

ТУРИЗМ TOURISM



FTAMP 06.81.85

Р.Қ. Конуспаев, Т.Ж. Демесінов

*Ш. Уәлиханов атындағы Көкшетау мемлекеттік университеті, Көкшетау, Қазақстан
(E-mail: konuspaev@list.ru, demesinov.1973@mail.ru)*

Туристік ұйымдардағы қаржылық талдау мәселелері

Аннотация. Мақалада кәсіпорындағы қаржылық талдау мәселелері зерттеліп, туристік ұйымдардағы ерекшелігі анықталды, туристік қызметтің операциялық сегменттері бойынша пайдалылықты зерттеу ерекшеліктері талданды. Жалпы факторлы модельдеудің қағидаларын пайдаланып, туроператорлық қызмет көрсететін ұйымдарға және турагенттер үшін факторлы модель жасалды. Аталған модель негізінде сатудың жалпы түсімінің көлеміне факторлардың жиынтықты әсері есептелді. Туризм ұйымдарының туристік қызметтерді өткізу мысалында сату түсімін бағалау және болжау көрсеткендей, тәжірибелік қызмет шеңберінде қарастырылған әдістер кешені қысқа мерзімде сату түсімін басқару міндеттерін орындауға мүмкіндік береді. Турагенттік қызметпен айналысатын ұйымдарда туроператорды таңдау кезінде өздерінің қызметі шығынсыз бола алатын комиссияның минималды деңгейін анықтау мәселесі зерттеліп, туристік өнімді өткізуден маржиналды кірістің және туризм ұйымдарының операциялық қызметіндегі жанама шығындардың жоспарлы ағымдары қарастырылды.

Түйін сөздер: туризм, қаржылық талдау, факторлы талдау, турагент, туроператор, пайда, нарық.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2079-620X-2019-2-87-96>

Кіріспе. Қазақстан Республикасының теңдесі жоқ табиғи және мәдени әлеуетіне негізделген қазіргі заманғы туристік индустриясы туристік қызмет көрсетулердің халықаралық саудасы жүйесіне оңтайлы енуінің негізгі факторы болып табылады, сонымен қатар аталған қызмет аясы неғұрлым серпінді дамушы және салынған капиталдың қайтарымы жөнінен тиімді салалардың бірі болып табылады.

Туризм ұйымдарының қаржылық есептілігін және оны экономикалық талдауда қолдануды зерттеу туроператорлық және турагенттік қызметтердің мақсаттары мен қызметтерін, шығыстар мен кірістерін сыныптауды, аталған субъектілердегі маусымдық сипатты ескерудің ғылыми әдебиеттерде әртүрлі түсіндірілуін көрсетті, бұл жағдай қаржылық есептіліктің шынайылығын қамтамасыз ету және талдамалық есептеулерді жүргізуде мәселелердің туындауына әкеліп соғады.

Мәселенің қойылуы. Туризмдегі инвестициялық үрдістерді баяулататын себептердің біріне Қазақстандағы несиелік-қаржылық жағдайды ескере білетін, нақты туристік кәсіпорынды қаржылық-экономикалық талдаудың қазіргі заманғы әдістерімен, инвестициялау технологияларымен таныс жоғары кәсіби мамандардың жеткіліксіз болуы жатады. Қазіргі уақытта инвестициялармен жұмыс істеудің қазіргі заманғы технологияларын пайдалануға қабілетті, сондай-ақ қаржылық-экономикалық талдау әдіснамасын нақты отандық жағдайларға бейімдей алатын мамандардың бар болуы бұл салаға қаржы-қаражат тартудың

негізгі алғышарттарының бірі болып табылады.

Мақсаттары. Зерттеу мақсатына кәсіпорындағы қаржылық талдау мәселелері зерттеп, қаржылық есептілікті талдаудың туристік ұйымдардағы ерекшелігін анықтау, туристік қызметтің операциялық сегменттері бойынша пайдалылықты зерттеу ерекшеліктерін талдау жатады. Жалпы факторлы модельдеудің қағидаларын пайдаланып, туроператорлық қызмет көрсететін ұйымдарға және турагенттер үшін факторлы модель жасау және аталған модель негізінде сатудың жалпы түсімінің көлеміне факторлардың жиынтықты әсерін есептеу болып табылады.

Тарихы. Басқарудың негізгі мақсаттарының бірі болып біршама көрсеткіштер мен модельдерді бағалау, диагностикалау, жобалау жолымен ұйымның тиімді қызмет етуінің даму беталыстары мен заңдылықтарын айқындау болып табылады. Кәсіпорын қызметінің тиімділігін талдаудың ілімдік және әдістемелік негіздерінің қалыптасуына келесі ғалымдардың жұмыстары әсер етті: Дүйсембаев К.Ш., М.И.Баканова, Л.А.Бернстайн, В.В.Ковалев, Г.В.Савицкая және т.б. Сонымен қатар А.В.Зонова, В.Ф.Палий, Е.Л.Шуремов, Ю.П.Маркин, К.Карлберг сияқты ғалымдардың еңбектерінде факторлық талдау мәселелері, іскер тәуекелдердің ұйымдардың соңғы қаржылық нәтижелеріне әсерін есепке алу мәселелері жан-жақты зерттелген.

Зерттеу әдістері. Зерттеу әдістері ғылыми абстракция және экстраполяция, индукция және дедукция әдістері болып табылды. Ілімдік ережелерді негіздеу жалпы ғылыми әдістер мен тәсілдерді, талдау және синтездеу әдісін, жүйелі және кешенді тәсілдерді қолдану негізінде жүзеге асырылды, ресми статистикалық материалдар мен интернет желісінің ақпараттық әлеуетінен басқа жеке бақылаулар мен қорытындылардың деректері пайдаланылды.

Нәтижелер және оларды талқылау. Турбизнес ұйымдарының қызметі маусымдық сипатқа ие. Туристік маусым - сәуір айынан қазан айына дейін жалғасады (демалыс уақыты). Өнімді өткізуден түскен түсімнің маусымдық ауытқуларын талдау, маусымдық толқынның конфигурациясын анықтауға, маусымдық ауытқуларды өлшеуге және маусымдық толқынның болашақта өзгеруін анықтауға бағытталған. Динамика қатарларының деңгейінің өзгеруі өнімді өткізуден түскен түсім көлеміне әртүрлі ықпал ететін көптеген факторлардың әсер етуімен жүзеге асады [1, 404 б.].

Бір факторлар өнімді өткізуден түскен түсімге тұрақты әсер етіп, негізгі тенденция (трендті) қалыптастырады. Мұндай факторларға келесілерді жатқызуға болады:

- халықтың демографиялық сипатының өзгеруі;
- технологиялық және экономикалық даму;
- халықтың ақшалай табыстарының өзгеруі және т.с.с.

Басқа факторлар мерзімді өзгермелі және кездейсоқ ықпал етеді. Маусымдық эффектін мысалы ретінде мейрамдар, демалыстар қарсаңында өткізу көлемінің артуын (мерзімді өзгеріп отыратын) келтіруге болады. Мемлекеттің қаржы және салық саясатындағы өзгерістер, ауа райының бұзылуы кездейсоқ факторлардың өзгеруінің мысалы болып табылады.

Талдауды бастауға дайындық кезеңі бухгалтерлік баланстағы кірістер мен шығындар есебіндегі, ақша қаражаттар қозғалысы есебіндегі эмпирикалық материалға қажетті өзгерістерді орындаудан тұрады. Бірінші кезеңде көрсеткіштер құрылымын есептеу (тік талдау жүргізу) және көрсеткіштер өзгерістерінің динамикасын есептеу (көлденең талдау) қажет [2, 264 б.].

Пайда сандық көрсеткіш ретінде ұйымның қаржылық жағдайын бағалауда кеңінен пайдаланылады. Дегенмен пайда көрсеткішінің бірқатар кемшіліктері бар (пайда есептеу алгоритмі бухгалтерлік есеп мәліметтерін пайдаланушылардың мақсаттарына, туристік ұйымдардың қызметінің бағыттарына, шығыстар мен кірістер көрсеткіштерін бағалау мен есепке алу әдістеріне тәуелді) [3, 211 б.].

Талдау жүргізуде туризм ұйымдарының пайдасының көрсеткіші кірістер мен шығыстардың айырмасы ретінде анықталады:

$$\Pi = \sum_{i=1}^n SK - \sum_{i=1}^n Ш, \quad (1)$$

мұндағы Π – пайда;

K – кіріс;

$Ш$ – шығыс.

Тік талдау пайданың құрамындағы құрылымдық өзгерістерді анықтауға мүмкіндік береді және әрбір позицияның жалпы нәтижеге әсерін келесі аддитивті модельді қолдану арқылы көрсетеді:

$БП = (ЖТто+ЖТта+ЖТду - Шупр. - Ш ком.)+Коп - Шоп$

БП – бухгалтерлік пайда;

ЖТто – туроператорлық қызметтен жалпы табыс;

ЖТта – агенттік қызметтен жалпы табыс;

ЖТду – қосымша туристік қызмет көрсетуден жалпы табыс;

Шупр. – басқару шығыстары;

Ш ком – сату шығыстары;

Коп – операциялық кірістер;

Шоп – операциялық шығыстар;

«Сегменттер бойынша есептілік» ХҚЕС-ғы сегменттер бойынша есептіліктегі ашып көрсету талаптары қызмет түрлерінің аймақтары деңгейінде бухгалтерлік есеп пайдаланушыларына бағытталған. Бухгалтерлік есеп пайдаланушыларына қызметті нақты бағалауға және пайда алудағы тәуекелдерді анықтауға (мысалы, туристік өнімге сұраныстың төмендеу нәтижесінде) ақпарат қажет. «Сегменттер бойынша есептілік» ХҚЕС-да сегмент деп ұйымның белгілі бір деңгейдегі (өнім түрлері бойынша, географиялық аймақтар) қызметінің бөлігі түсініледі. Жоғарыда айтылғандай туристік қызметте операциялық сегменттер ретінде пайда алудың әртүрлі тәуекел деңгейі бар бөлшектер есептеледі:

- туроператорлық қызмет;

- турагенттік қызмет;

- қосымша туристік қызметтер көрсету бойынша қызмет (авиа және теміржол билеттерін сату, туристік тауарлар сату және т.б.).

Жоғарыда аталған қызмет түрлерінен алынған кірістер мен шығыстар алынған кірістедің мәнділік деңгейіне қарамастан негізгі қызмет түрлерінен алынған кірістерге, ал қалғандары операциялыққа жатады. Қызметтің маусымдық сипатын ескере отырып, туризм ұйымындағы әрбір есептік кезеңге мәнділік деңгейін дербес анықтай алады және оны есеп саясатында бекіте алады. Туроператорлық қызмет жүргізу және қосымша туристік қызметтер көрсету нәтижесінде алынған жалпы пайда (ЖТто) туристік өнімдерді сатудан немесе қызметтер көрсетуден және сатылған туристік өнімдерден түскен түсім (N) мен туристік қызметтердің өзіндік құнының (C) айырмасын құрайды:

$$ЖТто = N - C \quad (2)$$

Егер ұйымдар турагенттік қызмет жүргізсе және туристік жолдамаларды сату сатып алу шарттары бойынша жұмыс істесе жалпы табыс туристік жолдамаларды сату түсімі

(Np) мен олардың сатып алу құнының (ПС) айырмасы ретінде анықталады:

$$ЖТ_{та} = Np - ПС \quad (3)$$

Делдалдық келісімшарттар бойынша жұмыс істейтін туристік ұйымдарды жалпы пайда туристік жолдамаларды өткізуден алынған сыйақылар сомасынан құралады:

$$ЖТ_{та} = Np = К \quad (4)$$

Туризм ұйымдарында маусымдық сипаттағы қызметке байланысты, сонымен қатар кірістерді бөлудің біртекті болмауына байланысты есептік кезең ішінде көрсеткіштердің салыстырмалылығы қамтамасыз етілмейді, мұндай жағдай шығыстарға қатысты да орын алады.

Туризм ұйымдарын басқарудың негізгі міндеттерінің бірі қызмет ету үрдісін бейнелейтін модельдер мен көрсеткіштер қатарын болжау және бағалау жолымен заңдылықтар мен тенденцияларды анықтау болып табылады. Бірқатар міндеттерді орындау үшін салыстымалы көрсеткіштерді қолданған дұрыс. Мысалы, рентабельділік көрсеткіштері алынған нәтижені шығындармен немесе пайданы алуға жұмсалған ресурстармен салыстыруға мүмкіндік береді. Туризм ұйымдарының қызметінің сандық және сапалы жақтарын бағалайтын әртүрлі модельдерді рентабельділік көрсеткіштерін есептеуде қолдануға болады.

Осылайша, туризм ұйымдарының қызмет ету нәтижелелігі рентабельділік және пайда көрсеткіштерімен бағаланады. Сонымен бірге түсім рентабельділіктің өзгеруіне әсер ететін негізгі фактор болып табылады.

Факторлы талдау есеп кезеңіндегі сату түсімінің көлеміне базистік кезеңмен салыстырғандағы факторларды анықтау және бағалауды қарастырады[4, 52 б.].

Жалпы факторлы модельдеудің қағидаларын пайдаланып, туроператорлық қызмет көрсететін ұйымдарға келесі факторлы модель жасаймыз:

$$R = \Pi / (S + C_{об}) = (\Pi / Np) / (S / Np + C_{об} / Np) = ((Np - C) / Np) / (S / Np + C_{об} / Np) = (1 - (3 \text{ пр.} / Np + U / Np + A_{м} / Np + P_{ком.} / Np + P_{упр} / Np)) / (S / N + C_{об} / N) = (1 - (3 \text{ пр.} / Np + U + A + P_{ком.} / Np + P_{упр} / Np)) / (Fe + Kз), \quad (5)$$

Мұндағы, S – негізгі құралдардың құны,

C_{об} – айналым активтерінің құны,

Np – сатудан түскен түсім,

C – турөнімдердің өзіндік құны,

3 пр. – туристік қызметтер көрсетуге құқытар алу шығындары,

3 е. – құндық формада еңбек сыйымдылығын бейнелейтін өнімнің еңбекақысыйымдылығы,

A_{е.} - өнімнің амортизация сыйымдылығы,

P_{ком.} – турагенттерге комиссиялық төлемдер шығындары,

P_{упр.} – басқару шығыстары,

Fe – қорсыйымдылығы,

Kз.- айналым құралдарын бекіту коэффициенті.

Турагенттер үшін келесі факторлы модель жасалған:

$$R = \Pi / (S + C_{об}) = (\Pi / Np) / (S / Np + C_{об} / Np) = (Np - C / Np) / (S / Np + C_{об} / Np) = (1 - (3 / Np + A_{м} / Np + P_{рек.} / Np + P_{пр} / Np)) / (S / N + C_{об} / N) = (1 - (3e. + Ae. + Pe. + P_{пр} / Np)) / (Fe + Kз), \quad (6)$$

Мұндағы, Ре. – турлардың жарнамасыйымдылығы,
Рпр. – басқа да шығыстар.

Берілген модель бойынша ұйымның пайдаланылған ресурстарының ұйым қызметінің соңғы нәтижесіне әсері талданады.

Сонымен, «А» пансионатына жолдамалар сатудан сыйақылар мен «А» пансионатына қосымша туристік қызметтер (конференциялар ұйымдастыру, корпоративті клиенттерге ин센сивтік турлар ұйымдастыру) көрсету сыйақылары маусымдық сипатта. Соңғыларының ұлғаю жағына өзгеруі маусымаралық кезеңде жүзеге асқан. Корпоративтік қызметтерге келісімшарттар жасау туризм ұйымына «А» пансионатының бірқалыпты жүктелуі мәселесін шешуге мүмкіндік берді.

Басқа туроператорларға және турагенттерге турларды сату бойынша келесі жолдар көрсетеді: «Комиссия келісімшарты бойынша басқа да жолдамаларды сату», «Сату сатып алу келісімшарты бойынша басқа да жолдамаларды сату». Сату маусымына байланысты олардың үлесі 6,5-12% өзгереді, бұл қызмет аясының кеңеюін көрсетеді, тек қана комиссия келісімшартымен ғана емес, сату сатып алу келісімшарты бойынша да контрагенттермен қатынастар құрады. Алайда соңғы келісімшарт бойынша ҚҚС есептеумен байланысты туризм ұйымының басшылығы сауда қызметін шектеуге шешім қабылдады.

Көптеген туризм ұйымдары өз қызметін турагенттіктен бастайды, кейіннен туроператор ретінде нарықта жұмыс істеуді жүзеге асырады. Басшылықтың мұндай шешіміне қарамастан келісімдердің нәтижелерін бағалай отыра мұндай қызмет түрінің болашақта перспективті екенін көруге болады. Факторлы талдау жүргізу үшін келесі аддитивті модельді қолданамыз:

$$B = B_{п} + B_{ду} + B_{к} + B_{т} + B_{о}, \quad (7)$$

Мұндағы, B – жалпы сатулардың жалпы түсімі;

$B_{п}$ – «А» пансионатына жолдамаларды сатудан түскен түсім;

$B_{ду}$ – «А» пансионатына қосымша қызметтер көрсетуден түскен түсім;

$B_{к}$ – комиссия келісімшарты бойынша жолдамаларды сату түсімі;

$B_{т}$ – сату сатып алу келісімшарты бойынша жолдамаларды сату түсімі;

$B_{о}$ – туроператорлық қызметтен түсім.

Факторлық талдау тәсілі ретінде абсолюттік айырмалар тәсілін қолданамыз. Талдау нәтижелері 1 кестеде берілген.

Туризм ұйымының қызметіне ең оң әсер еткен жылдың төртінші тоқсанында туроператорлық қызметті бастау болып табылады, бұл түсімді 24129 мың теңгеге ұлғайтқан.

«А» пансионатымен ынтымақтастық екінші – үшінші тоқсандарда түсімді ұлғайтқан негізгі фактор болып табылады (фактордың үлес). Берілген фактор салмағы сәйкесінше 82,78 және 86,3 п жылдың 4 тоқсанында n-1 жылдың 4 тоқсанымен салыстырғанда теріс әсер берген. «А» пансионатына жолдамалар сатудан түсім). 278,55 мың теңгеге азайған (әсер етуінің үлес салмағы 1,01

Түсімнің өзгерісіне теріс әсер агенттік келісімдер бойынша жолдамаларды сатуға байланысты ұйымның қызметінің шектелуіне байланысты сату кезеңдерінде байқалады. Егер келісімшарттар түрлері бойынша бөлу жасамаса онда бұл фактордың әсері сату сатып алу келісімшарты бойынша жолдамаларды жүзеге асыру түсімінің оң өзгерісімен жабылады.

Сатудың жалпы түсімінің көлеміне факторлардың жиынтықты әсері

| Фактор | Абсолюттік әсер ету көлемі, мың.тг | | | Әсер етуінің үлес □ салмағы, | | |
|--|------------------------------------|---------|----------|------------------------------|-------|-------|
| | n/n+1 | n/n+2 | n/n+3 | n/n+1 | n/n+2 | n/n+3 |
| Вп | 6836,85 | 6007,5 | - 278,55 | 82,78 | 86,30 | -1,01 |
| Вду | 171 | - | 2484 | 2,07 | - | 9,01 |
| Вк | 180 | - 274,5 | 472,5 | 2,18 | -3,94 | 1,71 |
| Вт | 1071 | 1228,5 | 756 | 12,97 | 17,65 | 2,74 |
| Во | - | - | 24129 | - | - | 87,54 |
| Жиыны | 8258,85 | 6961,5 | 27562,95 | 100 | 100 | 100 |
| Ескерту - «Gold Travel» ЖШС мәліметтері негізінде авторлармен құрастырылды | | | | | | |

n жылының екінші тоқсанындағы сату түсімінің жалпы өзгерісі n – 1 жылымен салыстырғанда 8258,85 мың теңгені құраған; сол кезеңнің үшінші – төртінші тоқсандарында сәйкесінше 6961,5мың тг. және 27562,95 мың тг.

Нарықтағы қызметті алтыншы жыл атқарып жатқан ұйым үшін ол жоғары көрсеткіш.

Сату түсімінің динамикасын талдау нәтижелерінен туризм ұйымының түсімін болжауға болады. Алынған тренд моделі көрсеткендей туризм ұйымы қалыптасу кезеңінде болып табылады, кейінгі қызмет кезеңдерінде сату түсімінің ұлғаюы көрінеді. Түсімнің негізгі түсуі демалыстың жазғы және қысқы кезеңдері болып табылады. Түсімнің ең төменгі көрсеткіштері «өлі маусымдарда» - қыркүйек – қазан және наурыз – сәуірде күтілуде. Нарықта тұрақты жағдайды қамтамасыз ету үшін туризм ұйымы біртіндеп турагенттік қызметтен туроператорлық қызметке ауысуы қажет.

Туризм ұйымдарының туристік қызметтерді өткізу мысалында сату түсімін бағалау және болжау көрсеткендей, тәжірибелік қызмет шеңберінде қарастырылған әдістер кешені қысқа мерзімде сату түсімін басқару міндеттерін орындауға мүмкіндік береді. Алайда құрылған модельдер ұзақ мерзімді кезеңде зерттелетін көрсеткіштің дамуын нақты бейнелей алмайды. Ұзақ мерзімді кезеңде сату түсімін болжау және талдау талдаудың арнайы әдістерін қолдануды талап етеді, бұл әдістер адекватты модельдер мен сату нәтижелерін алуға бағытталған және нақты экономикалық факторларға және салалық ерекшеліктерге сәйкес болуы керек.

Белгісіздік толығымен объективті категория, оны жою емес, өлшеу қажет. Бұл үшін туризм ұйымдарының қызметінің соңғы қаржылық нәтижелерінің іскер тәуекелдер деп аталатын ішкі және сыртқы факторлар әсерімен сату жоспарларының бағалық және көлемдік параметрлерінің мүмкін болашақ өзгерістеріне сезімділік талдау әдістері қолданылады [5, 400 б.].

Туризм ұйымдарының негізгі іскер тәуекелдер жіктемесі келесі түрде болады:

- сыртқы саяси (визалық режим);
- сыртқы экономикалық (валюталар курсы);
- ішкісаяси (әскери қақтығыстар);
- әлеуметтік-экономикалық (халықтың туристік қызметтерге төлем-қабілетті сұраныстарының қызметтері);
- өткізушілік (туризм ұйымдарының блоктармен сатып алатын қызметтерінің бір бөлігінің қажет болмауына байланысты жоғалтулар);
- сапасыз қызмет ету;
- ұйымдастырушылық;
- технико-технологиялық (ұйымдастырушылық техниканың жұмысын-дағы, бағдарламалық қамтамасыз етудегі, телекоммуникация құралдарындағы тоқтаулар,);
- пайдаланушылық-өндірістік(жалдық төлемнің жоғарылауы).

Қаржылық тұрғыдан іскер тәуекелдер туристік өнімді коммерциялық өткізуден түсімді толық алмауға немесе туризм ұйымдарының жоспарланған деңгейлерге қатысты тура немесе жанама шығындарының болжамдаған өсіміне әкеледі. Тәуекелдердің негативті салдары біруақытта пайда болып, жиынтықты теріс әсер берген кезде туризм ұйымдары үшін қиын кезең туындайды.

Қаржылық жоспарлаудың негізгі құралы ретінде бизнес жоспардың бағалық және көлемдік параметрлеріне тәуелді инвестициялық операциялық және қаржылық қызметтен ақша ағымдарының динамикалық моделі есептеледі. Іскер тәуекелдердің ұйымдардың соңғы қаржылық нәтижелеріне әсерін есепке алу жоспарлы кезеңнің барлық немесе бірнеше қадамдарында ақша қаражаттарының келуін азайтатын және кетуін ұлғайтатын модельдің параметрлерін бір ізді және бірге өзгерту жолымен жүзеге асырылады [6, 314 б.].

Коммерциялық тиімділік көрсеткіштері (таза дисконтталған кіріс және ішкі кірістілік нормасы) маусымдық ауытқуларды ескеретін модельмен есептелген кезде сәйкес шығыс модельдеріндегі өзінің базалық мәндерінен төмен болып шығады, ал үлкен өзгерістер кезінде ұйымдардың шығынсыз қызмет шекарасынан шығып кетуі мүмкін (бұл жағдайда таза кіріс теріс мәнге ие болады ал ішкі кіріс нормасы жоқтың қасы).

Туризм ұйымдарында сатуларды басқаруда өндірістік қуаттылық, яғни, сату көлемінің «минималды – максималды» шекара шегінде туристік өнімдерді өткізуді бағалау үлкен мән-ге ие болады. Минималды шығынсыз көлеммен салыстыру ұйымның «қауіпсіз» дәрежесін немесе аймағын бағалауға мүмкіндік береді және «қауіпсіздіктің» теріс мәні кезінде туристік өнімдердің жекелеген түрлерін өндірістен алуға, қызмет көрсету шарттарын өзгертуге және сол арқылы шығыстарды азайтып, турларды жабуға мүмкіндік береді.

Қол жеткен шығарылым көлемін ұйымның өндірістік әлеуетімен анықталатын максималды көлеммен салыстыру ұйымның қызметтеріне сұраныс ұлғайған және ұйымның нарықтағы үлесі өскен жағдайда сату көлемінің ұлғаюы кезінде пайданың өсу мүмкіндігін бағалауға мүмкіндік береді. Турагенттік қызметпен айналысатын ұйымдарда туроператорды таңдау кезінде өздерінің қызметі шығынсыз бола алатын комиссияның минималды деңгейін анықтау қажет.

Комиссияның минималды көлемі маржиналды кіріс шамасын пайдалану арқылы есептелуі мүмкін. Комиссияның минималды көлемі келесідей анықталады:

$$K_{\text{мин}} = \text{Спост./md} * 100 \% = \text{Спост./PQ} * 100 \%, \quad (8)$$

$$\text{Мұндағы, md} = (pQ) * K / 100$$

Комиссия көлемі нарық конъюктурасына байланысты болады, мысалы, егер шетелдік турларда ел ішіндегі саяхаттарға қарағанда жоғары баға бекітілсе, онда кірістер мен шығыстардың теңдігінің шекті нүктесі комиссия мәнінің едәуір төмен мәнінде қол жеткізіледі, бұл шетелдік турларға сұранысты сақтай отыра пайда аймағын кеңейтуге әкеледі. Сонымен қатар, шетелге сатылатын турлар көлемі мен ел ішіндегі сатулардың әртүрлі кезеңдердегі арақатынасын ескеру қажет, демалыстар мен каникулдар кезеңінде жоғарырақ комиссия деңгейін бекітуге болады.

Ұйымның шығынсыз жұмысының шекарасын анықтау болашақ бағалық және көлемдік параметрлерінің мүмкін өзгерістеріне байланысты ақша ағымдары моделінің сезімділік талдауының басты қолданбалы міндеті болып табылады. Мұндағы негізгі күрделілік келесіде болып табылады: болжау кезінде ондаған немесе жүздеген параметрлер есептеледі, олардың өзгеруі мүмкін шекаралары жоспарлы перспективада белгісіз болып табылады. Сондықтан, анықталған міндетті орындауда тура тәсілді жүзеге асыру тәжірибеде өте қиын болып табылады.

Туристiк өнiмдi өткiзуден маржиналды кiрiстiң және туризм ұйымдарының операциялық қызметiндегi жанама шығындардың жоспарлы ағымдарын қарастырайық. Iскер тәуекелдердiң жиынтықты негативтi әсерi бiрiншi ағымның жоспарсыз азаюынан және екiншi ағымның болжамсыз ұлғаюынан көрiнедi. Базалық деңгейдегi ағымнан ауытқуды өлшеу үшiн өлшемсiз көбейткiштi, яғни, маржиналды кiрiс «редукторын» (бiрiншi жағдайда) немесе жанама шығындар «акселераторын» (екiншi жағдайда) олардың жоспарлы құрылымын сақтай отыра енгiземiз.

Жанама шығындар акселераторын 1 деп алып маржиналды кiрiс редукторын таза кiрiстiң есептiк мәнi 0-ге тең болғанша азайтамыз, мысалы редуктордың алынған мәнi 0,8-ге тең болсын. Мұндай жағдайда туристiк фирманың қызметi жоспарлы кезеңде жанама шығындардың базалық деңгейiнiң тұрақтылық азаюында жағдайында iскер тәуекелдерiнiң әсерiмен маржиналды кiрiстiң 20 шығынсыз болып табылады деп қорытынды жасауға болады. Маржиналды кiрiстiң базалық деңгейiнiң өзгермеуi жағдайында жанама шығындардың жiберiлетiн өсiмiнiң шекарасы аталған тәсiлмен анықталады. Яғни, бiрлiктi маржиналды кiрiс редукторында жанама шығындар акселераторын таза кiрiстiң есептiк мәнiнiң 0-ге дейiн айналуына дейiн ұлғайтуға болады.

Тәжiрибе көрсеткендей, егер маржиналды кiрiстiң шектi деңгейi 0,85-тен аспаса, ал жанама шығындар акселераторының шектi мәнi 1,2-ден төмен болмаса туристiк ұйым iскер тәуекелдерге қажеттi «иммунитет» алады.

Тұжырымдар

1. Туристiк қызметте операциялық сегменттер ретiнде пайда алудың әртүрлi тәуекел деңгейi бар бөлшектер есептеледi: туроператорлық қызмет; турагенттiк қызмет; қосымша туристiк қызметтер көрсету бойынша қызмет (авиа және темiржол билеттерiн, туристiк тауарлар сату және т.б.).

2. Туризм ұйымдарында маусымдық сипаттағы қызметке байланысты, сонымен қатар кiрiстердi бөлудiң бiртектi болмауына байланысты есептiк кезең iшiнде көрсеткiштердiң салыстырмалылығы қамтамасыз етiлмейдi, мұндай жағдай шығыстарға қатысты да орын алады.

3. Сату түсiмiнiң динамикасын талдау нәтижелерiнен туризм ұйымының түсiмiн болжауға болады. Алынған тренд моделi көрсеткендей туризм ұйымы қалыптасу кезеңiнде болып табылады, кейiнгi қызмет кезеңдерiнде сату түсiмiнiң ұлғаюы көрiнедi. Түсiмнiң негiзгi түсiуi демалыстың жазғы және қысқы кезеңдерi болып табылады. Түсiмнiң ең төменгi көрсеткiштерi «өлi маусымдарда» - қыркүйек – қазан және наурыз – сәуiрде күтiлуде. Нарықта тұрақты жағдайды қамтамасыз ету үшiн туризм ұйымы бiртiндеп турагенттiк қызметтен туроператорлық қызметке ауысуы қажет.

4. Туризм ұйымдарында сатуларды басқаруда өндiрiстiк қуаттылық, яғни, сату көлемiнiң «минималды – максималды» шекара шегiнде туристiк өнiмдердi өткiзудi бағалау үлкен мәнге ие болады. Минималды шығынсыз көлеммен салыстыру ұйымның «қауiпсiз» дәрежесiн немесе аймағын бағалауға мүмкiндiк бередi және «қауiпсiздiктiң» терiс мәнi кезiнде туристiк өнiмдердiң жекелеген түрлерiн өндiрiстен алуға, қызмет көрсету шарттарын өзгертуге және сол арқылы шығыстарды азайтып, турларды жабуға мүмкiндiк бередi.

Әдебиеттер тiзiмi

- 1 Зонова А.В. Бухгалтерский учет и анализ: учеб. пособие / Зонова А.В. Адамайтыс Л.А. - Москва : Эксмо, 2015 . - 502 с.
- 2 Захарьин В.Р. Учет готовой продукции и реализации : справочник бухгалтера - М. : Эксмо, 2014 . - 267 с.
- 3 Палий В.Ф. Управленческий учет издержек и доходов (с элементами финансового учета)

та) / Палий Виталий Федорович - М. : ИНФРА-М, 2012 . - 277, [1] с.

4 Шуремов Е.Л. Модели и методы решения типовых задач экономического анализа: учебное пособие / Шуремов, Е. Л. Заложнев, А. Ю. - М.: Бухгалтерия и банки, 2015 . - 152 с.

5 Маркин Ю.П. Экономический анализ : учеб. пособие для вузов / Маркин Юрий Павлович—3-е изд, стер. - Москва: Омега-Л, 2011 . - 448, [2] с.

6 Карлберг К. Бизнес-анализ с помощью Microsoft Excel / Карлберг, Конрад— 2-е изд., испр. . - М. [и др.] : Вильямс, 2017 . - 459 с.

Р.Қ.Конуспаев, Т.Ж.Демесинов

Кокшетауский государственный университет им. Ш. Уалиханова, Кокшетау, Казахстан

Проблемы финансового анализа в туристических организациях

Аннотация. В статье изучены проблемы финансового анализа на предприятии, определены особенности в туристических организациях, проанализированы особенности исследования прибыльности по операционным сегментам туристской деятельности. С использованием принципов общеклассического моделирования разработана факторная модель для организаций, оказывающих туроператорские услуги и турагентов. На основе данной модели рассчитано суммарное влияние факторов на объем валовой выручки продаж. Как показывает оценка и прогноз выручки от продаж организаций туризма на примере реализации туристских услуг, комплекс методов, предусмотренных в рамках практической деятельности, позволяет выполнять задачи управления выручкой продаж в кратчайшие сроки. При выборе туроператора в организациях, занимающихся турагентской деятельностью, был изучен вопрос определения минимального уровня комиссии, деятельность от которой может быть безубыточной, рассмотрены плановые потоки маржинальных доходов от реализации туристского продукта и косвенных расходов в операционной деятельности организаций туризма.

Ключевые слова: туризм, финансовый анализ, факторный анализ, турагент, туроператор, прибыль, рынок.

R.K.Konuspayev, T. Zh.Demessinov

Sh. Ualikhanov Kokshetau State University, Kokshetau, Kazakhstan

Problems of financial analysis in tourist organizations

Abstract. The article studies the problems of financial analysis at the enterprise, the features in tourist organizations are identified, the features of the study of profitability in the operational segments of tourist activity are analyzed. A factor model has been developed for organizations providing tour operator services and travel agents, using the principles of general-factor modeling. On the basis of this model, the total influence of factors on the volume of gross sales is calculated. As shows the assessment and forecast of revenue from sales of tourism organizations on the example of the implementation of tourist services, a set of methods provided in the framework of practice, allows you to perform the task of managing sales revenue in the shortest possible time. When choosing a tour operator in organizations engaged in travel Agency activities, the issue of determining the minimum level of the Commission, the activities of which can be break-even, considered the planned flows of marginal revenues from the sale of tourist product and indirect costs in the operating activities of tourism organizations.

Keywords: tourism, financial analysis, factor analysis, travel agent, tour operator, profit, market.

References

- 1 Zonova A.V. Buhgalterskij uchet i analiz : ucheb. Posobie[Accounting and analysis : studies. benefit] / Zonova A.V.,Adamajtis L.A.- Moskva : Jeksmo, 2015 . - 502 s.
- 2 Zahar'in V.R.Uchet gotovoj produkcii i realizacii : spravochnik buhgaltera[Accounting of finished products and sales : accountant's guide] - M. : Jeksmo, 2014 . - 267 s.
- 3 Palij V.F. Upravlencheskij uchet izderzhek i dohodov (s jelementami finansovogo ucheta) [Management accounting of costs and revenues (with elements of financial accounting)]/ Palij, Vitalij Fedorovich - M. : INFRA-M, 2012 . - 277, [1] s.
- 4 Shuremov E.L. Modeli i metody reshenija tipovyh zadach jekonomicheskogo analiza : uchebnoe posobie [Models and methods of solving typical problems of economic analysis : textbook]/ Shuremov, E. L. Zalozhnev, A. Ju. - M. : Buhgalterija i banki, 2015 . - 152 s.
- 5 Markin Ju.P. Jekonomicheskij analiz : ucheb. posobie dlja vuzov[Economic analysis : studies. textbook for universities] / Markin, Jurij Pavlovich–3-e izd, ster. - Moskva : Omega-L, 2011 . - 448, [2] c.
- 6 Karlberg K. Biznes-analiz s pomoshh'ju Microsoft Excel [Business analysis using Microsoft Excel]/ Karlberg, Konrad– 2-e izd., ispr. . - M. [i dr.] : Vil'jams, 2017 . - 459 s.

Сведения об авторах:

Конуснаев Р.Қ. - экономика ғылымдарының кандидаты, «Қаржы және менеджмент» кафедрасының доценті, Ш. Уәлиханов атындағы Көкшетау мемлекеттік университеті, Абай көшесі 76, Көкшетау, Қазақстан.

Демесінов Т.Ж. - экономика ғылымдарының кандидаты, «Қаржы және менеджмент» кафедрасының профессоры, Ш. Уәлиханов атындағы Көкшетау мемлекеттік университеті, Абай көшесі 76, Көкшетау, Қазақстан.

Конуснаев Р.К. - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и менеджмент» Кокшетауского государственного университета им. Ш. Уалиханова, ул Абая, 76, Кокшетау, Казахстан.

Демесинов Т.Ж. – кандидат экономических наук, профессор кафедры «Финансы и менеджмент» Кокшетауского государственного университета им. Ш. Уалиханова, ул Абая, 76, Кокшетау, Казахстан.