

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Ж. А. Ермакова

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИЙ ТУРИЗМА (КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ)

Рекомендовано Ученым советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет» в качестве учебного пособия для магистрантов, обучающихся по программам высшего профессионального образования по направлению подготовки 100400.68 «Туризм», магистерская программа «Экономика и организация туризма»

Оренбург
2012

УДК 338.48(075.8)
ББК 65.433я7
Е 72

Рецензент – директор Института управления ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный аграрный университет», доктор экономических наук,
Г.Л.Коваленко.

Ермакова Ж. А.
Е 72 Экономический анализ организаций туризма (конспект лекций):
учебное пособие / Ж. А. Ермакова; Оренбургский гос. ун-т. –
Оренбург : ОГУ, 2012. – 94 с.

Учебное пособие предназначено для магистрантов направления подготовки 100400.68 «Туризм», магистерская программа «Экономика и организация туризма». Материалы пособия представляют интерес для руководителей туристских организаций, преподавателей, аспирантов и студентов специальностей и направлений туристского профиля.

УДК 338.48(075.8)
ББК 65.433я7

© Ермакова Ж. А., 2012
© ОГУ, 2012

Содержание

Тема 1 Экономический анализ в управлении коммерческой организацией.....	5
1.1 Понятие и виды экономического анализа.....	5
1.2 Принципы, методы и этапы проведения анализа.....	7
1.3 Экономические показатели как база анализа.....	9
1.4 Факторы и резервы повышения эффективности деятельности коммерческой организации.....	13
Вопросы для самоподготовки по теме 1.....	17
Тема 2. Методика экономического анализа.....	18
2.1. Количественные и качественные методы экономического анализа.....	18
2.2. Характеристики основных приемов и способов анализа.....	20
2.3 Статистические и экономико-математические методы анализа.....	24
Вопросы для самоподготовки по теме 2.....	25
Тема 3 Методы факторного анализа экономических показателей.....	27
3.1 Понятие и содержание факторного анализа.....	27
3.2 Метод цепных подстановок.....	28
3.3 Способ абсолютных разниц.....	30
3.4 Способ относительных разниц.....	32
3.5 Индексный метод факторного анализа.....	34
Вопросы для самоподготовки по теме 3.....	35
Тема 4 Анализ маркетинговой деятельности.....	36
4.1 Методы и виды анализа маркетинговой деятельности.....	36
4.2 Оценка емкости рынка и доли рынка туристической организации.....	38
4.3 Формирование ценовой политики.....	41
4.4 Анализ конкурентоспособности услуг и организации.....	42
4.5 Оценка конкурентоспособности на основе метода «многоугольника конкурентоспособности».....	48
Вопросы для самоподготовки по теме 4.....	50
Тема 5. Анализ объемов оказания услуг и продаж.....	52

5.1. Показатели объемов оказания услуг и продаж.....	52
5.2 Анализ объемов оказания услуг.....	53
5.3 Анализ ассортимента услуг.....	56
Вопросы для самоподготовки по теме 5.....	58
Тема 6. Анализ использования трудовых ресурсов.....	59
6.1. Анализ состава, структуры и движения трудовых ресурсов.....	59
6.2. Анализ использования трудовых ресурсов.....	63
Вопросы для самоподготовки по теме 6.....	65
Тема 7 Анализ затрат на оказание услуг.....	66
7.1 Показатели себестоимости услуг.....	66
7.2 Анализ динамики себестоимости.....	68
7.3 Факторный анализ затрат на рубль объема услуг.....	69
7.4 Анализ себестоимости по статьям затрат.....	72
7.5 Анализ затрат на оплату труда.....	76
7.6 Анализ затрат на продажу.....	78
Вопросы для самоподготовки по теме 7.....	79
Тема 8 Анализ финансовых и экономических результатов деятельности туристской организации.....	81
8.1. Анализ состава и динамики балансовой прибыли.....	81
8.2 Анализ рентабельности услуг.....	86
8.3 Определение порога рентабельности и запаса финансовой устойчивости....	88
Вопросы для самоподготовки по теме 8.....	92
Список использованных источников.....	94

Тема 1 Экономический анализ в управлении коммерческой организацией

1.1 Понятие и виды экономического анализа

Отдельные функции управления выделились в процессе разделения и специализации управленческого труда. Основными из них являются планирование, учет, анализ, регулирование, координация (организация), контроль.

Анализ обеспечивает количественную и качественную оценки происходящих изменений в управляемом объекте.

Анализ (от греч. – разложение, расчленение) – разбор, рассуждение, разложение на составные части.

Анализ – это метод рассмотрения различных процессов и явлений путем их детализации, разложения на более простые составляющие с целью дальнейшего подробного изучения.

Неотъемлемой частью анализа является оценка. Согласно словарю выделяют три понятия оценки:

- 1) процедура определения цены, ценности;
- 2) мнение о ценности, уровне или значении;
- 3) отметка по бальной системе.

Оценка экономическая – направлена на получение объективной характеристики явлений, происходящих в сфере производственно-хозяйственных и финансовых отношений и не находящихся непосредственного отражения в результатах статистического наблюдения.

Экономический анализ является основой для выработки оптимальных управленческих решений, варианты которых разрабатываются благодаря глубокому изучению изменений, происходящих в управляемом объекте.

Предметом экономического анализа являются производственные и хозяйственные процессы, а также экономическая эффективность и конечные финансовые результаты деятельности коммерческих организаций.

Объектами экономического анализа являются коммерческие организации различных организационно-правовых форм, а также некоммерческие организации, если они ведут предпринимательскую деятельность.

Виды экономического анализа представлены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 - Классификация видов экономического анализа

Признак классификации	Вид анализа
По функциям управления	
Уровень информационного обеспечения (источники информации)	внутренний управленческий анализ
	внешний финансовый анализ (инвестиционный, инновационный, налоговый)
Содержание процесса управления	перспективный (предварительный) анализ
	ретроспективный (последующий) анализ
	оперативный анализ
Объектам управления	Технико-экономический, финансово-экономический, маркетинговый и др.
Прочие виды классификации	
Периодичность	годовой анализ
	квартальный анализ
	месячный анализ
	декадный анализ
	ежедневный анализ
Содержание и полнота изучаемых вопросов	полный анализ
	локальный анализ
	тематический анализ
Методика исследования	Сопоставимый (в т.ч. бенчмаркинг)
	диагностический
	детерминированный факторный
	стохастический
	маржинальный
	ФСА
	Комплексный
	Системный
	Коммерческих рисков