

МЕТОДИ И ПОКАЗАТЕЛИ ЗА АНАЛИЗИ В ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС

*Доц. д-р Надя Маринова
Нов български университет*

***Анотация:** Успешните икономически анализи в сферата на туристическия бизнес са свързани с методите и показателите на тяхното формиране и развитие. Едни от основните методи за анализ, които се използват в туристическите фирми са сравнителният анализ, фактурният анализ (определяне влиянието на отделни фактори върху промяната в показателите) и комплексният анализ. Успешното използване на анализа определя методите за повишаване ефективността на туристическия продукт и качеството на обслужване на клиентите. Икономическият анализ на една туристическа фирма дава информация за обективните ѝ показатели, които отразяват реалното ѝ финансово, имуществено и друго нейно състояние. Използването на една система от показатели спомага за усъвършенстването на дейността и получаването на максимална възможна печалба в една туристическа фирма.*

***Ключови думи:** икономически анализ, икономическото изследване, методи за анализ, туристическа дейност.*

METHODS AND INDICATORS OF ANALYSIS IN TOURIST BUSINESS

*Assoc. Prof. Надя Маринова
New Bulgarian University*

Abstract: Successful economic analyzes in the field of tourism business are related to the methods and indicators of their formation and development. One of the main methods of analysis used in tourism companies is comparative analysis, factual analysis (determination of the influence of individual factors on the change in indicators) and complex analysis. Successful use of the analysis sets

out methods to increase the efficiency of the tourist product and the quality of customer service. The economic analysis of a tourist company provides information about its objective indicators that reflect its real financial, property and other condition. The use of a system of indicators helps to improve the activity and obtain the maximum possible profit in a tourism company.

Keywords: economic analysis, economic research, methods of analysis, tourist activity.

Анализът на дейността на туристическите организации е свързан със стопанските процеси (производствената и комерсиалната дейност на отделните фирми) и с развитието на туристическия отрасъл като цяло. Той включва комплексното изучаване на тяхната работа с цел обективна оценка на постигнатите резултати, определяне на методите за повишаване ефективността на туристическия продукт и качеството на обслужване на клиентите.

Успешният икономически анализ зависи от това, доколко служителите в сферата на туристическо-екскурзионното обслужване владеят методите на този анализ и умеят да ги прилагат. Под метод на анализа се разбира начинът на подхода към изучаването на стопанските процеси при тяхното формиране и развитие.

Основните принципи на икономическото изследване се отнасят до изучаване на икономическите явления при единство на анализа и синтеза, индукцията и дедукцията, при взаимовръзката и развитието, при разкриването на противоречията в стопанския живот и начините за тяхното преодоляване.

Характерна особеност на метода за анализ е използването на система от показатели, всестранно характеризиращи стопанската дейност на туристическите фирми, изучаване на причините за промените в тези показатели, намиране на взаимовръзката между тях въз основа на използването на математически зависимости, икономическата статистика и счетоводните отчети.

Основни методи за анализ, използвани в практиката на туристическите фирми са:

- *сравнителният анализ;*
- *факторният анализ (определяне влиянието на отделни фактори върху промяната в показателите);*

- *комплексният анализ.*

Сравнителният анализ в туристическия бизнес включва математическо сравняване на фактическите показатели с прогнозните с цел реална оценка за работата на фирмата, разкриване на неизползваните резерви, повишаване обосноваването на плановете задания и качествата на обслужването. Сравнението е най-важният метод при икономическия анализ. В процеса на анализа е необходимо да се разкриват причините за отклоненията на фактическите данни от плановете по основните показатели от дейността на туристическата фирма: *обем на предоставяните услуги, обслужване на туристите и екскурзиантите, печалба, рентабилност и т.н.* Планът и неговото изпълнение са най-важните критерии за оценка дейността на фирмата. В практическата дейност се извършва сравнение на плановете показатели с показателите от предходната година с цел определяне динамиката на показателите и тенденциите в развитието на туристическия бизнес.

С цел обобщаване резултатите от стопанската дейност на туристическата фирма за всеки работен ден (в нейните подразделения) следва да се извършва сравнителен анализ за показателите от дейността им. Това позволява да се разкриват не само слабо работещите подразделения, но и неизползваните резерви, да се провежда целенасочена дейност за повишаване качеството на обслужването, конкурентната способност и да се подобрява финансовото състояние на фирмата като цяло.

Методът на сравнителния анализ задължително предполага съпоставимост на сравняваните показатели по срокове, мерни единици и т.н.

Факторният анализ позволява да се определи влиянието на отделните фактори върху разглежданите показатели. Той се използва за разкриване на причините за отклоняването на фактическите показатели от зададените в плана по отделните фактори, зависещи и независещи от дейността на туристическата фирма.

Анализът по отделните фактори се извършва чрез верижен подход и се свежда до последователна замяна на плановата величина за всеки фактор с фактическата величина. След всяка замяна новият резултат се сравнява с предходния. При факторния анализ се използват обобщаващи показатели за стопанската дейност на туристическата фирма, влияние върху които оказват различните фактори.

Комплексният анализ представлява система за търсене на неизползвани резерви. Този подход за изучаване на икономическата дейност

на туристическата фирма предвижда анализ на взаимовръзките между основните показатели в различни периоди, т.е. в динамика. Комплексният анализ включва оценка и предварителна характеристика на стопанската дейност по всички показатели, последващ задълбочен анализ на факторите и причините, определящи тези показатели. Въз основа на него се разкриват неизползваните резерви в туристическото обслужване и пътищата за повишаване качеството на предоставяните услуги.

Методът на икономическия анализ като общ подход за изследване на явленията се различава от методиката за икономически анализ като съвкупност от специални методи, използвани за обработка на икономическата информация.

В специалната литература методиката за икономически анализ се подразделя на *обща* (типова) и *частна* (отраслова). Общата методика включва съвкупността от еднакви подходи при аналитичната дейност, използвани при изследването на процесите във всяка стопанска дейност. Частната методика конкретизира общата методика към спецификата на отделната стопанска дейност или определен тип фирмена дейност (например, туристическата).

Разграничават се следните основни етапи при организиране на икономическия анализ:

- *разработване на програма за икономическия анализ;*
- *подбор и проверка на информацията, необходима за анализа;*
- *подбор и разчет на показателите;*
- *аналитична обработка и сравняване на показателите;*
- *обобщаване на резултатите и осигуряване гласност на анализа и контрола.*

Основното при обобщаването на показателите са изводите и предложенията за подобряване на работата на туристическата фирма. Анализът задължително следва да завършва с конкретни изводи и предложения за мобилизиране на неизползваните резерви, определяне на мерките за внедряване на произтичащите от анализа предложения за повишаване качеството на обслужването. Гласността на резултатите от икономическия анализ действа мобилизиращо на служителите и спомага за масовия контрол по реализирането на неговите резултати. Когато по резултатите от анализа се приемат мерки, то той оказва съществено влияние за подобряване на икономическите показатели от дейността на туристическата фирма.

Важен инструмент за запознаване на служителите в туристическата фирма с нейната стопанска дейност са графиките и диаграмите. Таблиците с основните показатели за стопанската дейност са средство за информация, изразена в прости и разбираеми за широката аудитория абсолютни и относителни величини. Всяка туристическа фирма следва да поставя на видно място такива таблици, редовно и своевременно да ги попълва с данни, за да привлича вниманието на всеки служител.

Практически, в редица случаи, когато през есенно-зимния период в туристическата фирма се наблюдава спад в дейността, за да се осигури изпълнението на годишния бизнес-план, ръководството го компенсира през летния сезон. Тази неритмичност обективно води до снижаване качеството на обслужването и на конкурентоспособността.

При анализа на работата на туристическата фирма следва да се определя относителният дял на обема на обслужването в отделните периоди по отношение на общия годишен обем на услугите и да се изчислява коефициентът на сезонност.

Този коефициент може да се види от следната примерна таблица:

(обем в съпоставими цени в хил. лева и проценти)

месец	бизнес-план		фактическо изпълнение		съответен период от миналата година	
Януари	12	4,10%	11	3,73%	11	3,91%
Февруари	14	4,78%	12	4,07%	12	4,27%
Март	18	6,14%	15	5,08%	15	5,34%
Април	20	6,83%	22	7,46%	20	7,12%
Май	24	8,19%	28	9,49%	24	8,54%
Юни	32	10,92%	34	11,53%	32	11,39%
Юли	38	12,97%	36	12,20%	36	12,81%
Август	42	14,33%	45	15,25%	42	14,95%
Септември	36	12,29%	38	12,88%	36	12,81%
Октомври	27	9,22%	25	8,47%	25	8,90%
Ноември	16	5,46%	17	5,76%	16	5,69%
Декември	14	4,78%	12	4,07%	12	4,27%
Общо	293 лева	100%	295 лева	100%	281 лева	100%
Коефициент на сезонност	0,286		0,244		0,262	

Сравняването на коефициентите на сезонност за отчетния и предходния период, позволява да се направи извод за подобряване или влошаване на ритъма на работа. Колкото по-голям е коефициентът, толкова по-добра е дейността на туристическата фирма. Пределната величина на коефициента на сезонност е единица, която практически е трудно постижима.

Целесъобразно е също да се анализира ритъмът на работа по относителния дял на обема на услугите за отделни периоди в сравнение с общия обем на услугите (в стойностно изражение).

Относителният дял на услугите по месеци дава представа за сезонността в работата на туристическата фирма.

Коефициентът на сезонност се пресмята като съотношение между минималния относителен дял на извършената дейност и максималния за разглеждания период от време (обикновено за година).

Особено важно е да се анализира нарушаването на планирания ритъм в работата на туристическата фирма с възможното влошаване на качеството на обслужването на туристите. Във връзка с това следва да се отчитат предложенията и забележките на туристите за подобряване на обслужването.

В условията на развитието на туристическото обслужване все по-голямо значение за повишаването на качеството на работата и културата на обслужването придобиват показателите за състоянието на културата на предоставяните услуги. Ефективността в развитието на туристическото обслужване се свързва с такива понятия като концентрация, специализация и коопериране в туристическата дейност.

Концентрацията на туристическата дейност намира проявление в създаването на крупни туристически центрове и комплекси. При тези условия икономически по-изгодно се използват рекреационните ресурси, постиженията на организацията на труда и научния прогрес.

Специализацията в туристическото обслужване е процес на обособяване на туристическите фирми в предоставянето на определен вид туристически услуги. Например, дадена туристическа база или хотел могат да се специализират за организиране на семейни почивки или за друг вид специфични услуги.

Кооперирането на туристически фирми е възможно по отраслов, междуотраслов, а също и по териториален принцип. Отрасловото коопериране предполага създаване на връзки между туристическите фирми

(например, две туристически бази да обслужват един туристически маршрут). Междуетрасловият принцип предполага коопериране между туристическата фирма и ресторантските услуги, с транспортни фирми и т.н.

За характеризирането на управлението на туристическата фирма, за степента на нейната рационалност, гъвкавост и мобилност, широта и дълбочина на участието в управлението на целия обслужващ персонал могат да бъдат използвани показателите за структурата на управленския персонал, участието на персонала в управлението и т.н. При анализа на структурата на управлението следва да се определя относителният дял на служителите, изпълняващи административни функции в сравнение с общата численост на персонала, относителният дял на служителите, заети в основното обслужване (в спомагателното обслужване) в сравнение с общия брой на служителите във фирмата. Този анализ позволява да се разкриват тенденциите за подобряване организацията в процеса на обслужването.

Важно място за мобилизиране на вътрешните ресурси на туристическата фирма има вътрешнофирмената стопанска сметка. Внедряването ѝ за отделни участъци позволява значително да се подобрят фирмените резултати. При това следва да се планират такива показатели, изпълнението на които пряко да зависят от екипа, работещ на тези участъци.

Икономическият анализ е невъзможен без обективни показатели, отразяващи реалното финансово, имуществено и друго състояние на нещата в конкретната фирма, а също така близките и далечните перспективи за нейното развитие. Обективните показатели дават информация по какъв начин да се усъвършенства дейността на фирмата за получаване на максимално възможна печалба при наличния потенциал от материални, парични и други ресурси. За целта се е необходимо да се извеждат определен брой икономически показатели, даващи обективна и точна характеристика за състоянието на фирмата. Те включват нейната печалба и загуби, промените в структурата на основните и оборотните фондове, в нематериалните активи, в обемите на продажбите и тяхната динамика, а също така в структурата на управлението на фирмата, в разчетите с дебиторите и кредиторите и т.н.

Показателите от икономическия анализ позволяват да се оценява както текущото състояние на фирмата, така и нейната проекция в близка и по-отдалечена перспектива. Видът им зависи от целите на конкретния потребител на икономическа информация.

Анализ на стопанската дейност на туристическата фирма може да се класифицира:

- *по обект на анализа (какво се анализира);*
- *по субект на анализа (кой анализира);*
- *по задачи на анализа;*
- *по обхват на сравненията (вътрешнофирмен и междуфирмен);*
- *по периодичност на анализа – периодичен (месечен, тримесечен, годишен, тригодишен) и еднократен (основни периоди – тримесечие и година);*
- *по време за провеждане (предварителен – за съставяне на плана, оперативен – при съставяне на плана, последващ – при отчитане на резултатите);*
- *по степен на обхвата на анализирания обект (пълен и подборен);*
- *по съдържание на анализа (комплексен и тематичен).*

Обекти на анализа могат да бъдат отрасли или подотрасли на туристическата индустрия, региони, фирми, отделни подразделения на предприятията, отделни категории от персонала.

Субекти на анализа могат да бъдат органите на държавното управление и икономически служби и институции от всички нива.

Задачите на анализа се отнасят до:

- *оценката на обосноваването на бизнес-плана;*
- *определянето на базовите показатели за прогноза на предстоящия период;*
- *оценката на резултатите от стопанската дейност и проверката на изпълнението на плана на фирмата с разкриване на причините за евентуалното неизпълнение (обективни и субективни);*
- *разкриването на резервите за повишаване конкурентоспособността на фирмата;*
- *прогнозиране на очакваните резултати, в това число и от иновационна дейност;*
- *подготовка на варианти за избор на оптимални управленски решения.*

Вътрешнофирменият анализ обхваща финансовата дейност на фирмата въз основа на счетоводния и управленския отчет. Основни негови задачи са: оценка на стопанската ситуация; разкриване на факторите и причините за това състояние; подготовка и обосноваване на съответни

управленски решения. Вътрешнофирменият анализ включва следните направления:

- *анализ на финансовите показатели* – целта на този анализ е да се оцени имущественото и финансовото състояние на фирмата, резултатите от нейната дейност в настоящия период, а също и възможностите в близка перспектива;
- *одит-анализ* – предназначен е за изработване на конкретни препоръки към мениджмънта с цел повишаване ефективността на фирмената дейност;
- *анализ на движението на продукта* – предназначен е да се оцени ефективността на отделните управленски решения, свързани с маркетинговата политика и др.;
- *анализ на използването на ресурсите* – целта е повишаване на ефективността на използването им.

В практиката на икономическия и финансовия анализ, като правило, се използват следните основни методики:

- *хоризонтален* (времеви) анализ – сравняване на всеки параметър с предходни периоди и определяне на основната тенденция и динамика;
- *вертикален* (структурен) анализ – определяне структурата на обобщаващите финансови показатели с разкриване влиянието на всяка позиция в отчета върху крайния резултат;
- *анализ на относителните показатели* (коефициенти) – определяне на взаимовръзката между показателите.

Пълният (комплексният) анализ предполага изучаването на всички видове дейности на туристическото предприятие и тяхната взаимовръзка, общата методика за разчета на основните показатели от финансовата дейност на фирмата за оценка на общото състояние на нещата чрез сравняване на разчетните показатели с някои експертни значения и определяне динамиката на нейното развитие. Резултатите се оформят във вид на пояснителни записки към годишния отчет.

Тематичният (локалният) анализ се ограничава в изучаване на отделни направления в дейността на туристическата фирма, т.е. той е част от комплексния анализ. Той включва специализирани методики по отделно подбран кръг показатели, позволяващи да се анализира някое от

направленията в дейността на фирмата с цел влизане с тях в конкретна форма на партньорски отношения.

Финансово-стопанската дейност на туристическите бази и хотели се характеризира със следните основни показатели:

- *брой на местата* (общо – в това число целогодишни, сезонни, собствени, арендувани);
- *поток обслужвани туристи* (брой, човеко-дни);
- *доходи*;
- *себестойност на обслужването*;
- *работни заплати*;
- *печалба*.

Дейността на туристическите бази и хотели, включваща строителство, реконструкция и капитален ремонт, се оценява с показателите за пускане в експлоатация на основните фондове, броя на новите места, обемните показатели на капиталното строителство и строително-монтажните работи, капиталния ремонт и благоустройство, а също и с показатели за труда на основния и спомагателния персонал.

Предварителният преглед на туристическото обслужване следва да се осъществява по най-важните показатели, характеризиращи общите показатели и ефективността на стопанската дейност на туристическите бази и хотели. Това позволява, без да се разкрива вътрешното съдържание на обобщаващите показатели и фактори, влияещи върху тях, най-общо да се охарактеризира дейността на туристическата фирма, свързана с поетите задачи и задължения, заложи в бизнес-плана, да се определи динамиката на показателите в сравнение с предишни периоди и т.н.

Показателите от организационно и материално-техническо ниво в дейността на туристическите бази и хотели определят използваните материални и трудови ресурси и органично съчетават материално-техническите и организационните фактори в сферата на туристическо-екскурзионното обслужване.

Задачите по анализа на материално-техническото ниво на туристическите бази и хотели се свеждат до изучаване на състава и динамиката на основните фондове и тяхното техническо състояние и определяне влиянието на използвания жилищен фонд върху обема на предоставяните услуги и другите показатели.

Икономическата ефективност от използването на основните фондове се характеризира чрез техния дял в стойността на предоставяните услуги.

Но при анализа на този показател следва да се отчита особеността на неговото формиране. Защото в процеса на включване в експлоатация на полуксозен жилищен фонд, на внедряване в дейността на туристическите бази на средства за автоматизация и компютързация сумата на ежегодната амортизация също нараства. Когато делът на амортизацията в себестойността на предоставяните услуги расте, то за осигуряване рентабилността на туристическата фирма е необходимо да се увеличава и стойността на обслужването.

Данните за наличието, движението и използването на основните фондове следва да се включват в годишния отчет на туристическата фирма. При изучаване на техническото състояние на основните фондове могат да се използват следните коефициенти:

- *коефициент на обновяване* (отношението на стойността на нововъведените основни фондове към общата стойност на основните фондове в края на годината);
- *коефициент на замяна* (отношението на стойността заменяните основни фондове към общата стойност на основните фондове в края на годината);
- *коефициент на износване* (отношението на сумата на начислената амортизация към първоначалната стойност на основните фондове);
- *коефициент на годност* (отношението на остатъчната стойност на основните фондове към първоначалната стойност).

Целесъобразно е да се пресмята скоростта на оборота на основните фондове, която представлява отношението на средногодишната стойност на основните фондове към сумата на амортизационните фондове, предназначени за пълното възстановяване.

Средногодишната стойност на основните фондове се определя както и в другите отрасли по данните за месечните отчети.

Показател, характеризиращ нивото на организационната дейност на туристическата база и хотели, е ритмичността в тяхната работа.

Финансово-стопанската дейност на туристическите фирми се характеризира чрез следните основни показатели:

- *брой на арендуваните бази и места;*
- *обем на предоставяните услуги (доходи);*
- *обем на обслужваните туристи;*

- *обем на обслужваните екскурзианти (брой на участниците в екскурзии);*
- *план на фонд-работна заплата;*
- *норматив на оборотните средства;*
- *печалба.*

Обемът на предоставяните услуги (доходите) е най-важният стойностен показател в сферата на туристическото обслужване. Съвместно с натуралните количествени показатели той характеризира усилията на туристическата фирма в туристическо-екскурзионното обслужване при нормална рентабилност в нейната дейност.

Предварителният анализ на резултатите от стопанската и организационната дейност на туристическата фирма изпълнява същите функции, както и предварителния анализ на дейността на туристическите бази и хотели.

Показателите за организационното и материално-техническото ниво в дейността на туристическите организации определят използването на материалните и трудовите ресурси и органически съчетават материално-техническите и организационните фактори в сферата на туристическо-екскурзионното обслужване.

Икономическият анализ на организационното и материално-техническото ниво в дейността на туристическите фирми е необходимо да се съчетава с анализа на състоянието на неговата материално-техническа база, която включва:

- *количеството и качеството на арендувания фонд за разполагане за обслужване на туристите (в хотели, в туристически бази, в частния сектор);*
- *количеството на разполагаемите (договорени) туристически транспортни средства;*
- *количеството на договорените места в самолети.*

В заключение смятаме, че нивото на лукса в обслужването има все по-нарастващо значение в дейността на фирмата. За увеличаване притока на чуждестранни туристи в България от решаващо значение е да се осигури ниво на качеството на услугите, отговарящо на световните стандарти, което да направи българският туризъм конкурентоспособен.

Литература:

1. Андреев ,О., Мениджмънт на проекти, “СОФТТРЕЙД”, 2006г., София
2. Гъргаров, Здравко и Маринова, Надя, Международен маркетинг, 2010г., София
3. Маринова, Надя, Управление чрез проекти за постигане на устойчиво развитие, Нов български университет, 2014г., София
4. Маринова, Надя, Каменов, К., Хаджиев Кр, Управленският процес и екипната дейност, Нов български университет, 2005 г., София
5. Маринова, Н. в съавторство, Мениджмънт и лидерство, Нов български университет, 2008 г., София
6. Коротков Э.М. Антикризисное управление. М. 2000
7. Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л. Предприятие в нестабильной экономической среде: риск, стратегии, безопасность. М. 1997
8. Gray C.F., Larson E.W. Project management. The managerial process. McGraw. Hill International Editions, 2000