли, на что указывает Гражданский кодекс РФ. Генеральной целью деятельности турфирм является предоставление качественных туристских услуг и повышение степени удовлетворенности туриста от совершенного путешествия. Эти цели нельзя назвать разнородными, они формируют взаимосвязь — дерево целей: реализация одной из них нецелесообразна без реализации другой. Цели разрабатываются руководством организации и доводятся до сведения управляющих всех уровней.

Структура организации представляет собой логическое взаимоотношение уровней управления и функциональных областей, направленное на установление четких взаимосвязей между отдельными подразделениями организации, распределение между ними прав и ответственности в такой форме, которая позволяет наиболее эффективно достигать целей.

Задачи организации — определенная работа, серия работ, которая должна быть выполнена заранее установленным способом в заранее определенные сроки. Задачи непрерывно усложняются по мере роста доли рынка, требующего обеспечения все возрастающими объемами ресурсов — материальных, финансовых, трудовых и др.

Качество работы персонала напрямую определяется реализацией кадровой политики в организации. При этом немаловажную роль играет стиль руководства. В туристских организациях особо значимы благоприятные корпоративные отношения в трудовом коллективе и неприемлемы авторитарные методы управления, так как они угнетают творческий подход, инициативу, свободу коммуникации менеджеров, препятствуют формированию атмосферы открытости, взаимоподдержки.

Многообразие деятельности внутренней среды туристской организации можно свести к следующим укрупненным сферам: О производство и предоставление туристских услуг;

- маркетинг и материально-техническое снабжение;
- научные разработки в области развития туризма — технологии работы с клиентами и персоналом, ноу-хау систем обслуживания туристов;
- финансовое управление, бухгалтер и отчетность;
- общее руководство;
- управление персоналом.

Такое деление на сферы деятельности весьма условно и конкретизируется в общей и производственной организационной структурах.

Тщательный анализ факторов внутренней среды организации является предпосылкой принятия правильных управленческих решений.

Предприятием является самостоятельно хозяйствующий субъект, обладающий правами юридического лица, который на основе использования имущества трудовым коллективом производит и реализует продукцию, выполняет работы, оказывает услуги. Предприятие основано на предпринимательской деятельности.

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

В области туристской деятельности предпринимательство в большей степени связано с оказанием услуг.

Вопросы и задания:

1. Основные ее элементы: производство, маркетинг, финансы, управление персоналом, организационная структура.
2. Признаки, характеризующие элементы внутренней среды предприятия.
3. Оценка внутренней среды и ее назначение.

Список литературы:

Основная литература

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2016. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Дополнительная литература:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7
2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3
3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Учебно-методическая литература

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> Справочно-правовая система (СПС, КонсультантПлюс);

Практическое занятие 4

Предпринимательская и производственная функция предприятий сферы туризма.

Цель: Изучить предпринимательскую и производственную функцию предприятий сферы туризма.

Формируемые компетенции: ОК-2 способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах, ПК-5 способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение.

Актуальность темы: В условиях современной рыночной экономики весьма актуальна тема выбора организационно-правовых форм предпринимательской деятельности. Наличие различных организационно-правовых форм хозяйствования, как показала мировая практика, является важнейшей предпосылкой для эффективного функционирования рыночной экономики в любом государстве, в том числе и России.

Теоретическая часть:

Предприятием является самостоятельно хозяйствующий субъект, обладающий правами юридического лица, который на основе использования имущества трудовым коллективом производит и реализует продукцию, выполняет работы, оказывает услуги. Предприятие основано на предпринимательской деятельности.

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

В области туристской деятельности предпринимательство в большей степени связано с оказанием услуг.

Субъектами предпринимательства (предпринимателями) могут быть как отдельные частные лица, действующие от своего имени и под свою имущественную ответственность, так и объединения партнеров, действующие под ответственность юридического лица.

Известны две модели предпринимательства: классическое и инновационное.

Классическое предпринимательство — традиционное, консервативное предпринимательство, направленное на максимальную отдачу ресурсов при использовании традиционных приемов хозяйствования для повышения рентабельности деятельности организации и обновления номенклатуры услуг.

Инновационное предпринимательство — предпринимательская деятельность на основе новаторства в целях создания новшеств посредством использования неизвестных факторов экономики или путем их нового сочетания с традиционными. Такая новаторская деятельность, как правило, приносит более ощутимый результат, чем традиционное предпринимательство, но предъявляет особые требования к предпринимателю.

Предприниматель должен:

- обладать самостоятельностью и независимостью в принятии решений по любому вопросу деловой деятельности в рамках действующего законодательства;
- иметь экономическую и иную заинтересованность в результатах своей деятельности, т.е. рассчитывать получить максимально возможную прибыль;
- идти на риск и брать на себя ответственность. Под риском понимают возможность возникновения в ходе реализации планов неблагоприятных условий, приводящих к убыткам. Различают риски производственные, коммерческие, финансовые, инвестиционные и рыночные. Методами снижения риска и уменьшения потерь от возникновения событий риска являются прогнозирование развития рынка, распределение

риска между партнерами, страхование, резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов и др.;

- всегда иметь инновационный подход к деятельности (т.е. новаторство в использовании имеющихся факторов производства товаров/услуг, в поисках и привлечении новых потребителей услуг, факторов производства, новых рынков сбыта и нетрадиционных организационных форм деятельности). Для предпринимателя движущей силой в поиске и внедрении новшеств является ожидание сверхприбылей.

Для успешной организации доходного дела в современных условиях предприниматель должен иметь хорошую профессиональную подготовку, необходимые знания в области экономики, политики, психологии, юриспруденции, организации производства продукции и услуг, а также уметь сотрудничать с учеными, специалистами по маркетингу, владельцами капитала.

В предпринимательской деятельности выделяют следующие *стадии*:

- 1) накопление и отбор предпринимательской идеи, в которой могут быть совмещены возможности предпринимателя с потребностями рынка;
- 2) планирование производственной и финансово-хозяйственной деятельности, маркетинга;
- 3) определение потребностей в ресурсах (в том числе в денежных средствах) и в поставщиках;
- 4) управление проектом, т.е. техническая, финансовая, организационная подготовка производства товаров/услуг, осуществление запланированной деятельности;
- 5) управление предприятием — контроль, анализ и корректировка действий, накопление опыта, поиск новых идей.

Успех предпринимателя зависит от условий, в которых он функционирует. Назовем некоторые из них.

Предпринимательская среда — общественные условия (ситуация), в которых осуществляется предпринимательство и которые оказывают влияние на результаты предпринимательства. Различают следующие группы условий.

Экономические условия — фактическое предложение товаров/услуг и платежеспособный спрос на них; доходы фактических и потенциальных туристов; наличие, величина и доступность заемных средств для предпринимателей; наличие альтернативных товаров/услуг и цен на них; развитость инфраструктуры туристского рынка; условия конкуренции.

Социальные условия — это представление общества о путях развития предпринимательства и отношение к нему (неприятие, терпимость, одобрение); отношение государства (аппарата управления) к предпринимательству; национальные традиции и обычаи; образовательный уровень специалистов, с которыми предприниматель вступает в деловые отношения.

Правовые условия — законы и подзаконные акты, регулирующие предпринимательскую деятельность и создающие наиболее благоприятные условия для развития предпринимательства. Важнейшими являются законы о правовых гарантиях предпринимательской деятельности, включая право на собственность и соблюдение договорных обязательств.

Вопросы и задания:

1. Понятие «предпринимательство».
2. Модели предпринимательства.
3. Стадии предпринимательской деятельности.
4. Услуга как специфический продукт предприятий туристического бизнеса.
5. Требования к услугам в сфере туризма.

Список литературы:

Основная литература

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2016. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Дополнительная литература:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7

2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3

3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Учебно-методическая литература

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;

2. <http://www.iprbookshop.ru> ЭБС «IPRbooks»;

3. <http://www.consultant.ru> Справочно-правовая система (СПС, КонсультантПлюс);

4. <http://catalog.ncstu.ru/> ЗАО « Анти Плагиат»

Практическое занятие 5

Экономическая оценка результатов деятельности предприятия туризма и сервиса.

Цель: Изучить экономическую оценку результатов деятельности предприятия туризма и сервиса.

Формируемые компетенции: ОК-2 способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах, ПК-5 способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение.

Актуальность темы: Туризм — вид экономической деятельности, ориентированной на конечного потребителя. Финансовые результаты деятельности туристского предприятия определяются объемами продаж туристского продукта, определяемые спросом, и уровнем себестоимости, обусловленным качеством туристских товаров. Все это обуславливает актуальность анализа финансовых результатов и факторов, влияющих на их величину.

Теоретическая часть:

Под эффективностью работы сервисного предприятия подразумевается отношение результатов его деятельности к затратам, направленным на их качественное достижение. В указанном понимании эффективности отображен так называемый затратно-ресурсный подход.

Есть также другой подход к эффективности - целеориентированный. Он позволяет сопоставлять, насколько выполнены предприятием цели, поставленные первоначально. Перечень подобных целей обычно сводится к следующему:

- выживание в условиях конкурентной борьбы;
- лидерство в борьбе с конкурентами;

- недопущения крупных финансовых неудач и банкротства;
- приобретение устойчивого положения и позитивного имиджа;
- рост экономического потенциала;
- рост объемов производства и реализации;
- максимизация прибыли и минимизация расходов;
- рентабельность и т.п.

Эти два подхода тесно переплетены между собой, дополняя друг друга. Нередко считается, что они позволяют исчерпать понимание любой эффективности управленческих процессов. В практике работы сервисного предприятия анализ общей эффективности осуществляется на уровне высшего звена управления, хотя польза от работы отдельных подразделений также учитывается. Расчет экономической эффективности производится путем сравнения затрат с экономическим эффектом. Положительный результат свидетельствует об экономии, отрицательный - об убытке.

Однако в последние годы в экономической практике - и сфера услуг выступала здесь лидером - формируются другие критерии и акценты в понимании эффективности работы предприятия. Становится очевидным, что недостаточно различать эффективность результативную (связанную с сопоставлением результатов и целей) и экономическую (ресурсно-затратную). Необходим анализ обоснованности целей деятельности предприятий, а также самих критериев эффективности, что поднимает эту проблему на более широкий уровень рассмотрения.

Известно, например, что представления о целях общественного развития и развития экономики медленно, но постоянно трансформируются. Одновременно меняются и представления о критериях эффективности. В последние годы в мировой практике управления появляются более широкие способы оценки результативности работы предприятий, нацеленные на учет самых разных факторов и обстоятельств его деятельности, включая и те, которые связаны с людьми (с кадровым составом и с потребителями). Ключевой момент понимания эффективности начинает связываться с выяснением того, при помощи комбинации каких ресурсов в сложившихся условиях получен результат, что упущено, какие резервы не использованы, как повысить эффективность в будущем с учетом проделанного анализа.

Такой широкий подход к определению экономической эффективности, наиболее отвечающий специфике сервисной деятельности, дается в теории комплексного экономического анализа. В его рамках эффективность сервисного предприятия рассматривается в разделах перспективного, текущего, оперативного анализа, на базе которого оценивается достигнутый результат, а также выявляются факторы его изменения, неиспользованные возможности и резервы его повышения.

Эффективность сервисного предприятия можно исследовать с самых разных сторон: с точки зрения формирования затрат, планирования объема услуг, прибыли, реализации инвестиционных проектов и др. Вместе с тем анализ затрат, методов их распределения, составление и контроль выполнения смет, калькулирование себестоимости единицы продукции и т.п. -- все эти вопросы выступают необходимым и вместе с тем только начальным этапом анализа общей эффективности сервисной организации.

Вопросы и задания:

1. Производительность и оплата труда на предприятии туризма.
2. Затраты предприятия туризма и их оценка.

Список литературы:

Основная литература

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2016. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Дополнительная литература:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7

2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3

3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Учебно-методическая литература

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;

2. <http://www.iprbookshop.ru> ЭБС «IPRbooks»;

3. <http://www.consultant.ru> Справочно-правовая система (СПС, КонсультантПлюс);

4. <http://catalog.ncstu.ru/> ЗАО « Анти Плагиат»

Практическое занятие 6

Международная торговля и туризм.

Цель: Изучить международную торговлю и туризм.

Формируемые компетенции: ОК-2 способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах, ПК-5 способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение.

Актуальность темы: Туризм представляет собой социальное, культурное и экономическое явление, связанное с перемещением людей в места, находящиеся за пределами их постоянного жительства, причем мотивом, как правило, служат развлечения и отдых. Он оказывает воздействие на экономику, природную и антропогенную среду и местное население в посещаемых местах и на самих туристов.

Теоретическая часть:

Обмен услугами международного туризма между странами, так же как и обмен товарами, является частью международной торговли и оказывает значительное влияние на экспорт и импорт страны. Оказание первой медицинской помощи туристу в стране пребывания является экспортом для принимающей страны, а питание, которое туристы получают за рубежом, считается импортом для страны отправления этих туристов.

Международный туризм является также активным генератором международных торговых потоков товаров и услуг других сфер экономики. Многие страны удовлетворяют запросы иностранных гостей с помощью импортных продуктов и услуг, а развитие туристской инфраструктуры в стране тоже может стимулировать импорт различных строительных материалов, сырья, технологий. В свою очередь, для продвижения туристского продукта за границу могут экспортироваться рекламные товары, одежда, журналы и другая продукция.

Последствия такого перехода к новому постиндустриальному обществу могут быть неадекватны, например, в сфере занятости из-за перехода большого количества трудовых ресурсов из производственного сектора в сферу услуг. И здесь надо проводить оптимальную политику перераспределения трудовых ресурсов, чтобы не создавался излишек их в сфере услуг в ущерб производственному сектору. В этой связи многие

страны иногда проводят политику, направленную на сокращение обмена туристскими услугами или товарами, предназначенными для туризма. Ограничивающие меры для туризма могут быть весьма разнообразны — от ограничений ввоза и вывоза иностранной валюты до повышения тарифов на перевозки, а также административного квотирования количества путешествующих.

Вопросы и задания:

1. Международные туристские организации.
2. Показатели конкурентоспособности страны в туристическом бизнесе.

Список литературы:

Основная литература

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2016. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Дополнительная литература:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7
2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3
3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Учебно-методическая литература

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> Справочно-правовая система (СПС, КонсультантПлюс);
4. <http://catalog.ncstu.ru/> ЗАО « Анти Плагиат»

Практическое занятие 7

Инвестиции в туризме.

Цель: Изучить инвестиции в туризме.

Формируемые компетенции: ОК-2 способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах, ПК-5 способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение.

Актуальность темы: туризм, являясь выгодной отраслью экономики, становится при соответствующих условиях важнейшей статьей валового национального дохода страны. Одним из основных факторов развития туристской индустрии является привлечение необходимого объема инвестиций, а также эффективное управление имеющимися ресурсами.

Теоретическая часть:

Инвестиции в туризм — это размещение капитала инвесторов в туристском бизнесе с целью получения прибыли. Для туристских инвестиций, так же как и для других инвестиций, необходимо принимать во внимание, что инвестированный капитал должен

приносить прибыль. Так как капитал является одним из главных компонентов в туристском производстве, то возможность туристской экономики производить туристские продукты во многом зависит от размера капитала, который будет инвестирован в туристскую экономику. При увеличении капитала увеличивается производительность туристской экономики. При уменьшении объемов инвестиций в туристскую экономику соответственно уменьшается и возможность производства.

Капиталовложения в туристскую экономику возрастают только тогда, когда отдача на вложенные средства превышает объем инвестированного капитала. Когда туристские инвестиции равны объему отдачи, эффективность туристских инвестиций равна нулю. Это означает, что туристская экономика производит такое количество капитала, которое равно затраченным капиталовложениям. В этом случае капитал и производство в туристской экономике остаются постоянными. Если же отдача меньше, чем туристские инвестиции, т.е. разность между вложенным и полученным капиталом отрицательна, туристская экономика теряет источники для возобновления капитала и возможности производства уменьшаются.

Туристский рынок - это система мирохозяйственных связей, в которой совершается процесс превращения туристско-экскурсионных услуг в деньги и обратного превращения денег в туристско-экскурсионные услуги.

Другими словами, туристский рынок - это сфера проявления экономических отношений между производителями и потребителями туристского продукта. Если экономические интересы производителя и потребителя туристского продукта совпадают, то происходит акт купли-продажи туристского продукта.

Рынок выполняет многочисленные функции: информационную, посредническую, регулирующую, ценообразующую, стимулирующую, созидательно-разрушительную, дифференцирующую. Но в качестве *основополагающих функций туристского рынка* можно выделить следующие:

- 1) реализация стоимости и потребительской стоимости, заключенных в туристском продукте;
- 2) организация процесса доведения туристского продукта до потребителя (туриста);
- 3) экономическое обеспечение материальных стимулов к труду.

В процессе выполнения туристским рынком первой функции происходит движение стоимости, которое отражается посредством обмена: деньги <-> туристский продукт.

Завершение этого обмена означает законченность акта товарно-денежных отношений, реализацию стоимости, заключенной в туристском продукте, и общественное признание его потребительской стоимости. В результате обеспечивается нормальный ход общественного воспроизводства, появляются и накапливаются денежные средства для развития туристской индустрии.

Функция организации процесса доведения туристского продукта до потребителя осуществляется через создание сети турагентов и туроператоров по его реализации.

Функция экономического обеспечения материальных стимулов к труду заключается в том, что в процессе обмена «деньги - туристский продукт» на туристском рынке распределение как необходимая фаза воспроизводства предстает в завершенном виде. У работников туристской фирмы, получающих за свой труд денежное вознаграждение, создаются материальные стимулы к повышению качества и увеличению количества туристского продукта, производству его в соответствии с запросами потребителей.

Туристский рынок характеризуется наличием субъектов, т. е. юридических и физических лиц, которые являются производителями и потребителями туристского продукта. Можно выделить три субъекта туристского рынка: **самых туристов (потребителей турпродукта), туроператоров и турагентов.**

Туристский рынок характеризуется емкостью, уровнем сбалансированности спроса и предложения, условиями реализации туристского продукта.

Механизм функционирования туристского рынка - это система действий экономических рычагов для сбалансирования спроса и предложения на туристский продукт, на обмен «деньги - туристский продукт», на денежные потоки и потоки туристского продукта.

Емкость туристского рынка - это его способность «поглотить» то или иное количество туристского продукта, т. е. возможный объем реализации отдельных туров, услуг туризма, товаров туристско-сувенирного назначения при существующих ценах и предложении. Емкость зависит от объемов платежеспособного спроса населения, уровня цен и размеров туристского предложения.

Туристский кругооборот - это система экономических и юридических (гражданско-правовых) отношений, возникающая между туристом и туристской фирмой и показывающая направления движения туристских потоков туристского продукта, инвестиций в развитие туризма и денежных поступлений в бюджет от доходов туристской деятельности.

Вопросы и задания:

1. Инвестиции: сущность и значение.
2. Экономический механизм инвестирования.
3. Сбережение и потребление.
4. Материально-вещественные и денежные инвестиции.

Список литературы:

Основная литература

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2016. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Дополнительная литература:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7
2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3
3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Учебно-методическая литература

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> Справочно-правовая система (СПС, КонсультантПлюс);
4. <http://catalog.ncstu.ru/> ЗАО « Анти Плагиат»

Практическое занятие 8

Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений.

Цель: Изучить туристский рынок как сферу проявления экономических отношений.

Формируемые компетенции: ОК-2 способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах, ПК-5 способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение.

Актуальность темы: Туристский рынок - это сфера проявления экономических отношений между производителями и потребителями туристского продукта. Если экономические интересы производителя и потребителя туристского продукта совпадают, то происходит акт купли-продажи туристского продукта.

Теоретическая часть:

Туристский рынок - это сфера проявления экономических отношений между производителями и потребителями туристского продукта. Если экономические интересы производителя и потребителя туристского продукта совпадают, то происходит акт купли-продажи туристского продукта.

Рынок выполняет информационную, посредническую, регулирующую, ценообразующую, стимулирующую, созидательно-разрушительную, дифференцирующую и др. функции. Но в качестве основополагающих функций туристского рынка можно выделить:

- реализация стоимости и потребительской стоимости, заключенных в туристском продукте;
- организация процесса доведения туристского продукта до потребителя (туриста);
- экономическое обеспечение материальных стимулов к труду. В процессе выполнения туристским рынком первой функции происходит движение стоимости, которое отражается посредством обмена: деньги - туристский продукт.

Завершение этого обмена означает законченность акта товарно-денежных отношений, реализацию стоимости, заключенной в туристском продукте, и общественное признание его потребительской стоимости. В результате обеспечивается нормальный ход общественного воспроизводства, появляются и накапливаются денежные средства для развития туристской индустрии.

Функция организации процесса доведения туристского продукта до потребителя осуществляется через создание сети турагентов и туроператоров по его реализации.

Функция экономического обеспечения материальных стимулов к труду заключается в том, что в процессе обмена «деньги - туристский продукт» на туристском рынке распределение как необходимая фаза воспроизводства предстает в завершенном виде. У работников туристской фирмы, получающих за свой труд денежное вознаграждение, создаются материальные стимулы к повышению качества и увеличению количества туристского продукта, производству его в соответствии с запросами потребителей.

Вопросы и задания:

1. Понятие туристского рынка.
2. Субъекты туристского рынка.

Список литературы:

Основная литература

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2016. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Дополнительная литература:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7

2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3

3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Учебно-методическая литература

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;

2. <http://www.iprbookshop.ru> ЭБС «IPRbooks»;

3. <http://www.consultant.ru> Справочно-правовая система (СПС, КонсультантПлюс);

4. <http://catalog.ncstu.ru/> ЗАО « Анти Плагиат»

Практическое занятие 9

Экономика регионального туризма.

Цель: Изучить экономику регионального туризма.

Формируемые компетенции: ОК-2 способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах, ПК-5 способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение.

Актуальность темы: Изучение экономики туризма на уровне регионов особенно актуально в России, потому что наша страна обладает обширной территорией, разделенной на множество субъектов (регионов), каждый из которых имеет свои неповторимые особенности. Для того, чтобы грамотно управлять экономикой регионов, максимально эффективно использовать их потенциал, необходимо знать эти особенности и находить к каждому субъекту свой правильный подход.

Теоретическая часть:

Туристский регион - это территория, которая обладает общностью различных туристских ресурсов (маршрут, этнические, исторические, религиозные, архитектурные). Это внутринациональная категория, внутри конкретной страны, часть субъекта Федерации, район, который охватывает несколько мероприятий (субъектов, федераций, например, Золотое Кольцо, Прибайкалье).

Различают микрорегионы - относительно небольшие территории, которые характеризуются какой-либо общностью признаков, и макрорегионы - регионы, охватывающие несколько различных территорий, стран, например, Россия, АТР.

К основным понятиям региональной экономики относятся:

Региональная экономика - область научных знаний о размещении производительных сил, об экономике регионов.

Регионы - все республики, края и области как объекты государственного управления. В региональной экономике это - объекты изучения.

Макрорегион - территория страны, охватывающая множество разных регионов. Дальний Восток России можно назвать макрорегионом.

Микрорегион - сравнительно небольшая часть территории. Микрорегионом можно назвать, например город с прилегающими к нему поселениями.

Экономический регион - территориально-хозяйственное образование.

Экономический комплекс государства - интегрированная система региональных, хозяйственных комплексов, каждый из которых с определенной долей автономности функционирует как целостная территориально-экономическая единица.

Объектом изучения региональной экономики является региональная экономика последнего уровня обобщения, т.е. экономика российских регионов.

Предметом региональной экономики является исследование законов и тенденций функционирования хозяйства регионов как составных элементов региональной системы страны.

Методом изучения в региональной экономике является системный анализ, заключающийся в поэтапном исследовании отдельных элементов с последующим их соединением в целостный хозяйственный комплекс региона как составного элемента интегрированной региональной экономической системы государства.

Структура метода изучения региональной экономики имеет определенную последовательность анализа ее особенностей и проблем. Это исследование:

- проблем научного категорирования;
- проблем экономического районирования;
- функционирования отраслевых процессов на региональном уровне;
- особенностей функционирования территориально-экономических образований с местным самоуправлением;
- проблем общественного воспроизводства на региональном уровне, абстрагированного от межрегиональных взаимодействий;
- возникновения и функционирования множественных межрегиональных взаимодействий;
- становления экономического комплекса государства как целостной системы региональных хозяйств.

Региональная экономика исследует внутрирегиональное развитие всех элементов производительных сил (фонды, люди) и производственных отношений (производство и присвоение материальных благ), а также межрегиональные отношения в территориальном разрезе.

Изучение экономики региона основано на постановке и изучении логически выстроенных вопросов:

- административный состав региона;
 - особенности экономико-географического положения;
 - место региона в хозяйственном комплексе республики;
 - краткая экономическая оценка природных условий и ресурсов;
 - экологические проблемы региона;
 - характеристика населения и трудовых ресурсов;
 - демографические проблемы;
 - развитие и размещение основных отраслей рыночной специализации региона;
 - отрасли, дополняющие территориальный комплекс;
 - внутрирегиональные и межрегиональные экономические связи
 - промышленные центры, узлы, территориально-производственные комплексы;
 - основные направления развития региона в условиях развития рыночных отношений.
- Факторами развития регионального туризма являются:
- рост численности населения, особенно городского, в регионе;
 - рост реальных доходов и соответственно покупательной способности населения;
 - изменение соотношения рабочего и свободного времени населения в регионе;
 - изменение структуры потребительского спроса (увеличение спроса на услуги, в частности на туризм, образование, здравоохранение и т. д.);
 - развитие регионального транспорта;
 - развитие региональных средств массовых коммуникаций;
 - повышение культурного и образовательного уровня населения в регионе, что способствует развитию стремления к познанию, к использованию опыта других стран в своей профессиональной деятельности;
 - перераспределение собственности в регионах;

- качественное изменение управленческих региональных функций;
- необходимость обеспечения экономической самодостаточности территорий на основе прежде всего эндогенных процессов регионального общественного воспроизводства;
- специализация экономических регионов на определенных видах экономической деятельности.

Основными задачами экономики регионального туризма являются:

- разработка теории экономики регионального туризма с учетом конкретной и перспективной социально-экономической ситуации;
- перенесение центра тяжести экономики регионального туризма в условиях суверенизации республик и районов, входящих в состав России, с вопросов размещения на проблемы социального и экономического развития туризма в регионах;
- изучение проблем размещения туристских производительных сил по регионам и выработка принципов управления этим процессом в пределах региона;
- исследование тенденций в межрегиональных связях в сфере туризма (производственная и социальная интеграция регионов);
- разработка принципов формирования новых туристских регионов;
- анализ территорий со сложившимися туристскими ресурсами и их места и роли в развитии промышленного и сельскохозяйственного производства;
- обоснование размещения в конкретных регионах крупных туристских объектов как очагов концентрации туристского бизнеса в целях их последующего увеличения или рассредоточения;
- разработка схем производственной интеграции регионов для экспорта региональных туристских продуктов.

Вопросы и задания:

1. Системный экономический анализ и моделирование процессов регионального туризма.
2. Основные понятия, предмет и метод изучения региональной экономики.
3. Факторы развития и задачи экономики регионального туризма.

Список литературы:

Основная литература

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2016. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Дополнительная литература:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7
2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3
3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Учебно-методическая литература

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> Справочно-правовая система (СПС, КонсультантПлюс);
4. <http://catalog.ncstu.ru/> ЗАО « Анти Плагиат»

