

Фирм, имеющих лицензию на организацию индивидуальных и групповых туров для иностранных граждан, на территории Республики Беларусь всего 96, фирм, имеющих лицензию на организацию внутреннего туризма, всего 65. Фирм с лицензией на все виды туристской деятельности всего 32.

Кохно Ж., студентка Высшей школы туризма

ПЛАНИРОВАНИЕ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

На первом этапе планирования необходимо ознакомиться с существующим положением дел, что обуславливает необходимость изучения и анализа характеристик и общего направления развития страны; туристского спроса; туристского предложения.

Ситуация характеризуется противоречивостью действий в области экономического регулирования, падением курса белорусского рубля и снижением надежности финансовой системы.

Наиболее опасные тенденции в развитии экономики в 1996 г. связаны с усилением дисбаланса экспорта-импорта и одновременных ухудшением обменного курса белорусского рубля.

Совокупный импорт несколько снизился из-за ограничений в продаже СКВ и это очень жестко ударило по туристской отрасли.

Туристский спрос является прямым отражением экономической ситуации в стране. По данным статистики в 1994 г. 4,6 % населения Республики Беларусь считали, что живут в достатке, через год эта цифра составила 3,3 %. Год 1996 повторил ситуацию. Спрос на туристские услуги изменялся соответствующим образом. Поскольку точными данными о количестве белорусских туристов, выехавших в ту или иную страну, статистика не располагает, их можно вывести эмпирическим путем (что и попытались сделать студенты группы ДКП под руководством П.В.Жуковского).

Например, Болгария:

$$Q = C \times A,$$

где Q — количество туристов, C — количество рейсов, A — количество мест.

Вид транспорта:

Авиа	Автобусный	Железнодорожный
Бургас Варна	16 x 5 x 30 = 2400	12 x 10 x 36 = 4320
12 x 40 = 480		
36 x 160 = 5760		
24 x 160 = 3840		
Итого: 10080	2400	4320
Общая сумма: 16800		

Страна	Количество туристов
1. Болгария	16800
2. Крым	7500
3. Чехия	2250
4. Австрия	450
5. Кипр	4900
6. Турция	3600
7. Испания	2300
8. Италия	3500
9. Франция	1500
10. Греция	800

Туристское предложение определяют количество туристических фирм, транспорт, перечень стран, предлагаемых турфирмами, культурно-историческое наследие Республики Беларусь и т.д. Мы же остановимся на первых трех.

1) В 1996 г. активно осуществляло свою работу около 100 туристских предприятий. Перечень предлагаемых им направлений весьма разнообразен: от Республики Беларусь до Австралии, хотя большинство фирм располагало однотипным набором стран: Болгария, Турция, Украина, Испания, Республика Беларусь. Более крупные фирмы могли порадовать своих туристов и более экзотическими направлениями, к числу которых относятся страны Карибского бассейна, Юго-Восточная Азия, Африка, Океания и др. Наряду с такими известными фирмами, как Спутник, Алтан Тур, Белинтурист, Сакуб, Санны-Трэвэл, свои услуги предлагали и молодые фирмы: Мерлин Тур, Конвента Трэвел.

Наиболее активно для доставки туристов используются следующие виды транспорта: авиа, автобусный, железнодорожный. На сегодняшний день Белорусская Национальная авиакомпания располагает 15 самолетами, из которых 5 праны пригодными по международным стандартам для полетов за границу.

Сравнительно низкая покупательная способность основной массы населения еще долгое время будет способствовать высокой популярности автобусного туризма. Своим автотранспортом обзавелись Атлант Тур, Вест Тур, Голубая птица и ряд других фирм.

На сегодняшний день единственным монополистом в этой области является белорусская железная дорога. По железной дороге можно добраться в страны Европы (Польша, Венгрия, Болгария, Чехия, в Россию, Крым, Сочи, Одессу). Преимуществом железнодорожного вида транспорта являются более высокая комфортабельность, чем у автобусного и более низкие цены, чем у авиа. Но поезда идут не во все страны, активно предлагаемые на туристском рынке.

На следующем этапе планирования фирме необходимо решить, в качестве кого она будет работать на рынке: турагента или туроператора. В первом случае фирме необходимо выбрать себе одного или нескольких партнеров-туроператоров и продавать их туры. Планирование в этих условиях в основном касается рекламной кампании и приобретения оборотных средств. Планируется конкретный объем прибыли, обеспечивающий нормальное функционирование туристической фирмы.

Сложнее дело обстоит с туристскими фирмами, которые выступают на рынке как туроператоры. Планирование на таких предприятиях включает разработку продукта, ценовую политику, коммерческие условия сотрудничества с зарубежными туристскими фирмами; вопросы рекламной деятельности и др.

Бословяк С., студент Полоцкого государственного университета

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ДЛЯ ДИАГНОСТИКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ И БАНКРОТСТВА

В условиях перехода к новым экономическим отношениям банкротство предприятий становится объективным экономическим явлением и представляется вероятным исходом их хозяйственной деятельности.

Само признание экономической несостоятельности в качестве неотъемлемого элемента экономической жизни предполагает существование систе-