

10.22. ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Караулова Н.М., к.э.н., доцент кафедры
туризма и сервиса

*Волгоградский филиал ФГБОУ ВПО «Российский
государственный университет туризма и сервиса»*

[Перейти на Главное МЕНЮ](#)
[Вернуться к СОДЕРЖАНИЮ](#)

В статье представлена система показателей, позволяющих оценить эффективность внешнеэкономической деятельности предприятия туристской индустрии. Предложены две группы показателей:

- первая группа позволяет анализировать состав и динамику численности туристов, въезжающих и выезжающих из страны благодаря работе конкретной туристской фирмы;
- вторая группа призвана дать оценку внешнеэкономической деятельности предприятия в стоимостном выражении.

На современном этапе экономического развития международный туризм является одной из наиболее динамично развивающихся сфер хозяйственной жизни. Начиная с середины XIX в., когда впервые международные путешествия были организованы на профессиональном уровне, объем межстрановых потоков туристов постоянно увеличивался (за исключением периодов первой и второй мировых войн). К настоящему времени, по данным Всемирной туристской организации, в туризме задействовано около 9,4% мирового капитала, на туризм потребители тратят порядка 11% всех своих расходов, также данная отрасль обеспечивает каждое 16-е рабочее место. Кроме того, в соответствии с экспертными прогнозами количество туристских прибытий будет расти и в дальнейшем [13, с. 69].

В современных условиях международный туризм приобрел значительные масштабы, влияя на политические, экономические и культурные связи между государствами и являясь важным источником валютных поступлений для развитых и развивающихся стран.

В Российской Федерации туристская индустрия находится на стадии становления, в результате чего воздействие туризма на отечественную экономику незначительно. Основными причинами неразвитости российской туристской индустрии являются невысокий уровень сервиса, сложившееся мнение о РФ как о стране повышенного риска [11, с. 65-66]. В результате действия перечисленных и иных факторов на долю РФ приходится менее 1% мирового туристского потока [9, с. 127]. Кроме того, современный этап развития отечественной индустрии туризма характеризуется значительным преобладанием выездного туризма. В настоящее время большая часть туристских предприятий предпочитают направлять российских туристов за рубеж и лишь немногие фирмы организуют прием иностранных туристов. При этом основными городами, привлекающими иностранных туристов, являются Москва и Санкт-Петербург [6, с. 56].

В соответствии с вышеизложенным, особую актуальность приобретают исследования, направленные на изучение различных аспектов организации внешнеэкономической деятельности предприятия туризма, и прежде всего эффективности его операций.

Также остается малоизученным фактором эффективности – аутсорсинг, который, на основании международного опыта, все больше принимает мало доходные, проблемные области сервисного обслуживания в экономике внешнеэкономической деятельности туристического предприятия [13, с. 322].

Изначально необходимо определиться с понятийным аппаратом, разделив международный туризм и внешнеэкономическую деятельность предприятия туризма. Международный туризм представляет собой систему путешествий, осуществляющихся на базе межгосударственных договоров с учетом действующих международных норм и местных обычаев [54, с. 47]. Международный туризм выступает прежде всего как феномен социального характера, в то время как внешнеэкономическая деятельность предприятия туризма относится исключительно к экономическим категориям. Кроме того, следует принимать во внимание разнородность исследуемых явлений. Международный туризм возник и осуществляется на уровне взаимодействия различных стран. При этом внешнеэкономическая деятельность реализуется на уровне предприятия. Однако, несмотря на приведенные отличия, внешнеэкономическая деятельность предприятия туризма и международный туризм неразрывно связаны: внешнеэкономическая деятельность выступает как составляющая, «элементарное звено» более емкого явления международного туризма, который возник и развивается благодаря целенаправленной деятельности туристских предприятий, работающих во внешнеэкономическом комплексе страны. Соответственно международный туризм является производной от совокупности хозяйственных мероприятий, составляющих практику деятельности туристской фирмы.

Внеэкономическая деятельность предприятия туризма – хозяйственная деятельность предприятия, направленная на организацию и осуществление системы путешествий, которая предусматривает перемещение клиентов предприятия через национальную границу (границы) одной (или нескольких стран) с учетом действующих международных норм и местных обычаев [7, с. 67-68]. Внеэкономическая деятельность туристской фирмы как часть хозяйственной деятельности предприятия подчинена его главной цели – максимизации получаемой прибыли. В связи с этим особое значение приобретает методика оценки эффективности внешнеэкономической деятельности туристского предприятия.

Прибыль выступает как главный экономический стимул организации и повышения эффективности хозяйственной деятельности предприятия. Стремясь к максимизации прибыли, предприниматели начинают новое или расширяют уже существующее дело, переключаются с выпуска одних товаров и услуг на другие. Прибыль фирмы, являясь разностью между совокупным доходом и общими издержками, для малых объемов производства имеет отрицательную величину, то есть является убытком, когда доход слишком мал, чтобы возместить постоянные и переменные издержки [3]. По мере увеличения объема производства туристских услуг прибыль растет и принимает положительные значения. Своего максимума она достигает при полной загрузке мощностей туристского предприятия, соответственно, туристская компания будет стремиться предлагать как можно больше услуг.

На настоящий момент не существует общепринятой методики оценки эффективности внешнеэкономической

деятельности туристского предприятия. Однако активное развитие международного туризма обусловило необходимость формирования системы показателей, характеризующих современное состояние, динамику и перспективы развития хозяйственной деятельности предприятия, заключающейся в организации межстрановых путешествий.

Изучение внешнеэкономической деятельности требует количественных показателей, которые должны характеризовать:

- туристские потоки;
- экспортный доход и импортный доход предприятия.

Первая группа показателей позволяет анализировать состав и динамику численности туристов, въезжающих и выезжающих из страны благодаря работе конкретной туристской фирмы. Вторая группа показателей призвана дать стоимостную оценку внешнеэкономической деятельности предприятия.

Рассмотрим первую группу показателей. Для анализа туристского потока, прежде всего, следует определить объем туристского потока и количество прибытий (отбытий). Под объемом туристского потока будем понимать число туристов, въезжающих в страну и выезжающих из нее в течении определенного периода времени.

Величину туристского потока следует рассчитывать на основе первичной документации предприятия, содержащей информацию о числе обслуживаемых клиентов, стране их проживания и стране назначения. Туристский поток включает две составляющие: количество прибытий и количество отбытий. Сравнительный анализ двух последних показателей позволяет определить направленность деятельности предприятия: экспортный или импортный приоритет. Преобладание числа организованных туристской фирмой отбытий свидетельствует об экспортной направленности деятельности предприятия и наоборот.

Также к числу показателей первой группы относится продолжительность пребывания. Продолжительность пребывания характеризует число организованных конкретной туристской фирмой ночевков, проведенных туристами вне страны своего проживания, за определенный период времени. При анализе продолжительности пребывания следует рассчитывать:

- валовую продолжительность пребывания – число всех ночевков, организованных туристской фирмой, что позволяет оценить работу предприятия в сравнении с конкурентами;
- страновую продолжительность пребывания – число ночевков, организованных туристской фирмой в определенную страну, что позволяет установить пожелания потребителей относительно длительности путешествия в ту или иную страну для учета при последующем формировании туров;
- среднюю продолжительность пребывания – среднее число ночевков, проведенных одним туристом вне страны своего проживания, что используется при обобщающем анализе внешнеэкономической деятельности туристского предприятия; рассчитывается как отношение валовой продолжительности пребывания к объему туристского потока [4, с. 119].

Помимо расчета перечисленных показателей, целесообразно произвести географический анализ объема туристского потока. Данный анализ заключается в определении доли числа туристов, выезжающих или въезжающих в конкретную страну по туру, организованному изучаемой туристской фирмой. Полученные результаты позволяют установить наиболее востребованные маршруты и отказаться от работы по турам, пользующимся наименьшим спросом.

Ко второй группе показателей относятся экспортный и импортный доход предприятия, а также производные от них показатели. Экспортный доход туристского предприятия представляет собой выручку, полученную за организацию и реализацию выездных туров. Аналогично импортный доход составляет выручку туристской фирмы от реализации въездных туров. Анализ эффективности экспортных и импортных операций целесообразно проводить в несколько этапов.

1. Определение экспортной (импортной) прибыли как разности между экспортной (импортной) выручкой туристской фирмы и затратами, связанными с производством и реализацией туристского продукта (включая себестоимость выездного (въездного) тура, расходы на реализацию туристского продукта).

2. Сравнение величины экспортной (импортной) прибыли с величиной прибыли, обыкновенной для продажи туристского продукта, сформированного с аналогичными вложениями внутри страны:

$$k_{ex} = \frac{P_{ex}}{P_{in}} ; \quad (1)$$

$$k_{im} = \frac{P_{im}}{P_{in}} , \quad (2)$$

где

k_{ex} , k_{im} – экспортный, импортный коэффициенты;

P_{ex} , P_{im} – экспортная, импортная прибыль, руб.;

P_{in} – прибыль обыкновенная для продажи тура внутри страны с аналогичными вложениями, руб.

Условием эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия туризма является превышение полученными значениями экспортного и импортного коэффициентов единицы: $k_{ex} > 1$, $k_{im} > 1$.

3. Суммирование экспортной и импортной прибыли для определения валовой прибыли предприятия, получаемой от внешнеэкономической деятельности:

$$P_{ex,im} = P_{ex} + P_{im} , \quad (3)$$

где $P_{ex,im}$ – величина валовой прибыли туристской фирмы, получаемой от экспортно-импортных операций, руб.

4. Определение нормы прибыли внешнеэкономической деятельности туристского предприятия как доли прибыли от экспортно-импортных операций к величине выручки, полученной от реализации выездных и въездных туров:

$$P_{ex,im} = \frac{P_{ex,im} * 100 \%}{I_{ex,im}} , \quad (4)$$

где

$P_{ex,im}$ – норма прибыли внешнеэкономической деятельности туристского предприятия, %;

$I_{ex,im}$ – выручка туристского предприятия от экспортно-импортной деятельности, руб.

5. Сравнение нормы прибыли от реализации выездных и въездных туров с аналогичным показателем, рассчитанным по данным о хозяйственной деятельности туристского предприятия внутри страны; необходимым условием эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия туризма является большая величина нормы прибыли для экспортно-импортных операций:

$$P_{ex,im} > P_{in}, \tag{5}$$

где p_{in} – норма прибыли хозяйственной деятельности туристской фирмы внутри страны.

В обратном случае при несоблюдении условия (5) более предпочтительной для туристской фирмы является ориентация на внутренний рынок.

6. Расчет доли внешнеэкономического сектора туристской фирмы в общей выручке предприятия, которая указывает на степень внешнеэкономической ориентации туристского предприятия и позволяет определить значение и роль внешнеэкономической деятельности в хозяйственной жизни предприятия туризма:

$$s_{ex,im} = \frac{I_{ex,im} * 100 \%}{I_{gr}}, \tag{6}$$

где

$s_{ex,im}$ – доля внешнеэкономического сектора туристского предприятия, %;

I_{gr} – валовая выручка туристского предприятия, руб.

Сумма экспорта и импорта (страны, региона или фирмы) представляет собой внешнеторговый оборот, а их разница – сальдо. Сальдо туристского баланса может быть отрицательным или положительным.

Интенсивное развитие международного туризма в настоящее время привлекло внимание к проблеме разработки методики для проведения анализа внешнеэкономической деятельности предприятия туризма. Система показателей эффективности работы внешнеэкономического сектора туристского предприятия на наибольшем уровне обобщения должна представлять максимально полную и объективную информацию. Соответственно, целесообразно производить оценку работы предприятия одновременно по нескольким направлениям: по туристским потокам и стоимостным показателям (по экспорту и импорту). Расчет полного комплекса показателей по каждому из направлений позволит произвести анализ внешнеэкономической деятельности предприятия туризма, оценить эффективность и определить приоритетные направления ее развития.

Литература

1. Н.Н. Социальные аспекты предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] / Н.Н. Догункова, Л.А. Сизенева // Экономика и социум. – 2014. – №1. URL: [http://www.iupr.ru/domains_data/files/zurnal_10/Dogunokva%20N.N.%20Sizeneva%20L.A.\(osnovnoy%20razdel\).pdf](http://www.iupr.ru/domains_data/files/zurnal_10/Dogunokva%20N.N.%20Sizeneva%20L.A.(osnovnoy%20razdel).pdf)
2. Караулова Н.М. Внешнеэкономическая деятельность предприятия туризма [Текст] : учеб. пособие / Н.М. Караулова ; ВФ ГОУ ВПО «МГУС», каф. «Экономика и управление». – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2006. – 146 с.
3. Караулова Н.М. Внешнеэкономическая деятельность предприятия туризма: основные понятия, функции [Текст] / Н.М. Караулова // Вестн. Хабаровской госуд. академии экономики и права : ежеквартальный науч. и общественно-публицистический ж-л. – 2006. – №4. – С. 47-54.
4. Караулова Н.М. Сезонность во внешнеэкономической деятельности туристского предприятия [Текст] / Н.М. Караулова // Теория, практика и перспективы развития современного сервиса : мат-лы II межвузовской науч.-практ. конф. молодых ученых и студентов : г. Волгоград, 19-20 апреля 2007 г. / ГОУ ВПО «МГУС» (Волгоградский филиал. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2007. – С. 84-87.
5. Караулова Н.М. Экономика и управление внешнеэкономической деятельностью туристского предприятий [Текст] /

- Н.М. Караулова // Изв. Волгоградского госуд. техн. ун-та. – 2007. – Т. 12 ; №7. – С. 55-61.
6. Караулова Н.М. Формирование внешнеэкономической деятельности предприятия туризма [Текст] / Н.М. Караулова, А.С. Уфимцев // Казанская наука. – 2010. – №3. – С. 67-74.
7. Концептуальные аспекты организации хозяйственной деятельности предприятий туризма [Текст] : монография / под ред. С.В. Уфимцева ; Волгоградский филиал ГОУ ВПО «МГУС». – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2006. – Ч. 1. – 392 с.
8. Орлова Н.В. Молодежная политика в сфере туризма: сущность, направления реализации [Текст] / Н.В. Орлова // Актуальные проблемы развития инновационного, экономического и правового потенциала в условиях модернизации экономики : мат-лы I Межрегион. университетской науч.-практ. конф. 15-16 нояб. 2011 г. НОУ ВПО «Ин-т профессиональных инноваций». – Волгоград, 2012. – С. 18-24.
9. Орлова Н.В. Направления совершенствования туристского бизнеса в регионе [Текст] / Н.В. Орлова // Теория, практика и перспективы развития современного сервиса : мат-лы II Межвуз. науч.-практ. конф. молодых ученых и студентов. – 2007. – С. 64-68.
10. Орлова Н.В. Основные направления реализации молодежной политики в сфере туризма [Текст] / Н.В. Орлова // Профсоюзы и реализация прав и свобод личности в РФ : мат-лы VII межрегиональной науч.-практ. конф. 25 нояб. 2011 г. / Волгоградский филиал Академии труда и социальных отношений. – Волгоград, 2012. – С. 121-126.
11. Сизенева Л.А. Современные тенденции развития въездного туризма в Волгоградской области [Текст] / Л.А. Сизенева // Теория, практика и перспективы развития современного сервиса : мат-лы III межвуз. науч.-практ. конф. молодых ученых и студентов. – Волгоград, 2007. – С. 68-70.
12. Karaulova N.M., Sizeneva L.A., Likhovidova E.P. Tax reforms mechanism essence // World applied sciences journal. 2013. 27 (education, law, economics, language and communication). www.idosi.org/wasj/wasj27%28elelc%2913/74.pdf.
13. Шохнех А.В. Стратегические подходы к организации обеспечения безубыточной и непрерывной в долгосрочной перспективе деятельности хозяйствующих субъектов малого бизнеса [Текст] / А.В. Шохнех // Аудит и финансовый анализ. – 2012. – №6. – С. 321-325.

Ключевые слова

Внешнеторговый оборот; импортный доход (прибыль); импортный коэффициент; количество прибытий (отбытий) туристов; объем туристского потока; прибыль от внешнеэкономической деятельности предприятия туризма; норма прибыли внешнеэкономической деятельности туристского предприятия; продолжительность пребывания; экспортный доход (прибыль).

Караулова Наталья Михайловна

РЕЦЕНЗИЯ

В настоящее время туризм является востребованным социальным явлением, что предопределяет актуальность исследований, посвященных разработке методики оценке эффективности хозяйственной деятельности туристского предприятия.

В статье произведено разграничение понятий международный туризм и внешнеэкономическая деятельность предприятия туризма с конкретизацией содержания последней.

Авторы статьи предлагают показатели, позволяющие проанализировать внешнеэкономический сектор хозяйственной деятельности предприятия. Приведены две группы показателей. Первая группа позволяет провести анализ состава и динамику численности туристов, пересекающих национальную границу в результате работы конкретной туристской фирмы. Вторая группа показателей призвана дать оценку внешнеэкономической деятельности предприятия в стоимостном выражении.

Активное и динамичное развитие международного туризма в настоящее время поставило задачу разработки методики анализа внешнеэкономической деятельности предприятия туристического сектора. На наибольшем уровне обобщения анализ работы туристского предприятия на внешнем рынке должен производиться комплексно: и по стоимостным показателям, и по индексам в физическом выражении. Авторами были отобраны наиболее репрезентативные показатели, расчет которых позволит дать объективную оценку эффективности текущей внешнеэкономической деятельности предприятия туризма.

Вышеизложенное позволяет считать, что актуальность рассматриваемой темы, ее практическая необходимость, а также новизна материала определяют научную и практическую ценность статьи.

Самойленко И.В., к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента Волгоградского филиала ОУП ВПО «Академия труда и социальных отношений»

[Перейти на Главное МЕНЮ](#)

[Вернуться к СОДЕРЖАНИЮ](#)