

СРЕДНИЕ ПОКАЗАТЕЛИ В ОЦЕНКЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ ФИРМ РЕГИОНА

Статья посвящена статистическим методам оценки деятельности туристских фирм в регионе с акцентом на средние показатели: в расчете на одного работника и на одну фирму. На основе официальных данных государственного статистического наблюдения дается авторская общая система показателей, которая приемлема для количественного исследования функционирования этого сектора экономики.

Ход отслеживания воплощений в практику положений концепций и программ в области туризма, а также их корректировка предполагает соответствующую информационную базу и определенный мониторинг: наличие таких показателей, которые отражают фактическое состояние этой сферы и ее тенденции. Мониторинг представляет собой постоянное наблюдение за интересующим процессом (объектом) с целью выявления его соответствия желаемому результату или первоначальному предположению [2, с.392]. Наблюдение обязательно должно дополняться анализом полученной информации, так как без него невозможно научное управление. Данная часть работы посвящена методическим подходам, которые могут быть применимы при исследовании статистических данных по предприятиям туристской сферы. Сначала потребуется систематизация показателей по этой отрасли. В нашем представлении ее нужно провести по направлениям, указанным в табл.1.

Т а б л и ц а 1

Система показателей для анализа прибытия граждан и деятельности турфирм в регионе

<i>I Показатели прибытия граждан в регион</i>	
<i>1.1 По странам</i>	<i>1.2 По целям</i>
1.1.1 Граждане РФ	1.2.1 Досуг, рекреация, отдых
1.1.2 Граждане государств-участников СНГ	1.2.2 Деловое и профессиональное общение
1.1.3 Граждане стран вне СНГ	1.2.3 Лечение и профилактика
	1.2.4 Прочие поездки
<i>II Отраслевые (специфические) показатели деятельности турфирм</i>	
2.1 Количество реализованных путевок всего (населению, организациям)	
2.2 Количество реализованных путевок населению по категориям потребителей	
2.3 Стоимость реализованных путевок населению по категориям потребителей	
2.4 Численность туристов, обслуженных турфирмами региона	
2.5 Численность принятых иностранных граждан по странам вне СНГ турфирмами региона (экспорт туристских услуг)	

2.6 Численность выехавших граждан с целью туризма из региона в страны зарубежья (импорт туристских услуг)	
2.7 Численность выехавших туристов по группам стран статистического учета	
III Общие и средние показатели деятельности турфирм	
<i>3.1 Общие</i>	<i>3.2 Средние</i>
3.1.1 Количество предприятий	<u>3.2.1 В расчете на одну фирму</u>
3.1.2 Численность занятых в турфирмах	<ul style="list-style-type: none"> • Количество путевок • Стоимость реализованных путевок • Количество обслуженных туристов • Выручка от реализации туристских услуг • Численность занятых работников
3.1.3 Выручка от реализации туристских услуг	<u>3.2.2 В расчете на одного работника</u>
	<ul style="list-style-type: none"> • Количество путевок • Стоимость реализованных путевок • Количество обслуженных туристов • Выручка от реализации туристских услуг
	<u>3.2.3 Средняя цена одной путевки</u>

Для исследования предприятий отрасли обобщенно не обойтись без системы средних характеристик. Базой осреднения (признак знаменателя) могут выступать два показателя: количество турфирм и численность работников. Отсюда расчетные величины будут соответственно получаться на одно предприятие и на одного работника. Их перечень приведен в табл. 1, раздел III (3.2). Средние показатели используются для выявления тенденций, так как они обобщают изучаемый объект в целом, фиксируя то общее, что характерно для каждой единицы его. Поэтому средние имеют большее познавательное значение в динамике.

Раскроем содержание анализа по третьему направлению в табл. 2.

Т а б л и ц а 2

Содержание анализа деятельности турфирм региона по общим и средним показателям
(III-й этап)

<i>Элементы анализа</i>	<i>Их содержание</i>
Объект	Деятельность турфирм региона по представлению туристских услуг
Предмет	Методические подходы к исследованию деятельности турфирм по общим и средним показателям
Источники данных	Государственное статистическое наблюдение
Цель	Оценить деятельность турфирм региона по общим и средним показателям
Методы	<ul style="list-style-type: none"> • Показатели анализа динамического ряда • Относительные величины • Средние величины • Метод статистических группировок • Графический
Задачи	<ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ динамики и структуры количества предприятий в сфере туризма 2. Анализ динамики и структуры численности занятых работников в турфирмах 3. Анализ динамики и структуры выручки от реализации туристских услуг 4. Исследование динамики средних показателей в расчете на одну турфирму и работника 5. Анализ доходов турагентов 6. Исследование динамики структуры затрат по приобретению прав на услуги сторонних организаций для туроператоров
Система показателей	Первичные Расчетные

Раскроем содержание задач данного этапа с указанием ожидаемого результата в табл. 3.

Т а б л и ц а 3

Содержание анализа деятельности турфирм региона по общим и средним показателям в разрезе задач исследования

<i>Задача исследования</i>	<i>Реализация ее</i>	<i>Ожидаемый результат</i>
1. Анализ динамики и структуры количества предприятий в сфере туризма	<ul style="list-style-type: none"> • Исследование интенсивности количества турфирм в целом и по видам (туроператорская и турагентская деятельность), используя цепные темпы роста • Анализ структуры и координации количества турфирм по их видам за анализируемые годы • Расчет структуры отклонений количества турфирм по их видам в частных периодах и на всем интервале исследования 	Определить наиболее интенсивно развивающуюся категорию турфирм и определяющую долю в их количестве и в изменении по анализируемым периодам
2. Анализ динамики и структуры численности занятых работников в турфирмах	<ul style="list-style-type: none"> • Исследование интенсивности численности занятых работников по видам турфирм, используя цепные темпы роста • Анализ структуры и координации численности работников по видам турфирм за анализируемые годы • Расчет структуры отклонений численности работников по видам турфирм в частных периодах и на всем интервале исследования 	Определить наиболее интенсивно развивающуюся группу занятых работников по видам фирм и их определяющую долю в общей численности и в изменении по анализируемым периодам
3. Анализ динамики и структуры выручки от реализации туристских услуг	<ul style="list-style-type: none"> • Исследование интенсивности выручки от реализации туристских услуг по видам турфирм, используя цепные темпы роста • Анализ структуры и координации выручки от 	Определить наиболее интенсивно развивающийся объем выручки от реализации туристских услуг с определяющей

	<p>реализации туристских услуг по видам турфирм за анализируемые годы</p> <ul style="list-style-type: none"> • Расчет структуры отклонений выручки от реализации туристских услуг по видам турфирм в частных периодах и на всем интервале исследования 	долей в общем объеме и в изменении по анализируемым периодам
4. Исследование динамики средних показателей в расчете на одну турфирму и работника	<ul style="list-style-type: none"> • Расчет средних показателей на 1 фирму и на 1 работника в целом и по видам фирм • Выполнение группировки динамик средних показателей (рост и снижение) за анализируемые периоды 	Выявление наиболее эффективного типа предприятий в турфирмах региона по динамике средних показателей
5. Анализ доходов турагентов	<ul style="list-style-type: none"> • Анализ динамики суммы комиссионных вознаграждений турагентов в процентной и абсолютной форме • Нахождение уровня комиссионных вознаграждений (в % к выручке от реализации туристских услуг) • Расчет суммы комиссионных вознаграждений на 1 фирму и на 1 работника в турагентствах и включение их в систему средних для такого типа фирм 	Выявление тенденций доходов и уровня доходов для турагентств
6. Исследование динамики структуры затрат по приобретению прав на услуги сторонних организаций для туроператоров	<ul style="list-style-type: none"> • Расчет структуры затрат туроператоров по приобретению прав на услуги сторонних организаций за анализируемые годы • Нахождение отклонений структуры затрат по годам с подсчетом количества их элементов с ростом (перерасход) и со снижением (экономией) 	Установить тенденции в структуре затрат туроператоров по приобретению прав сторонних организаций

Деятельность туристических фирм можно анализировать обобщенно. Данные статистического наблюдения представляют нам возможность рассчитать такие вторичные признаки в виде средних характеристик:

- численность работников на 1 фирму;
- выручка от реализации туристских услуг на 1 фирму;
- выручка от реализации туристских услуг на 1 одного работника;
- количество реализованных путевок на 1 фирму;
- стоимость реализованных путевок на 1 фирму;
- количество обслуженных туристов на 1 фирму;
- количество реализованных путевок на 1 работника;
- стоимость реализованных путевок на 1 работника;
- количество обслуженных туристов на 1 работника.

Сначала выполним сравнительный динамический анализ по первым трем показателям, так как информация в данном случае представлена дифференцировано по типам турфирм: туроператоры и турагентства. Не вдаваясь в частные цифры, в сводной табл. 4 сгруппируем динамику средних показателей по типам предприятий.

Выводы по ней будут иметь следующие акценты:

- 1). Динамическая ситуация изменения рассматриваемых показателей в целом по краю определяется (совпадает) с их развитием для турагентов как определяющих в составе всех фирм по количеству;
- 2). Тенденции выручки от реализации туристских услуг на 1 фирму общие для всех рассматриваемых групп предприятий по периодам анализа: по первой паре лет – снижение, а по второй и обобщенно за 5-летний интервал – рост;
- 3). Негативное развитие функционирования туристских фирм по всему набору показателей было присуще интервалу исследования 2002-2000гг., а в большей степени положительное в периоде 2004-2002гг.;

Т а б л и ц а 4

Типы динамик средних показателей деятельности туристских фирм Красноярского края по группам предприятий за 2000-2004гг.

Показатели	Периоды сравнения		
	2002-2000гг.	2004-2002гг.	2004-2000гг.
<i>Туристические фирмы в целом</i>			
Численность занятых на 1 фирму	-	-	-
Выручка от реализации туристских услуг на 1 фирму	-	+	+
Выручка от реализации туристских услуг на 1 работника	-	+	+
<i>Фирмы с туроператорской деятельностью</i>			
Численность занятых на 1 фирму	+	+	+
Выручка от реализации туристских	-	+	+

услуг на 1 фирму			
Выручка от реализации туристских услуг на 1 работника	-	+	-
<i>Фирмы с турагентской деятельностью</i>			
Численность занятых на 1 фирму	-	-	-
Выручка от реализации туристских услуг на 1 фирму	-	+	+
Выручка от реализации туристских услуг на 1 работника	-	+	+

4). Укрупнение фирм через количество занятых наблюдается только для туроператоров. Для них также характерна большая нестабильность в эффективности использования кадрового состава (производительности труда). Рост занятых не всегда сопровождается увеличением выручки туристских услуг на 1 работника.

Для того чтобы представить динамику деятельности турфирм по расширенной системе средних показателей, проведем расчеты по оставшимся шести параметрам с оформлением типов динамик в сводном виде в табл. 5.

Т а б л и ц а 5

Типы динамик средних показателей деятельности турфирм Красноярского края и их содержание за 2000-2004гг.

Средние показатели	Периоды сравнения			Экономическое содержание динамики
	2002-2000гг.	2004-2002гг.	2004-2000гг.	
<i>В расчете на одну турфирму</i>				
Количество путевок	+	-	+	Следствие изменения спроса, цен на элементы тура, концентрации предприятий
Стоимость реализованных путевок	+	+	+	
Количество обслуженных туристов	+	+	+	
Выручка от реализации туристских услуг	-	+	+	
Численность занятых	-	-	-	Данная сфера еще не стала местом активного приложения труда
<i>В расчете на одного работника</i>				
Количество путевок	+	+	+	Показатели эффективности использования работников, которые должны со-
Стоимость реализованных путевок	+	+	+	
Количество обслуженных туристов	+	+	+	

Выручка от реализации туристских услуг	-	+	+	проводятся повышением качества туристского предложения
<i>Средняя цена одной путевки</i>	+	+	+	Следствие повышение спроса, удорожание тарифов
Количество показателей с отрицательной динамикой	3	2	1	х

Обобщения по ней будут следующие:

- 1). Среднее значение показателей по своему размеру и в динамике вбирают в себя то общее, что присуще каждой единице изучаемого объекта, поэтому они эффективно используются в экономическом анализе для фиксирования тенденций и закономерностей.
- 2). Система средних параметров, рассчитанная на одну турфирму в целом характеризует повышение спроса на такие услуги, укрупнение предприятий и рост цен в стоимостных показателях. Только в двух периодах обследования была негативная динамика: 2002-00гг. – выручка от реализации туристических услуг и 2004-02гг. – количество путевок на одну фирму. В целом данный блок отличается положительным динамическим развитием.
- 3). Группа средних при базе сравнения численность занятых имеет также позитивные тенденции. Одна из главных причин – это сокращение работающих в расчете на одну фирму. Можно констатировать тот факт, что данная сфера еще не стала местом активного приложения труда жителей края, так как она, ориентируясь на внутренние поездки, имеет ярко выраженный сезонный характер. Единственный показатель «выручка на одного работника» в периоде анализа 2002-00гг. дала отрицательное сравнение. Следует также заметить, что данная группа средних в общем виде характеризует эффективность использования кадрового потенциала. Оценки более объективны будут при расчетах по натуральным показателям (количество путевок, численность обслуженных туристов). Однако здесь следует оговориться, что рост производительности труда занятых в этой сфере не должен негативно отражаться на качестве туристского предложения.
- 4). Исключительным показателем следует считать среднюю цену за одну путевку. Для общей сводной информации считаем необходимым включить его и в данную систему. Динамика этой средней больше ориентирована на клиентов при их планировании отдыха и отражает объективное воздействие факторов: повышение спроса и удорожание тарифов на различные элементы услуг (компоненты тура).

Как уже было отмечено выше, динамику стоимости реализации турпутевок фирмами Красноярского края существенно скорректировала цена за одну путевку. Ее изменение по группам спроса приведем в табл. 6. Выводы

по ней вполне очевидны: мы наблюдаем устойчивый рост средней цены продажи путевки по всем категориям потребителей за 5-летний период исследования, причем с большей интенсивностью по внутреннему туризму (в 4,2 раза), в то время как по зарубежным странам всего лишь в 1,4 раза. Если для граждан РФ путевка по внутренним маршрутам в 2002г. стоила 2,1 тыс. руб., то к 2004г. уже на +6,7 тыс. руб. дороже (8,8 тыс. руб.). Соответственно по внешним поездкам 28,3 и 38,6 тыс. руб. с ростом на +10,3 тыс. руб. Рост цен на путевки по территории РФ компенсировал их снижение в 2002-2000гг. приростом общей стоимости реализованных населению путевок. Более того, отмеченный фактор способствовал сокращению разрыва в приростах стоимости путевок по странам зарубежья и внутреннему туризму во всем исследуемом периоде.

Т а б л и ц а 6

Размер и динамика средней стоимости реализованной туристской путевки населению по категориям потребителей фирмами Красноярского края за 2000г., 2002г., 2004г.

(тыс. руб.)

Показатели	Г о д ы			2002-2000гг.		2004-2002гг.		2004-2000гг.	
	2000	2002	2004	(+;-)	в %	(+;-)	в %	(+;-)	в %
1. Средняя стоимость одной реализованных путевок населению всего, в том числе:	5,7	6,6	15,8	+0,9	115,8	+9,2	239,4	+10,1	277,2
1.1 Гражданам РФ по территории России	2,1	5,3	8,8	+3,2	252,4	+3,5	166,0	+6,7	419,0
1.2 Гражданам РФ по зарубежным странам	28,3	24,0	38,6	-4,3	84,8	+14,6	160,8	+10,3	136,4
1.3. Иностранцам по территории России	5,7	25,9	12,1	+20,2	454,4	-13,8	46,7	+6,4	212,3

Рассчитано по: [1, с.8].

К причинам роста цены путевки по внутренним маршрутам специалисты из туристического бизнеса относят увеличение цен на топливо, в гостиницах – дороговизной аренды земли и отсутствие приличных отелей в Рос-

сии, поэтому спрос на номера всегда гарантированный. Председатель правления Московской ассоциации туристических агентств Павел Кларк выразил свое мнение более конкретно: «Цены на внутрироссийский отдых устойчиво растут. Предложить приличный сервис могут немногие отечественные пансионаты и отели. На сколько бы они не поднимали цены, все места гарантировано раскупят» [5, с.9]. Таким образом, устойчивый спрос на путешествия по законам рынка стимулирует рост цен, который к тому же никак не регулируется отсутствием конкуренции в гостиничном бизнесе.

Объяснение высоких цен и их рост на международных маршрутах следует искать в основном в действии двух факторов: увеличение цен на авиатопливо и падение курса доллара, так как отели производят расчеты в национальной валюте, а цена путевки выставляется в долларах. Например, доллар по отношению к лире (Турция) за последние два года понизился на 10%, поэтому отели этой страны ежегодно поднимали цену на этот же размер. По упомянутой стране можно выделить еще один момент. Владельцы гостиниц охотнее принимают состоятельных немцев, которые ездят отдыхать круглый год, чем наших соотечественников. За последнее время на турецких курортах построено много гостиниц, и среди них нет ни одной дешевой [4, с.9].

В отечественной практике туризма уже закономерными считаются случаи, когда стоимость отдыха внутри страны, например, в Сочи обходится чуть ли не в два раза дороже, чем в Турции. Причина в недостаточной организации туристского предложения внутри страны и отсутствия конкуренции.

Павел Кларк на 2006г. прогнозировал рост цен на турпутевки в среднем на 15-17%, а по некоторым направлениям на 30-35%. Заграничные туры по оценкам подорожают на 20-25%. Кроме ранее отмеченных причин повышения стоимости отдыха, актуальным остается возрастающий год от года спрос на заграничные поездки. «Государственного регулирования цен на турпутевки не существует, поэтому турфирмы устанавливают стоимость своих предложений самостоятельно. Чем больше желающих купить, тем выше цены» [3, с.18].

Доходную деятельность турагентов отражает показатель «сумма комиссионных, агентских и иных вознаграждений». Он зависит от объема выручки от туристской деятельности, ценового фактора, количества обслуженных туристов. Информация о доходах приведена в табл.7. За весь анализируемый срок турагенты имели рост комиссионных и прочих вознаграждений в 4,4 раза, по внутренним парам сравнения наращивание было в пределах 2 раз. В 2004г. величина данного показателя достигла 43,5 млн.руб. или в процентах к выручке от туристской деятельности 29,2% с приростом в абсолютном выражении на +33 млн. руб. Уровень доходов отличается крайней колеблемостью: соответственно по начальным годам исследования 8,8% и 46,8% как проявление воздействия затратных факторов, колебаний в спросе и т.д. В расчете на одну фирму и на одного работника данный показатель имел только положительную тенденцию в отличие от динамики выручки на те же базы сравнения. С учетом сказанного дополним перечень показателей эффек-

тивности для турфирм с агентской деятельностью. Типы динамик по ним отразим в табл.8.

Т а б л и ц а 7

Сумма комиссионных вознаграждений турагентов Красноярского края, ее величина на одну фирму и на одного работника, их динамика за 2000г., 2002г., 2004г.*)

Показатели	Г о д ы			2002-2000гг.		2004-2002гг.		2004-2000гг.	
	2000	2002	2004	(+;-)	в %	(+;-)	в %	(+;-)	в %
1. Сумма комиссионных, агентских и иных вознаграждений турагентам, млн. руб.	10,5	20,7	43,5	+10,2	197,1	+22,8	210,0	+33,0	414,3
2. То же в % к выручке от реализации туристских услуг	8,83	46,80	29,22	+37,97	х	-17,58	х	+20,39	х
3. Сумма комиссионных вознаграждений на 1 фирму, тыс. руб.	319,4	740,4	1114,0	+421,0	231,8	+373,7	150,5	+794,7	348,8
4. Сумма комиссионных вознаграждений на 1 работника, тыс. руб.	11,1	42,9	171,1	+31,8	386,5	+128,2	398,8	+160,0	В 15,4р

*) Первичная информация представлена по целевому заказу института Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю №584 от 04.05.06г.

Т а б л и ц а 8

Типы динамик средних показателей деятельности турагентских фирм Красноярского края за 2000-2004гг.

Показатели	Периоды сравнения		
	2002-2000гг.	2004-2002гг.	2004-2000гг.
Численность занятых на 1 фирму	-	-	-
Выручка от реализации туристских услуг на 1 фирму	-	+	+

Выручка от реализации туристских услуг на 1 работника	-	+	+
Уровень комиссионных вознаграждений	+	-	+
Сумма комиссионных вознаграждений на 1 фирму	+	+	+
Сумма комиссионных вознаграждений на 1 работника	+	+	+

Информация по доходам в отношении туроператоров не приведена в статистическом бюллетне [1, с.9]. Однако там оговорено, что прибыль турагента в 2004г. уступает туроператору в 5,7 раза. Это в дополнении к вопросу о финансовой эффективности разных видов деятельности туристских фирм. Вышеуказанное вполне объяснимо, так как приросты выручки от реализации туристских услуг по туроператорам в 2 раза выше турагентов.

При планировании доходной части статистика дает нам для фирм со всем набором услуг (туроператоров) структуру затрат по приобретению прав на услуги сторонних организаций. Для фирм Красноярского края динамика структуры приводится в табл. 9.

В выводах по ней необходимо отметить два момента:

1). *По значимости элементов затрат:*

2000г.- транспортное обслуживание 57,4%; размещение и проживание - 20,7% (суммарно на два элемента 78,1%);

2002г. – прочие услуги 34,9%; размещение и проживание, питание – каждая в пределах 20% (суммарно на две последние 42,6%, а с учетом прочих услуг 77,5%);

2004г. – размещение и проживание 54,5%, транспортное обслуживание 41,1% (обобщенно на две эти статьи 95,6%);

Таким образом, на ведущие затратные составляющие сторонних организаций по первым двум годам обследования приходилось около 80%, по последнему году – почти 96%. Сквозной весомой статьей туроператоров следует считать размещение и проживание с тенденцией на рост.

Т а б л и ц а 9

Динамика структуры затрат туроператоров по приобретению прав на услуги сторонних организаций по фирмам Красноярского края за 2000г., 2002г., 2004г.

(%)

Наименование элементов затрат	Г о д ы			Периоды сравнения		
	2000	2002	2004	2002-2000	2004-2002	2004-2000
Затраты на приобретение прав на услуги сторонних организаций всего, в том числе по направлени-	100,0	100,0	100,0	-	-	-

ям:						
Размещение и проживание	20,7	22,6	54,5	+1,9	+31,9	+33,8
Транспортное обслуживание	57,4	11,0	41,1	-46,4	+30,1	-16,3
Питание	8,1	20,0	2,3	+11,9	-17,7	-5,8
Экскурсионное обслуживание	4,8	9,6	0,5	+4,8	-9,1	-4,3
Визовое обслуживание, включая затраты по оформлению поездки	0,9	1,9	0,9	+1,0	-1,0	-
Иные услуги, используемые при производстве туристского продукта	8,1	34,9	0,7	+26,8	-34,2	-7,4
Количество элементов затрат с ростом по долям («+»)	х	х	х	5	2	1
Количество элементов затрат со снижением по долям («-»)	х	х	х	1	4	5

Рассчитано по: [1, с.9].

2). По структурным сдвигам:

по периоду 2002-2000гг. мы наблюдаем существенное снижение транспортного обслуживания в структуре затрат туроператоров (-46,4%), а по остальным пяти элементам – рост;

2004-2002гг. только по двум статьям рост: размещение и проживание (+31,9%) и транспортное обслуживание (+30,1%);

на всем интервале исследования (2004-2000гг.) по одному элементу рост – размещение и проживание (+33,8%) на фоне остальных элементов в заметном уменьшении. Итак, просматривается явная тенденция на сокращение количества элементов затрат сторонних организаций с ростом удельного веса и соответственно увеличение позиций с экономией. Последние две строки табл. 9 иллюстрируют эту закономерность.

Сделаем общие заключения по данной части работы.

- Типы динамик по средним показателям (численность на 1 фирму, выручка от оказания туристских услуг на 1 предприятие и на одного работника) в целом по краю для всех предприятий полностью совпадает с ситуацией, которая складывается для турагентов.
- Тенденции выручки на 1 фирму общие для всех рассматриваемых групп: по первой паре лет – снижение, по второй и обобщенно за весь интервал – рост.
- Для всех рассматриваемых средних показателей по всем типам фирм негативным был период анализа 2002-00гг., а преимущественно положительным 2004-02гг.
- Укрупнение фирм через количество занятых на одно предприятие наблюдается только для туроператоров, которое к тому же не дает роста производительности труда.
- Весь набор средних, рассчитанных на 1 фирму (количество путевок, их стоимость, численность туристов, объем выручки от оказания туристских

услуг) фокусируют влияние таких факторов: спрос, цены, процессы концентрации. По всему набору параметров деятельность предприятий туристического профиля в Красноярском крае характеризуется в большей мере положительной динамикой.

- Обобщенные значения, в которых базами сравнения выступает численность работников, являются показателями производительности труда. Они будут более объективны по натуральным измерителям (количество путевок, численность обслуженных туристов). Рост таких значений не должен идти в ущерб качеству туристского предложения. Для Красноярского края рост эффективности труда в данной сфере сопряжен с сокращением занятых в данном бизнесе в целом и на одну фирму. Туризм еще не стал отраслью массового приложения труда в нашем регионе из-за ярко выраженного сезонного его характера.
- Наблюдается устойчивый рост средней цены продажи путевки по всем категориям потребителей, причем с большей интенсивностью по внутреннему туризму. За весь анализируемый период в 4,2 раза, в то время как по зарубежным маршрутам всего лишь в 1,4 раза.
- В 2004г. одна путевка обходилась жителю края по внутренним поездкам 8,8 тыс. руб., по международным – 38,6 тыс. руб., иностранным гражданам по территории Росси – 12,1 тыс.руб.
- К факторам роста цены можно отнести увеличение стоимости топлива при перевозках, удорожание гостиниц, падение доллара (для международного туризма) и все возрастающий спрос на такой вид отдыха.
- Доходная часть туроператоров по данным 2004г. в 5,7 раз превышает аналогичный показатель для турагентств. Объяснение следует искать в существенном расхождении приростов выручки от реализации туристских услуг по разным типам предприятий. По отчетному году они различались в 2 раза.
- Уровень комиссионных вознаграждений для турагентов характеризуется большой вариацией. Соответственно по анализируемым годам: 8,8; 46,8 и 29,2%. Как проявление воздействия затратных факторов, колебаний в спросе.
- Туроператоры, формируя тур, вынуждены приобретать права на услуги сторонних организаций, не имея собственную структуру туристского комплекса. Наибольшую долю в структуре затрат имели две статьи: размещение и проживание, транспортное обслуживание. На них пришлось в 2000г. -78%, а в 2004г. – почти 96% всех расходов сторонних организаций. К тому же первый элемент «размещение и проживание» имеет стабильную тенденцию к росту из-за ограниченности гостиничного комплекса и повышающийся спрос на него. Обобщенно по всем статьям затрат сторонних организаций по структурным сдвигам следует отметить, что количество элементов с ростом снижается, а с экономией растет. К 2004г. соотношение между ними было 1:5.

Таким образом, выполненный фрагмент исследования деятельности туристских фирм Красноярского края на основе системы средних показателей, иллюстрирует складывающиеся тенденции в данном секторе услуг региона. На их основе, безусловно, может базироваться выработка стратегических задач для развития бизнеса туристического комплекса.

ЛИТЕРАТУРА

1. О перспективах развития туризма в Красноярском крае: стат. бюл. / Федеральная служба государственной статистики. Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю. – Красноярск, 2005. – 28 с.
2. Современный словарь иностранных слов. – М.: Изд-во «Рус. Яз.», 1993. – 740с.
3. Отчего дорожают визы // «Аргументы и факты». – 2006. - № 23.
4. С какой «радости» дорожает отдых за границей? // «Аргументы и факты». – 2006. - № 27.
5. Отчего Турция дешевле Сочи // «Аргументы и факты». – 2006г. - № 29.

Методические подходы, предлагаемые автором, иллюстрируются в прикладном плане на примере туристских фирм Красноярского края. Полученные выводы в ходе анализа являются информационной основой для стратегического развития данного бизнеса в регионе. Алгоритм исследования носит общий характер и может быть использован в подобных работах в других регионах РФ.