

«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»

Дисциплина - «Экономика и управление гостиничным
предприятием»

Тема 1: «Место и значение дисциплины «Экономика предприятия» в экономической науке»

С.С. Скобкин, д.э.н., профессор кафедры индустрии гостеприимства,
туризма и спорта

План занятия

- экономика предприятия в ИГиТ - предмет изучения;
- воздействие экономических факторов на туризм;
- предприятие ИГиТ и экономический оборот;
- рынок: понятие и разновидности.

Место и значение дисциплины
«Экономика предприятия» в
экономической науке

Цель курса

- Курс «Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма» является составной частью специальных дисциплин экономической науки, формирующих уровень знаний специалистов экономико-управленческого профиля сферы туризма.
- Главной целью его преподавания является формирование у будущих специалистов не только теоретических знаний, но и практических навыков и умений в области управления экономикой предприятия.

Понятие предмета изучения

- *Экономическая наука* — это наука об управлении ресурсами, изучающая поведение и отношения людей, которые в условиях ограниченности средств стремятся удовлетворить свои многочисленные и растущие потребности.
- *Экономическая теория* изучает что, как и для кого, человеческое общество должно производить в условиях неограниченных потребностей индивидов и ограниченных возможностях экономических систем.

Схема дисциплин экономической науки



Состав дисциплин экономической науки

- Экономическая наука представляет собой целый кластер дисциплин, отличных друг от друга предметом исследования. К экономическим относится большое число научных дисциплин, среди которых можно выделить:
- *общие*: экономическая теория, макроэкономика, микроэкономика, математические методы в экономике, эконометрика, статистика, история экономических учений, история экономики;
- *специальные (или конкретные)*: контроллинг, менеджмент, маркетинг, отраслевая экономика, инженерная экономика, экономика предприятия, экономика труда, бухгалтерский учёт, управленческий учёт, финансовый учёт и др.
- *междисциплинарные*: прикладная статистика и теория принятия решений и др.

Общие экономические дисциплины

- *Экономическая теория* — дисциплина экономической науки. Представляет собой теоретическое и философское основание экономической науки. Состоит из множества школ и направлений. Экономическая теория не стоит на месте и её развитием в исторической ретроспективе занимается история экономических учений.
- Основная задача экономической теории — дать объяснения происходящих событий в экономической жизни с помощью моделей действительности, отразить в себе реальную экономику.

Общие экономические дисциплины

- *Макроэкономика* — наука, изучающая функционирование экономики страны в целом (либо её составляющие), такие общие процессы и явления как инфляция, безработица, бюджетный дефицит, экономический рост, государственное регулирование и т. п.
- Макроэкономика оперирует такими понятиями как ВВП, ВНП, совокупный спрос, совокупное предложение, платежный баланс, рынки денег, товаров и труда, используя агрегированные показатели. Впервые термин употреблён в 1933 году.

Общие экономические дисциплины

- *Микроэкономика* изучает экономические взаимоотношения между людьми и определяет общие закономерности их хозяйственной деятельности. Микроэкономика – это наука о принятии решений между субъектами экономической деятельности. Ее основными проблемами являются:
- цены, объемы выпуска и потребления конкретных благ;
- состояние отдельных рынков;
- распределение ресурсов между альтернативными целями.

Общие экономические дисциплины

- *Математические методы в экономике* — научное направление в экономике, позволяющее анализировать и прогнозировать состояния экономических процессов с помощью математических и эконометрических методов. Включают в себя:
 - математическую экономику;
 - эконометрику;
 - теорию принятия решений.
- Математические методы являются важнейшим инструментом анализа экономических явлений и процессов, построения теоретических моделей, позволяющих отобразить существующие связи в экономической жизни, прогнозировать поведение экономических субъектов и экономическую динамику.

Общие экономические дисциплины

- *Эконометрика* — это наука, изучающая конкретные количественные и качественные взаимосвязи экономических объектов и процессов с помощью математических и статистических методов и моделей.
- Эконометрические методы — это, прежде всего методы статистического анализа конкретных экономических данных с помощью компьютеров. В нашей стране создана наиболее мощная научная школа в области основы эконометрики — теории вероятностей.

Общие экономические дисциплины

- *Теория принятия решений* — область исследования, вовлекающая понятия и методы математики, статистики, экономики, менеджмента и психологии; изучает закономерности выбора людьми путей решения разного рода задач, а также исследует способы поиска наиболее выгодных из возможных решений.
- Найти решение эмпирически — это не значит найти верное решение. Соответствие решения прошлым результатам — не гарантирует совпадения в будущем. Эмпирическое решение является только первым этапом. Вторым необходимым этапом является доказательство совпадения пространственных и временных характеристик.

Общие экономические дисциплины

- *Статистика* — отрасль знаний и соответствующие ей учебные дисциплины, в которой излагаются общие вопросы сбора, измерения и анализа массовых статистических (количественных или качественных) данных.
- Статистика разрабатывает специальную методологию исследования и обработки материалов: массовые статистические наблюдения, метод группировок, средних величин, индексов, балансовый метод, метод графических изображений и другие методы анализа статистических данных.
- Статистика как наука включает разделы: теоретическая статистика (общая теория статистики), прикладная статистика, математическая статистика, экономическая статистика (эконометрика), иные отраслевые статистики и др.

Общие экономические дисциплины

- *История экономических учений* — фундаментальная экономическая наука, изучающая эволюцию экономической теории.
- *История экономики* — раздел науки, в рамках которого изучаются явления и процессы, связанные с эволюционным развитием и взаимодействием тех аспектов человеческой деятельности, которые так или иначе связаны с хозяйством. История экономики занимает пограничное, промежуточное положение между исторической и экономической науками, является одной из смежных наук.

Специальные экономические дисциплины

- *Менеджмент* — наука об управлении организацией и ее социальной системой, где главную роль играют люди. Менеджмент - это процесс управления, направленный на достижение цели и это система управления организацией. Менеджмент включает:
 - Управление производством.
 - Управление персоналом.
 - Маркетинг.
 - Управление продажами.
 - Финансовый менеджмент.

Специальные экономические дисциплины

Менеджмент - продолжение

- Управление проектами.
- Стратегический менеджмент.
- Инновационный менеджмент.
- Управление инвестициями.
- Экологический менеджмент.
- Контроллинг.
- Управление качеством.

Понятие «менеджмент» также обозначает руководство и руководителей различного уровня на предприятии.

Специальные экономические дисциплины

Маркетинг, по мнению большинства исследователей — это процесс создания конкурентного преимущества для товаров/услуг производителя. Он начинается с исследования целевого сегмента рынка, для которого собирается работать фирма.

Маркетологи определяют спрос и возможности, то есть пребывают в постоянном поиске покупателей, потребности которых не удовлетворены в достаточной степени или испытывающих неявный интерес к определённым товарам или услугам.

В процессе маркетинга производится сегментирование рынка и выбор тех его частей — целевых сегментов, которые компания способна обслужить наилучшим образом.

Специальные экономические дисциплины

- Маркетинг. Фирма разрабатывает планы создания и доведения продукции до потребителя, а также конкретную стратегию маркетинг-микс (marketing mix) воздействия на спрос через товар, цену, каналы распределения и методы продвижения товара.
- Осуществление маркетинга означает создание системы маркетингового аудита, которая позволяет фирме оценивать результаты проводимых мероприятий и на собственном опыте постоянно развивать и пополнять собственные методы воздействия на потребителей. При этом следует учитывать, что маркетинг начинается не столько с товара, сколько с поиска потребностей рынка в новых и старых товарах, услугах и идеях.

Специальные экономические дисциплины

- *Контроллинг* — это комплексная система управления предприятием включающая в себя управленческий учёт, учёт и анализ затрат с целью контроля всех статей затрат, всех подразделений и всех составных производимой продукции или услуги и их последующего планирования.
- Контроллинг обеспечивает информационно-аналитическую поддержку процессов принятия решений при управлении организацией (предприятием, корпорацией, органом государственной власти).

Специальные экономические дисциплины

- Современный контроллинг включает в себя управление рисками (страховой деятельностью предприятий), обширную систему информационного снабжения предприятия, систему оповещения путём управления системой ключевых («финансовых») индикаторов, управление системой реализации стратегического, тактического и оперативного планирования и систему менеджмента качества.
- В различных странах занимающиеся контроллингом менеджеры могут иметь различный уклон. Так например в США присутствует финансовый уклон (бюджетирование, управление страховками, управление налоговой стороной и т. д.), а в Германии более развито управление затратами и их планирование и т. д.

Специальные экономические дисциплины

- *Отраслевая экономика* изучает особенности формирования, развития и функционирование различных отраслей экономики, основным содержанием которой является изображение объектов отраслевой структуры, изучаемых и используемых какой-либо отраслью науки или национальной экономики для решения задач их развития.
- *Отраслевая структура* – это совокупность отраслей экономики, характеризующихся определенными пропорциями и взаимосвязями. В отраслевом плане структура экономики представлена двумя сферами: материального производства и нематериального производства.

Специальные экономические дисциплины

- *Инженерная экономика* изучает теорию и практику прогнозирования и обеспечения конкурентоспособности продукции предприятия с помощью системы технико-экономических расчетов, обеспечивающей международную сопоставимость объектов, объективность их оценки и совместимость с конструкторско-технологическими расчетами с учетом эргономики и экологии производства на разных уровнях управления развитием производства.
- Особое место занимает концепция обеспечения конкурентоспособности объектов, основанная на ресурсно-прозрачном критерии (технологической функции) развития производства.

Специальные экономические дисциплины

- *Экономика труда* – это экономическая наука, посвященная исследованию тенденций и закономерностей трудовой деятельности людей; социально-трудовые отношения; воспроизводство трудовых ресурсов и рабочей силы; правовые, организационные и социально-экономические механизмы управления трудом.
- Объект исследования: наемные работники, трудовые коллективы и работодатели; рынок труда, занятость и безработица; организация и нормирование труда; доходы и заработная плата в Российской Федерации, ее регионах, в отраслях и на предприятиях всех организационно-правовых форм; прогрессивные международные нормы и стандарты в области экономики труда и социально-трудовых отношений.

Специальные экономические дисциплины

- *Бухгалтерский учет* – это дисциплина, изучающая систему сбора, регистрации и обобщения информации в денежном выражении об имуществе, обязательствах организаций и их движении путем сплошного, непрерывного и документального бухгалтерского учета всех хозяйственных операций. Объектами бухгалтерского учета являются имущество организаций, их обязательства и хозяйственные операции, осуществляемые ими в процессе их деятельности.
- Сбор и регистрация осуществляются посредством составления: первичных документов, письменных свидетельств о совершении хозяйственной операции.
- Бухгалтерские документы являются основой для руководства и управления предприятием, обеспечивают производственный процесс и контроль за результатами деятельности организации.

Специальные экономические дисциплины

- *Управленческий учет* – это внутрифирменное оперативное управление предприятием, его финансово-хозяйственной деятельностью, направленное на удовлетворение информационных потребностей менеджеров не только самого высшего, но и среднего уровня, которые решают проблемы на предприятии. Это достигается сопоставлением фактических результатов с расчетными.
- Он является частью управленческой и маркетинговой информационных систем, используется для ценообразования, подведения итогов движения капитала и текущих операций, планирования налоговых отчислений.

Специальные экономические дисциплины

- *Финансовый учет* – это процесс подготовки учетной информации, которая используется внутренними и внешними пользователями. Финансовый учет основывается на общепринятых международных стандартах и принципах. Правила ведения и порядок составления бухгалтерской (финансовой) отчетности регламентируются государством. Объектами финансового учета в соответствии с классификацией по функциональной роли и источников образования являются:
 - денежные средства на расчетном и валютном счете, в кассе;
 - расчеты:
 - с поставщиками
 - с покупателями
 - с организациями соцстраха и пенсионного обеспечения

Специальные экономические дисциплины

Финансовый учет

- с банком
- с персоналом;
- производственные запасы;
- основные средства;
- капитальные вложения;
- нематериальные активы;
- финансовые вложения в ценные бумаги;
- готовая, отгруженная и реализованная продукция;
- фонды, резервы и займы;
- финансовые результаты и использование прибыли.

Специальные экономические дисциплины

- *Экономика предприятия* - это дисциплина изучающая, как определённые и ограниченные ресурсы для производства полезной продукции и услуг распределяются и используются в рамках отдельно взятого предприятия.
- *Экономика предприятия* – это совокупность факторов производства, непроизводственных факторов, фондов обращения, готовой продукции, денежных средств, находящихся на счетах предприятия в банке, ценных бумаг, нематериальных фондов собственности, доходов или прибыли, полученных в результате реализации продукции и оказания различных услуг.

Специальные экономические дисциплины

- Предприятие - это субъект экономических отношений в рамках, как правило, общего капитала (индивидуального или коллективного). В экономике функционируют самые различные предприятия. Они отличаются друг от друга по ряду признаков: отраслевой принадлежности; размерам; степени специализации и масштабам производства однотипной продукции и услуг; методам организации производства и степени его механизации и автоматизации; организационно-правовым формам и др.
- Предприятие является первичным звеном национальной экономики и от эффективности его функционирования зависит уровень экономического развития страны и благосостояние населения.

Предмет изучения курса

- Предметом изучения курса «Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма» является сущность самого предприятия в туризме как производственно-коммерческой организации; основные производственные фонды, рабочая сила, оборотные средства, инвестиции, их взаимосвязи, взаимодействие и пути улучшения использования.

Особенности функционирования предприятия ИГиТ

1. *Современное предприятие ИГиТ действует в рыночной среде, контролируемой и регулируемой государством и другими финансовыми и экономическими институтами и организациями. Из этого следует, что все такие предприятия и организации действуют на основе следующих исходных экономических принципов:*
 - *во-первых, они предпочитают свободу хозяйствования и соответственно свободу инициативы и ответственности;*
 - *во-вторых, их хозяйственная деятельность объективно подчиняется законам туристского рынка (законам стоимости, спроса и предложения, конкуренции, денежного обращения, ценообразования);*

Особенности функционирования предприятия ИГиТ

- *в-третьих*, государственные и общественные институты (в частности, ассоциации) предпринимают попытку регулировать рыночные процессы в туризме с целью привнести в туризм социальное и нравственное начало по отношению к самому туристу, природе и обществу в целом;
- *в-четвертых*, искусство хозяйственной деятельности современного предприятия состоит в том, чтобы органично соединить два начала - рыночное и институциональное, регулируемое государством.

Особенности функционирования предприятия ИГиТ

2. *Функционирование туристских предприятий в рыночной среде объективно требует изучения закономерностей и особенностей туристского рынка. Деятельность туристского предприятия должна охватывать такой аспект, как всесторонний анализ спроса и предложения на туристском рынке. Основными аспектами при изучении туристского рынка являются:*

- механизм функционирования туристского рынка;
- спрос и предложение;
- конкуренция;
- поведение потребителей;
- формирование цен и ценообразование в туризме;
- изучение факторов, влияющих на эффективную деятельность туристского предприятия.

Особенности функционирования предприятия ИГиТ

3. *Экономическое равновесие на туристском рынке в долгосрочной перспективе объективно требует глубокого финансово-экономического анализа туристской индустрии (ее структуры, тенденций и условий развития, функциональной роли и направленности).*
- Этот анализ позволяет подойти к решению вопросов о реальных возможностях предложения туристского предприятия, равновесии спроса и предложения на туристские услуги, а также о качестве туристского продукта.

Особенности функционирования предприятия ИГиТ

4. *Важнейшей проблемой предпринимательства в туризме является анализ издержек предприятия, его прибыли, валовой выручки и предельного дохода.* Знание предельных издержек и предельных доходов позволяет решить вопрос о поведении предприятия на туристском рынке.

Это предполагает учет специфики предпринимательской деятельности в туризме, глубокое знание коммерческого расчета, планирования этой деятельности, и, прежде всего, бизнес планирования, а также знание бухгалтерского и управленческого учета.

Особенности функционирования предприятия ИГиТ

5. Важнейшим разделом предмета является изучение вопросов планирования деятельности туристского предприятия. Это позволит определить и установить финансовые ресурсы самого туристского предприятия, возможности использования кредита, взаимоотношения с банками и банковской системой, отношения с бюджетом всех уровней и налогообложение, границы производительности факторов производства в сфере туризма.

Воздействие экономических факторов на туризм

Макроэкономический и микроэкономические подходы

- Экономика туризма основывается на общей экономической теории, основанной на двух подходах: макроэкономическом и микроэкономическом.
- В макроэкономике, как и в микроэкономике, используется один и тот же инструментарий, однако каждая из наук анализирует экономические явления и процессы под разным углом зрения. Макроэкономика изучает экономику страны в целом, микроэкономика — состав и распределение общественного продукта. Для экономического образования одинаково ценны обе части экономической теории.

Макроэкономический уровень

На *макроуровне* значение туризма оценивается:

- по вкладу в доход государства;
- предоставлению рабочих мест, уровню занятости;
- доходу занятых в системе туризма;
- туристскому спросу;
- туристскому предложению;
- роли туризма в платежном балансе страны и другим экономическим выгодам и др.

Показатели эффективности туризма на макроуровне

Важнейшими показателями оценки эффективности деятельности туризма *на макроуровне* являются:

- доля туризма в ВВП;
- развитость инфраструктуры туризма;
- количество туристов (внутренних, иностранных, выехавших за границу);
- доходы от предоставленных туристских услуг;
- туристский баланс въездного/выездного туризма и его воздействие на платёжный баланс страны;
- число рабочих мест;
- доходы государственного бюджета, относящиеся к туризму и др.

Микроэкономический уровень

Микроэкономика туризма рассматривает экономическое поведение на уровне предприятия - это наука о принятии решений, изучающая поведение отдельных экономических субъектов. Предметом микроэкономики являются: экономические отношения, связанные с эффективным использованием ограниченных ресурсов; принятие решений отдельными субъектами экономики в условиях экономического выбора.

В микроэкономике особое значение имеют следующие вопросы:

- экономическое поведение людей, которое закрепляется в адекватных институтах и общественных структурах. В качестве ключевых институтов выступают рынок, собственность и государство;
- принятие экономическими субъектами решений и реализация ими соответствующих экономических действий;
- проблема выбора одного из альтернативных вариантов.

Задачи субъектов микроэкономики

- Главная задача экономических субъектов микроэкономики заключается в том, чтобы осуществить экономический выбор с целью решения следующих вопросов:
- что производить и в каком объеме;
- каким образом производить избранные виды благ;
- кто получает то, что произведено;
- какой объем ресурсов использовать для текущего потребления и какой — для будущего.

Объекты микроэкономики

Объектами микроэкономики являются:

- отдельные индивиды и их домохозяйства;
- фирмы, собственники первичных производственных ресурсов;
- крупнейшие корпорации, связанные с другими фирмами внутри страны и за ее пределами;
- отдельные отрасли экономики.

Оценка эффективности туризма на микроуровне

На *микро экономическом уровне* значение туризма оценивается:

- по развитости материально-технической базы туризма;
- по объему и структуре предоставляемых услуг;
- по уровню конкурентоспособности и туристскому балансу (соотношение въездной/выездной туризм);
- по степени взаимодействия с другими отраслями экономики;
- по другим экономическим выгодам.

Показатели эффективности туризма на микроуровне

Важнейшими показателями оценки эффективности деятельности туризма на микроуровне являются:

- объем обслуживания туристов, чел.;
- объем обслуживания, чел. - дней;
- объем обслуживания экскурсантов, чел.;
- выручка от реализации туристского продукта, услуг, р.;
- прибыль, р.;
- рентабельность, %.

Предприятие ИГиТ и экономический кругооборот

Основные понятия

- *Экономическая деятельность* предприятия – одного из экономических субъектов есть сочетание действий, приводящих к получению определенного набора продукции или услуг.
- Основываясь на таком подходе, индустрия гостеприимства и туризма представляет собой вид экономической деятельности, состоящий из ряда многоаспектных процессов производства туристского продукта (услуги), направленного на удовлетворение интересов потребителя.
- Такая концепция согласуется с рекомендациями Всемирной туристской организации ООН и логично входит в экономические структуры как современная производственная

Основные понятия

- *Индустрия гостеприимства и туризма* – это сфера предпринимательства, состоящая из таких видов обслуживания, которые опираются на принципы гостеприимства, характеризующиеся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям.

Основные понятия

- *Экономические агенты* – это субъекты экономических отношений, участвующие в производстве, распределении, обмене и потреблении экономических благ. Основными экономическими агентами являются индивиды (домохозяйства), предприятия/фирмы, государство и его подразделения. В свою очередь, среди фирм выделяют, прежде всего, индивидуальные деловые предприятия, предприятия партнерства и корпорации. Современная экономическая теория исходит из предпосылки о рациональном поведении агентов. Это означает, что целью является максимизация результатов при данных затратах, либо минимизация затрат при заданном результате.

Основные понятия

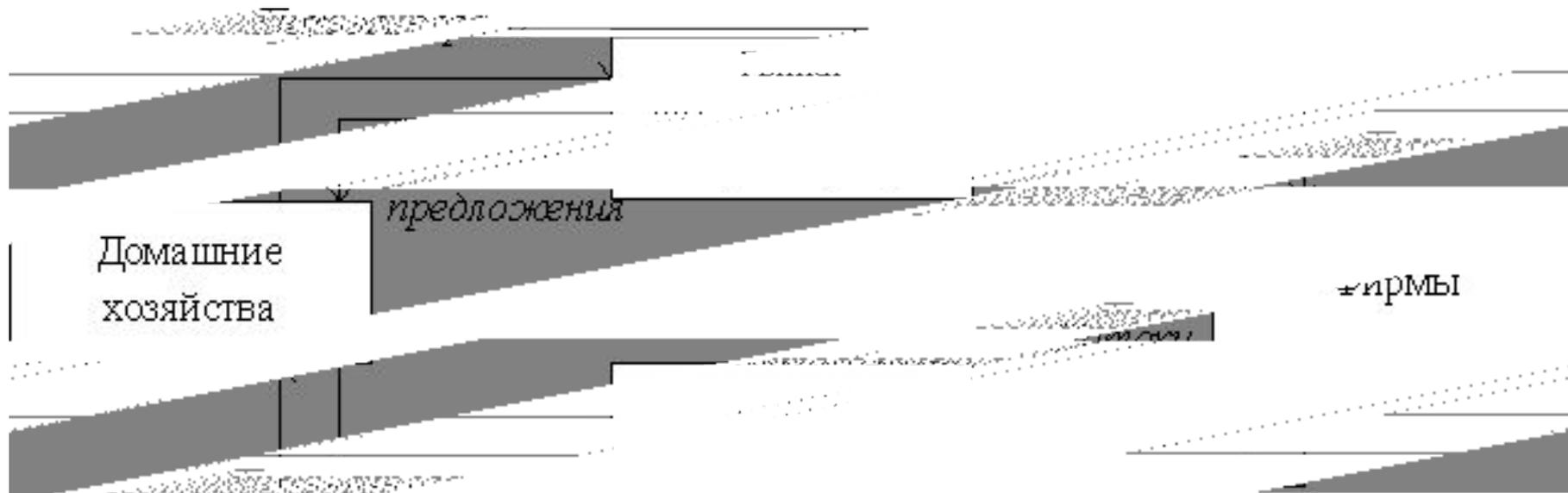
- *Индивиды* стремятся к максимальному удовлетворению потребностей при данных издержках, государство – к наивысшему росту общественного благосостояния при определенном бюджете. В качестве экономических агентов выступают также, например, профсоюзы, целью которых является повышение зарплаты и улучшение социальных условий жизни их членов, средством – борьба за выгодные условия заключения коллективных договоров.
- В современных теориях, развивающих принципы классического либерализма, единственно реальным экономическим агентом признается индивид. Все остальные агенты рассматриваются как производные от него формы: предприятия/фирмы – как юридические лица, а государство – как организация по спецификации и защите прав собственности.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

Экономические агенты осуществляют связи друг с другом с помощью обмена экономических благ. Движение их образует своеобразный кругооборот.

- *Экономический кругооборот* – это круговое движение реальных экономических благ, сопровождающееся встречным потоком денежных доходов и расходов.
- Основными субъектами рыночной экономики являются домохозяйства и предприятия/фирмы. Домохозяйства предъявляют спрос на потребительские товары и услуги, являясь одновременно поставщиками экономических ресурсов. Предприятия/фирмы предъявляют спрос на ресурсы, предлагая, в свою очередь, потребительские товары и услуги. Поведение основных экономических агентов может быть выражено кругооборотом спроса и предложения.

Кругооборот спроса и предложения



Кругооборот спроса и предложения

Кругооборот спроса и предложения может быть конкретизирован с учетом движения ресурсов, потребительских благ и доходов.

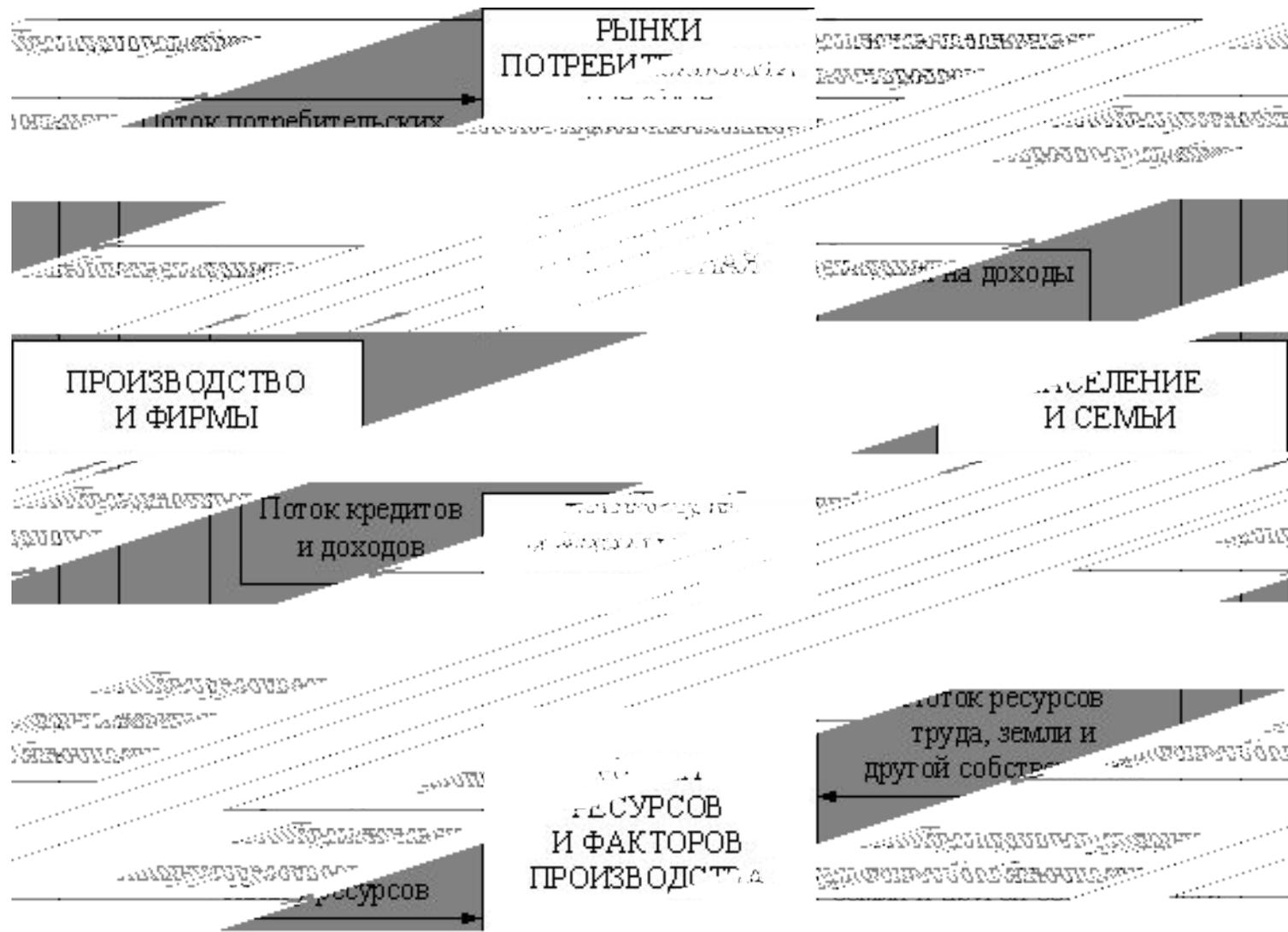
Спрос домохозяйств выражается в расходах, осуществляемых на рынках потребительских товаров и услуг.

Продажа этих товаров и услуг составляет выручку фирм.

Покупка ресурсов, необходимых для этого, означает издержки фирмы.

Домохозяйства, поставляя необходимые ресурсы (труд, землю, капитал, предпринимательские способности), получают денежные доходы (заработную плату, ренту, процент, прибыль).

Цикл рыночного кругооборота благ и доходов



Состояние спроса и предложения в туризме

- *Спрос на путешествия* в определенный туристский регион (V) - это функция склонности человека к путешествиям и соответствующей величины сопротивления связи между начальным пунктом путешествия и местом назначения:

- $V = f$ (склонность, сопротивление).

- Математически туристский спрос можно представить как:

$$V = N \times P,$$

- где N – количество потенциальных туристов, желающих воспользоваться поездкой;
- P – средняя цена поездки.

Состояние спроса и предложения в туризме

- *Склонность к путешествиям* может пониматься как предрасположенность человека к путешествиям и туризму, т. е. насколько сильно человек желает путешествовать, в какие регионы, а также какие виды путешествий он предпочитает. Для оценки склонности человека к путешествиям следует принимать во внимание психологические и демографические (социально-экономический статус) переменные, касающиеся человека, а также эффективность маркетинга.
- *Сопротивление* же порождается экономической дистанцией, культурной дистанцией, соответствие между ценой туристской поездки и её качеством, эффектом сезонности.

Состояние спроса и предложения в туризме

- *Экономическая дистанция* – это зависимость продолжительности путешествия от начального пункта до места назначения и обратно с денежными расходами на совершение этого путешествия. Чем больше экономическая дистанция, тем выше сопротивление (желание человека остаться дома) и ниже спрос. И, наоборот, из этого следует, что если время на путешествие между начальным пунктом и пунктом назначения и стоимость этого путешествия уменьшить, то возрастет спрос.
- Так, увеличение спроса на дальние путешествия произошел с появлением больших самолетов, предназначенных для трансатлантических полетов. Это снизило стоимость путешествий почти на 50 %.

Состояние спроса и предложения в туризме

- *Культурная дистанция* - степень различия между культурой региона, из которого приехал турист, и культурой принимающего региона. Общая тенденция такова: чем больше культурные различия, тем больше сопротивление. Но в некоторых случаях отношение может быть и обратным, так, например, в последнее время возрастает спрос на экзотический туризм.
- *Соответствие цены и качества туристской услуги* способствует снижению сопротивления к принятию решения о туристской поездке. Нарушение этого соответствия приводит к неудовлетворённости туристов совершенным путешествием и, как следствием этого, сокращению туристского спроса.

Состояние спроса и предложения в туризме

- *Эффект сезонности* – это относительная привлекательность данного туристского направления, курорта, зависящая от наиболее благоприятного времени года его посещения. Для лыжного курорта, например, спрос будет на самом высоком уровне в зимние месяцы. Сопротивление же в этот сезон минимально.
- На величину спроса, его структуру и динамику влияют самые различные факторы: количество покупателей туристского продукта, их денежные доходы, оценки перспектив будущих доходов, бюджет свободного времени, туристские вкусы путешественников, реклама и т. д.

Состояние спроса и предложения в туризме

- *Туристское предложение* - это идеальная готовность и реальная возможность производителей произвести и поставить на рынок определенное количество туристских услуг.
- Предложение туристских услуг зависит от многих факторов: количества и структуры предприятий производителей туристских услуг (размещение, питание, транспорт, развлечений и т.д.); турфирм - продавцов туристского обслуживания; уровня эффективности производства туристских товаров и услуг; уровня научно-технического прогресса; системы налогообложения; цен на факторы производства; оценки перспектив спроса и будущих доходов.
- Туристское предложение основано на наличии в туристском регионе первичных и вторичных туристических ресурсов.

Состояние спроса и предложения в туризме

Первичные туристические ресурсы включают:

- природные ресурсы (климат, ландшафт, экосистемы);
- культурно-исторические ресурсы (архитектурное наследие, произведения искусства, археологические и научные ценности, традиции, субкультурные образования)
- социальные ресурсы (люди или организации, которые способствуют быстрому развитию туризма в регионе и обладают финансовым капиталом, способностями, знаниями; система охраны здоровья, окружающей среды и собственности; интересы местного населения и т.д.);
- инфраструктуру, необходимую для обеспечения туризма, включающую в себя энергоснабжение, водоснабжение, канализацию, дороги и железнодорожные пути, а также аэропорты, связь и т.д.

Состояние спроса и предложения в туризме

Необходимо наличие и *вторичных ресурсов* (материально-техническая база туризма):

- сектор размещения (гостиницы, мотели, лагеря для автотуристов, пансионаты и т.д.);
- сектор общественного питания (кафе, рестораны, закусочные и т.д.);
- транспортный сектор (воздушный и водный транспорт, поезда, автобусы и т.д.);
- сектор организации путешествий (агентства, организаторы экскурсий и т.д.);
- сектор досуга и развлечений;
- информационный сектор (информационная туристическая сеть);
- дополнительные услуги и сервисная система.

Рынок: понятие и разновидности

Понятие рынка

Деятельность предприятий ИГиТ происходит в условиях рынка. Существует несколько определений рынка:

- Рынок – это обмен, организованный по законам товарного производства и обращения, совокупность отношений товарного обмена.
- Рынок - это механизм взаимодействия покупателей и продавцов, иными словами, отношение спроса и предложения.
- Рынок - это сфера обмена внутри страны и между странами, связывающая между собой производителей и потребителей продукции. Углубленное понимание категории рынок требует учета его места во всей системе общественного производства.

Понятие рынка

- *Продавцом* на соответствующем рынке может быть любой индивид, предлагающий товар. Причем он может быть как производителем товара, так и просто посредником, т.е. бывшим покупателем данного товара. Но продавец представляет производство и его главного субъекта - предприятие.
- *Покупатель* может быть конечным потребителем так и посредником и в качестве такового после покупки товара становится продавцом. Но покупатель стоит на стороне потребления.

Понятие рынка

- Взаимодействие между покупателями и продавцами и, соответственно, производством и потреблением осуществляется через взаимодействие спроса и предложения. И то, и другое представлено определенным количеством товара: *спрос* - количеством товара, которое могут приобрести покупатели, *предложение* - количеством товара, которое готовы предложить продавцы.
- Каждый субъект рынка представляет какую-то долю спроса или предложения. Эта доля во многом определяет положение субъекта на рынке. Каждый субъект, будучи рациональным, стремится занять выгодное для себя положение на рынке. Соперничество субъектов рынка за выгодное положение на нем характеризует конкуренцию, которая идет: *между продавцами, покупателями, продавцами и покупателями.*

Объекты конкурентной борьбы

- Объектом борьбы между покупателями является товар - каждый стремится обменять свои деньги на нужный ему товар в нужном количестве. Такая борьба особенно отчетливо себя проявляет при превышении спроса над предложением.
- Объектом конкурентной борьбы между продавцами являются деньги покупателей и факторы производства. На рынке товаров и услуг борьба особенно остра, когда *предложение* превышает *спрос*, на рынке факторов производства. Конкуренция предприятий за приобретение факторов производства и продажу товаров позволяет наиболее эффективно определить, *как* производить товары. Далее спрос фирм на ресурсы сталкивается с общественным предложением труда и других ресурсов на рынке факторов, тем самым, определяя зарплату, ренту и процентные платежи. Таким образом, прибыль влияет на то, *для кого* предназначены товары.

Объекты конкурентной борьбы

- Объектом конкуренции между продавцами и покупателями является цена на соответствующий товар. Продавец стремится продать дороже, а покупатель купить дешевле. «Голосуя деньгами», домашние хозяйства взаимодействуют с предложением фирм на рынке товаров, помогая установить, что надо производить. Цена является особенно важным элементом рынка:
- цена выступает в роли носителя необходимой для субъектов рынка информации;
- цена является основой для принятия соответствующего решения: производить или не производить, покупать или не покупать;
- цена предстает как фактор, определяющий состояние рынка и поведение его субъектов, как центральное звено рыночного механизма.

Функции рынка

- *Функция информационная.* Через постоянно меняющиеся цены, процентные ставки на кредит рынок дает участникам производства объективную информацию об общественно необходимом количестве, ассортименте и качестве тех товаров и услуг, которые поставляются на рынок. Стихийно протекающие операции превращают рынок в гигантский компьютер, собирающий и перерабатывающий колоссальные объемы точечной информации и выдающий обобщенные данные по всему тому хозяйственному пространству, которое он охватывает. Это позволяет каждому предприятию постоянно сверять собственное производство с меняющимися условиями рынка.

Функции рынка

- *Функция посредническая.* Экономически обособленные производители в условиях глубокого общественного разделения труда должны найти друг друга и обмениваться результатами своей деятельности. Без рынка практически невозможно определить, насколько взаимовыгодной является та или иная технологическая и экономическая связь между конкретными участниками общественного производства. В рыночной экономике с достаточно развитой конкуренцией потребитель имеет возможность выбора оптимального поставщика (с точки зрения качества продукции, ее цены, сроков поставки, после сбытового обслуживания и других параметров). В то же время продавцу предоставляется возможность выбрать наиболее подходящего покупателя.

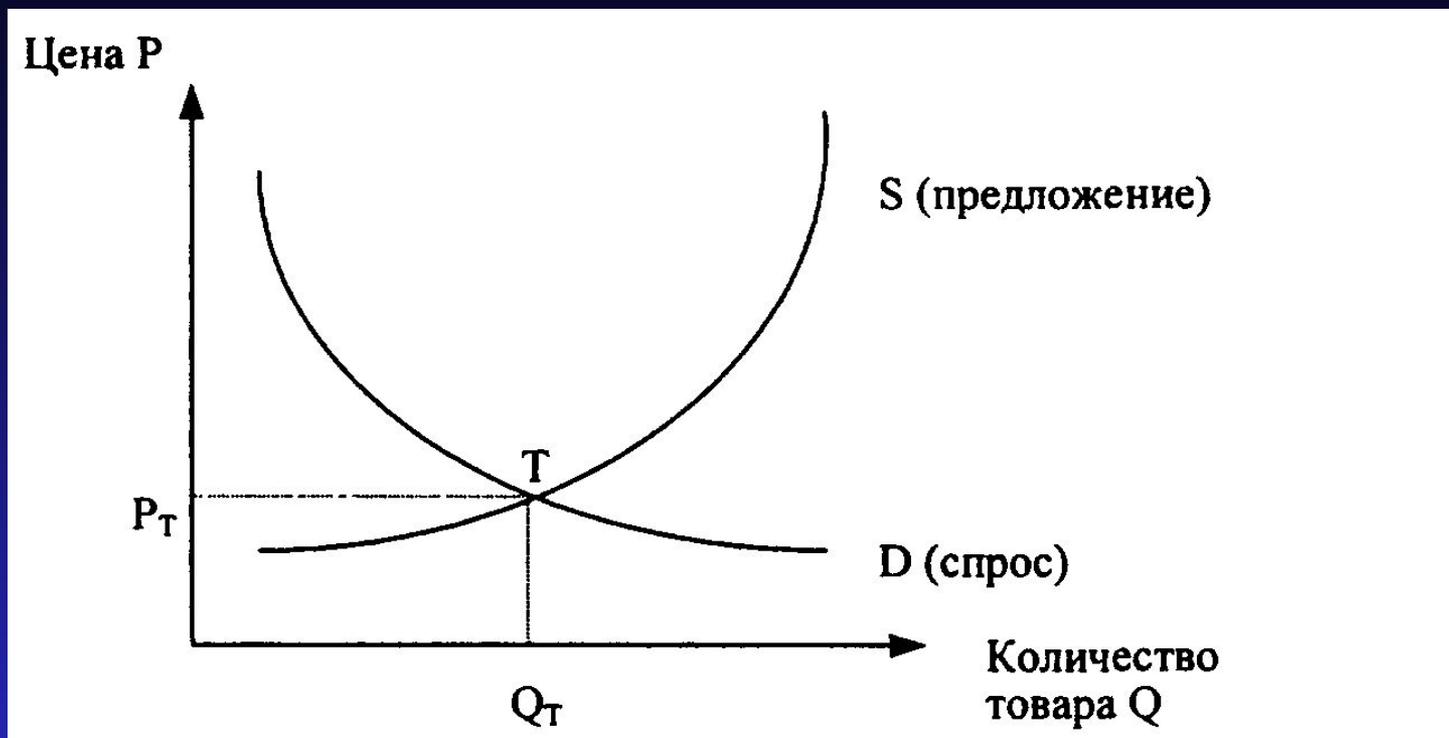
Функции рынка

- *Функция ценообразующая.* На рынок поступают обычно продукты и услуги одного назначения, но содержащие неодинаковое количество материальных и трудовых затрат. Но рынок признает лишь общественно необходимые затраты, только их согласен оплатить покупатель. Здесь, формируется отражение общественной стоимости, благодаря этому устанавливается подвижная связь между стоимостью и ценой, чутко реагирующая на изменения в производстве, в потребностях, в конъюнктуре.

Функции рынка

- *Функция регулирующая.* Она связана с воздействием рынка на все сферы экономики и, прежде всего, на производство. Рынок дает ответ на вопросы: что производить, для кого производить, как производить. Рынок не мыслим без конкуренции. Внутриотраслевая конкуренция стимулирует снижение затрат на единицу продукции, поощряет рост производительности труда, технический прогресс, повышение качества продукции. Межотраслевая конкуренция путем перелива капиталов из отрасли в отрасль формирует оптимальную структуру экономики, стимулирует расширение наиболее перспективных отраслей. Сохранение и поддержание конкурентной среды - одна из важнейших задач государственного регулирования в странах с развитой рыночной системой.

График спроса и предложения



- где: D - кривая спроса;
- S - кривая предложения;
- T - точка рыночного равновесия;
- P_T - равновесная цена;
- Q_T - количество товара, при котором достигается рыночное равновесие

Функции рынка

- *Функция санирующая.* Рынку присуще социальное расслоение, беспощадность по отношению к слабым. С помощью конкуренции рынок очищает общественное производство от экономически неустойчивых, нежизнеспособных хозяйственных единиц и, напротив, дает возможность к существованию более предприимчивым и эффективным. В результате этого непрерывно взаимодействия повышается средний уровень устойчивости всего хозяйства в целом.
- Средний цикл малого бизнеса не превышает шести лет. Нередко гибнут в конкурентной борьбе и крупные фирмы. Разумеется, в условиях конкуренции производства и капитала монополизация деформирует санирующий механизм рынка.

Конкурентность рынка

- Конкурентность рынка – определяется теми пределами, в рамках которых отдельные фирмы способны воздействовать на рынок, т.е. оказывать влияние на условия реализации своей продукции, прежде всего на цену. Чем меньше отдельные фирмы оказывают влияние на рынок, где они реализуют свою продукцию, тем более конкурентным становится рынок. Наивысшая степень конкурентности рынка достигается тогда, когда отдельная фирма не оказывает подобного влияния.
- С учетом соотношения между покупателями и продавцами и особенностей конкуренции между ними рынки можно разделить на соответствующие типы и виды.

Типы рынков по конкуренции

Покупатели	Продавцы		
	Много	Несколько	Один
Много	Совершенный рынок	Олигопольный рынок	Монопольный рынок
Несколько	Рынок с олигопсонией	Рынок с двойной олигополией	Монопольный рынок
Один	Рынок с монопсонией	Рынок с монопсонией	Рынок с двойной монополией

Совершенный рынок

Совершенным называется только лишь один рынок, т.к. на нем *рыночная власть* покупателей и продавцов минимальна. Для возникновения совершенной конкуренции необходимы пять условий. Все продавцы на рынке будут совершенными конкурентами, если:

- каждый из них мал относительно рынка в целом;
- продукция является однородной;
- покупатели хорошо информированы о ценах продавцов;
- продавцы действуют независимо друг от друга;
- предприятия могут свободно выходить из отрасли и входить в отрасль.

Первое из этих условий гарантирует - ни одно из предприятий не может оказывать заметного влияния на совокупный объем предложения. Второе условие - продукт должен быть однородным, поэтому потребителям будет безразлично у какого продавца покупать товар.

Совершенный рынок

- Если продукты однородны и если выполняется третье условие, согласно которому покупатели осведомлены обо всех ценах продавцов, то любой продавец, повышающий цену, растеряет всех своих клиентов. До тех пор пока покупатели хорошо информированы о ценах, ни одна фирма не может запросить больше, чем запрашивают другие.
- Следующее условие требует, чтобы все продавцы в отрасли действовали независимо. Совершенно конкурентные продавцы не объединяются для установления соглашения о цене, которую они все назначат, или о совокупном объеме предложения. Конечно, каждый продавец заботится о своем собственном бизнесе, пытаясь выбрать подходящий объем выпуска (максимизирующий ее прибыли) в предположении, что она не может влиять на цену.

Совершенный рынок

- Последнее, пятое условие, согласно которому продавцы могут свободно входить в отрасль и выходить из нее, гарантирует, что любая фирма, использующая лучший способ производства, может войти в отрасль и что убыточные фирмы могут по своему желанию выйти из отрасли. Свободные вход и выход помогают гарантировать то, что существующие в отрасли фирмы не могут повышать цену посредством соглашения о сокращении выпуска, поскольку любое повышение цены, вероятно, способствует вхождению новых фирм, которые увеличат объем предложения.

Несовершенные рынки

- Все остальные рынки - *несовершенные*.
- *Олигополия* подразумевает наличие нескольких крупных продавцов и множество средних и мелких. Закономерность появления олигополий очевидна, поскольку нельзя запретить предприятию расширяться, увеличивать масштаб производства, сливаться или поглощать другие предприятия в своем развитии. Олигополистический рынок — это рынок, на котором большая часть выпускаемой продукции производится крупными фирмами, каждая из которых достаточно велика для того, чтобы оказывать влияние на весь рынок своими собственными действиями.

Несовершенные рынки

- Например, энергетическая, автомобильная и металлургическая промышленности являются олигополиями. Отдельные олигополисты могут сами влиять на цену, но цена определяется действиями, предпринимаемыми всеми продавцами, как и при совершенной конкуренции. Это обуславливает большую сложность решений олигополистов по сравнению с решениями фирм на других типах рынков. Каждой фирме приходится вырабатывать решения не только относительно того, как будут реагировать покупатели на ее действия, но также и относительно того, как на это откликнутся другие фирмы в отрасли, поскольку их ответная реакция будет влиять на прибыли фирмы.

Несовершенные рынки

- На олигополистических рынках продукция может быть дифференцированной и если дифференциация продукции возможна, фирмы должны побеспокоиться о дизайне и рекламе продукции. Чтобы рассчитать последствия изменений этих переменных, как и последствия изменений цены, олигополист должен предвидеть вероятную реакцию своих соперников.
- На олигополистических рынках обычно существуют некоторые барьеры вхождения, но они не столь жестки для того, чтобы сделать его абсолютно невозможным. Чем слабее барьеры вхождения, тем более вероятно, что отрасль, в которой продавцы, занимающие прочное положение, получают высокие прибыли, будет привлекать новые фирмы, и, следовательно, тем ниже будут прибыли в отрасли в долгосрочном периоде.

Несовершенные рынки

- Самым крайним случаем несовершенной конкуренции является *монополия*, т.е. рынок с единственным продавцом и исключающий возможность вхождения в него других. Термин «монополия» взят из древнегреческого языка и означает «один продавец».
- Поскольку монополист является единственным поставщиком товара или вида услуг, цена, которую он получает за свою продукцию, определяется рыночным спросом на его продукцию. Продавец обладает монопольной властью (или властью над рынком) повышать цену на свою продукцию путем ограничения своего собственного объема выпуска.
- На монопольных рынках существуют барьеры вхождения, которые делают невозможным проникновение на рынок любого нового продавца. В силу этого монополия может иметь значительный приток прибыли.

Несовершенные рынки

- *Олигопсония* - это такая структура рынка ресурсов производства, когда небольшое число фирм закупает все рыночное предложение определенного производственного ресурса. Под олигопсонией понимается такой вид рынка, на котором имеется лишь несколько покупателей, которым противостоит большое количество продавцов (производителей). Олигопсония противоположна монополии. Примером олигопсонии являются профессиональные спортивные лиги. Спортсмены могут продавать свои услуги небольшому числу фирм. Олигопсония схожа с олигополией в том, что конкурирующие фирмы понимают свою взаимозависимость. При олигопсонии несколько фирм обладают властью монопсонии и могут влиять на цену ресурса.

Несовершенные рынки

- *Монопсония* - это разновидность рынка, на котором выступает только один покупатель товара, услуги или ресурса. Термин «монопсония» также греческого происхождения и означает «один покупатель». Термин «монопсония» принято применять ко всем рынкам, где покупатели устанавливают цену. Более обобщенно - ситуация, при которой фирма является монополистом на рынке, где она выступает покупателем. В таком случае фирмы сами устанавливают цены. Например, на рынке рабочей силы такая ситуация может возникнуть, когда один наниматель доминирует на рынке конкретной специальности или на рынке, по-особому расположенном. Это может иметь место, когда работники руководствуются при выборе нанимателей не только мотивами, связанными с заработной платой, но и, к примеру, близостью работы от дома.

Несовершенные рынки

- *Чистая монополия* - редкое явление, как и чистая монополия. Она может существовать в небольших городах, в которых, например, единственная фирма нанимает всех трудоспособных жителей. Или правительство как единственный покупатель, в частности, боевого оружия. Оно закупает все его рыночные предложения, поскольку продажа этого товара другим покупателям запрещена.
- *Власть монополии* - это способность единственного покупателя оказывать влияние на цены тех ресурсов, которые он закупает. Когда фирмы, обладающие властью монополии, увеличивают закупки, цена, которую они должны заплатить, увеличивается. Предложение производственных ресурсов фирме-монополисту характеризуется восходящей кривой. Фирма, обладающая властью монополии на рынке производственных ресурсов, максимизирует прибыль.

Организованные рынки

- Преобладание в реальной жизни несовершенных рынков требует их должной организации. Поэтому рынки подразделяют на *организованные* и *неорганизованные*.
- *Организованными* считаются рынки, действующие в рамках определенных законов и правил, которым подчиняются как продавцы, так и покупатели. Законы, как правило, устанавливает государство. К ним относят антимонопольные законы, законы о запрете недобросовестной конкуренции, о сертификации продаваемой продукции и т.д.
- Функционирование организованных рынков обеспечивается соответствующей *рыночной инфраструктурой*: банками, рекламными службами, информационными каналами, консалтинговыми компаниями, государственными инспекциями и т.д.

Неорганизованные рынки

- *Неорганизованными* являются рынки, действующие за рамками установленных законов. К таковым, прежде всего, относят «*черные рынки*», связанные с преступным миром. Этот рынок часто действует нелегально, так как объектом купли-продажи на нем являются товары, производство и продажа которых запрещена. Также к неорганизованным относят и «*серые рынки*», на которых продают вполне легальные товары, но без соблюдения необходимых законов и правил, например, товары, не прошедшие сертификацию. Наконец, к неорганизованным относят «*теневого рынок*», торговая деятельность субъектов которого нигде не зарегистрирована. Это может быть уличная торговля, оказание пассажирских услуг частными автомобилистами, ремонтные услуги и т.д.

Рынки по объектам купли и продажи

- Рынок начинается с возможности приобретения *рабочей силы* (трудовых ресурсов) и средств производства (инвестиционных ресурсов). Без этих элементов производительных сил, без их соединения с помощью капитала не может функционировать производство.
- Огромное экономическое значение имеет *потребительский рынок*, т.е. рынок продовольствия, одежды, обуви, легковых автомашин и других предметов потребления. Без его развития теряется общественный смысл отношений обмена. От состояния потребительского рынка зависит обеспеченность населения, уровень потребления, устойчивость денежного обращения.

Рынки по объектам купли и продажи

- *Рынки средств производства* тесно связаны с рынками ссудных капиталов. Дело в том, что для массовой закупки техники необходимы довольно значительные средства, которые у предприятий не всегда в нужное время есть, поэтому приходится прибегать к займам на рынках ссудных капиталов. На данном рынке предприятие может взять ссуду на условиях ее возврата и уплаты процента, для того чтобы ее использовать на приобретение нужных средств производства. Но средства, необходимые для приобретения техники, могут быть получены и в результате выпуска ценных бумаг, прежде всего акций и облигаций».

Рынки по объектам купли и продажи

- *Финансовый рынок* (рынок ссудных капиталов) обеспечивает подвижность капиталов, их перелив в наиболее прибыльные, наиболее важные, перспективные отрасли производства. Это один из самых комплексных рынков, он часто разбивается на: денежный рынок (краткосрочных кредитных операций, казначейских и коммерческих векселей, других краткосрочных денежных бумаг) и на рынок капиталов (средне- и долгосрочных ценных бумаг, т.е. акций и облигаций). Впрочем, комплексными являются и все остальные рынки.

Рынки по объектам купли и продажи

- *Рынок услуг*, в том числе гостеприимства и туризма существует в тех условиях, когда установлена плата за самые различные услуги. Степень его развития определяет обеспеченность населения и предприятий услугами, их качество и своевременность. Рынок распространяется и на духовную сферу, превращая в объект купли-продажи технологию и духовные идеи и стимулируя материально их рождение, распространение, использование.

Рынки по времени использования товаров и услуг

Эти рынки можно разделить на:

- рынок товаров длительного пользования;
- рынок товаров текущего пользования.
- На рынках товаров длительного пользования может наблюдаться очень интересный эффект. Производитель товара длительного пользования конкурирует сам с собой. Действительно, если производитель продал товар в текущем периоде, то в следующем периоде он его не продаст и не получит прибыли. Поэтому на таких рынках производитель обязан делать межвременной выбор.

Рынки по географическому положению

- местный;
- региональный;
- национальный;
- мировой рынки.

Рынки по видам продаж

- *Различают:*
- розничный;
- оптовый.
- Оптовая торговля предполагает куплю-продажу товаров крупными, средними и мелкими партиями. Характерной особенностью оптовой торговли является ее посредническая роль. Она занимает место между производством и розничной торговлей. Наличие оптовой торговли различного масштаба делает возможным многоступенчатое посредничество.
- Связь розничной торговли с оптовой может быть обеспечена через сбытовую или потребительскую кооперацию. Она представляет собой объединение для совместной покупки или продажи товаров оптом, Это снижает издержки обращения и ускоряет оборот капиталов.

Рынки по технологии сделок

Различают рынки:

- с посредником или без него;
- с помощью наличных или безналичных денег.