

УДК 332:338.48

*Д. Ю. Ермилова*

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», Москва,  
e-mail: d.ermilova@gmail.com

*Н. В. Грищенко*

ФГБОУ ВО «Академия гражданской защиты Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий имени генерал-лейтенанта Д.И. Михайлика», Химки,  
e-mail: n.grishchenko@amchs.ru

## **ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Ключевые слова:** информация, обеспечение, планирование, деятельность, туризм, предприятие, показатель, аудит, потоки, система.

В статье сделаны предложения по информационному обеспечению планирования деятельности туристских предприятий. Установлено, что на туристских предприятиях традиционный внутренний механизм управления, как правило, сосредотачивается в местах возникновения разнообразной информации, и до сих пор не может быть использован для принятия соответствующих решений. Доказано, что информация может выступать в качестве основы принятия решений. С ее помощью осуществляются все стадии управления, и реализуется связь между субъектом и объектом. Выяснено, что для эффективного функционирования системы сбора и анализа экономической информации необходимо проводить проверку данных, поступающих из информационных систем, через механизм проведения информационного аудита. Определено, что осуществляя своевременно анализ оперативной информации, можно повлиять на изменение финансовых показателей при выполнении сервисного плана. При этом исследование системы информационных потоков экономической информации в сервисной деятельности позволило разработать эффективную систему управления сервисным циклом туристского предприятия. Установлено, что сервисная деятельность туристского предприятия определяется экономическими показателями, которые образуют соответствующую систему. От качественного отбора этих показателей зависят глубина анализа и обоснование выводов и мероприятий по результатам анализа.

*D. Yu. Ermilova*

Russian State University of Tourism and Service, Moscow,  
e-mail: d.ermilova@gmail.com

*N. V. Grishchenko*

The Civil Defence Academy of EMERCOM of Russia named after Lieutenant General  
D.I. Mikhaylik, Khimki, e-mail: n.grishchenko@amchs.ru

## **INFORMATION SUPPORT FOR PLANNING THE ACTIVITIES OF TOURIST ENTERPRISES**

**Keywords:** information, provision, planning, activity, tourism, enterprise, indicator, audit, flows, system.

The article makes suggestions on information support for planning the activities of tourist enterprises. It has been established that in tourism enterprises, the traditional internal management mechanism, as a rule, is concentrated in the places where various information arises, and still cannot be used to make appropriate decisions. It is proved that information can act as a basis for decision-making. With its help, all stages of management are carried out, and the connection between the subject and the object is realized. It was found out that for the effective functioning of the system of collecting and analyzing economic information, it is necessary to verify the data coming from information systems through the information audit mechanism. It was determined that by analyzing operational information in a timely manner, it is possible to influence changes in financial indicators when implementing the service plan. At the same time, the study of the information flow system of economic information in service activities made it possible to develop an effective management system for the service cycle of a tourist enterprise. It is established that the service activity of a tourist enterprise is determined by economic indicators that form an appropriate system. The qualitative selection of these indicators determines the depth of the analysis and the justification of the conclusions and measures based on the results of the analysis.

### Введение

Стабильность работы каждого туристского предприятия может зависеть от эффективного планирования деятельности. Для обеспечения системы управления гарантией выживания туристского предприятия являются глубокие изменения в процессе планирования и анализе хозяйственной деятельности. В то же время использование совершенных информационных систем дает возможность своевременно получать экономическую информацию для принятия решения на уровне управления туристским предприятием.

Одним из ключевых элементов системы планирования деятельности туристского предприятия является информационное обеспечение процесса создания первичных документов, которые превращаются в экономическую информацию. Со стороны практиков усилено внимание к экономической информации, которая по-разному используется в жизнедеятельности субъекта туристского бизнеса. В связи с этим возникает потребность пересмотра подходов к вопросам формирования и использования информационного обеспечения туристского предприятия и совершенствования процесса сбора оперативных финансовых данных для проведения управленческого анализа.

Большое внимание информационному обеспечению в туристской деятельности уделено в работах Л.Э. Глаголевой [1], С.М. Имярекова [3], С.Н. Мартышенко [5], С.Х. Рахимова [11], Л.Г. Скульмовской [13], В.П. Смолькина [14] и др. Однако вопросы информационного обеспечения планирования деятельности туристских предприятий изучены недостаточно.

Целью исследования является теоретическое обоснование и разработка методических положений о влиянии информационного обеспечения на развитие деятельности туристских предприятий.

### Материалы и методы исследования

Теоретическую основу исследования обеспечили научные труды по вопросам системного анализа, планирования деятельности, управления туристским предприятием, теории рынка, принятия решений и формирования рыночных отношений, законодательные акты, указы государственных органов. Из общенаучных методов приме-

нены: абстрактно-теоретический, диалектический, анализа и синтеза, которые были использованы для обобщения теоретико-методологических положений, разработки практических рекомендаций по совершенствованию механизма планирования. Метод сравнительных оценок был использован для анализа деятельности туристских предприятий и разработки модели прогнозного финансового плана.

### Результаты исследования и их обсуждение

Исследования показывают, что информационное обеспечение процесса управления туристским предприятием – это достаточно сложный механизм согласования информационных ресурсов и способов их организации, необходимых и пригодных для реализации аналитических процедур. С их помощью руководство получает информацию для принятия важных решений относительно дальнейшей деятельности туристского предприятия.

В то же время стоит отметить, что ученые [2, 6, 10] обращают особое внимание на вопросы планирования через улучшение показателей финансового состояния туристского предприятия. Но новые организационные методы управления требуют получения дополнительной информации об источниках возникновения доходов и расходов от всех видов деятельности субъекта хозяйствования с целью улучшения финансового состояния в будущем.

Вместе с тем проблема построения эффективной системы планирования требует разработки и совершенствования. Это обусловлено тем, что в Российской Федерации широкое применение получила методика анализа финансового состояния с помощью обобщенных показателей отчетности. При этом отсутствие предельных значений для показателей деятельности с учетом отраслевых особенностей, различные механизмы расчета и подход к определению финансового состояния на базе этих показателей требует доработки механизма сбора информации в местах ее возникновения.

Хозяйственная деятельность туристского предприятия определяется экономическими показателями, которые образуют соответствующую систему [4, 7, 12]. От качественного отбора этих показателей зависят глубина анализа и обоснование вы-

водов и мероприятий по результатам анализа. Экономическая информация, формируемая в местах оказания туристских услуг, дает возможность своевременно влиять на деятельность туристского предприятия через принятие необходимых управленческих решений.

Круг пользователей экономической информации с каждым годом расширяется, а потому требования к ее представлению, в той или иной степени, зависят от направленности использования. Доверие пользователей информации оценивается (может и не всегда напрямую) стоимостью потраченных средств, а, соответственно, и прибылью субъекта туристского бизнеса.

Экономическая информация, используемая менеджерами туристского предприятия, должна отображаться существенно и полно, то есть содержать все данные о фактических и потенциальных последствиях операций и событий, которые могут повлиять на те решения, которые принимаются на ее основе для дальнейшего развития деятельности.

При раскрытии информации туристское предприятие не должно ограничиваться только фактическими сведениями, но должно рассматривать обоснованные прогнозы относительно будущих результатов деятельности и финансового состояния. В развитии индустрии туризма оценка выполнения, ожидаемая в соответствии с перспективными планами и программами, является важной задачей анализа.

В то же время финансовое состояние туристского предприятия зависит от результатов его сервисной, коммерческой и финансовой деятельности и, как следствие, на каждом из этапов возникает та или иная информация. Поэтому для принятия управленческого решения надо знать плановую, нормативную, технологическую, учетную, не учетную и аналитическую информацию. В информационной системе туристского предприятия эту задачу выполняют управленческий и финансовый учет.

На большинстве туристских предприятий информационные потребности однородны. При моделировании информационной системы экономической информации надо учитывать различные уровни управления. При этом увеличение потоков внешней и внутренней информации часто приводит к избыточности этой информации, а следовательно к необходимости надлежащего ее отбора.

Финансовая информационная система формирует отчеты для различных категорий пользователей. В то же время не всем пользователям доступны содержание и составляющие того или иного показателя финансового состояния туристского предприятия. Большой объем экономической информации не позволяет менеджерам полностью ее осмыслить, проанализировать и использовать для принятия управленческого решения.

В современных условиях деятельности туристского предприятия на информационные источники влияют внешние факторы: законодательная политика, состояние индустрии туризма, состояние природной среды, научно-технического прогресса и социальной сферы [6, 8, 15]. Рыночные отношения постоянно предъявляют новые требования к экономической информации, касающейся сервисной деятельности. Это влияет на формирование организационной структуры туристского предприятия, прежде всего, на показатели финансового состояния и на управление себестоимостью туристских услуг, которое может осуществляться через определенные подходы.

Первый подход ориентирован на совершенствование калькуляции и системы контроля затрат по каждому виду туристских услуг. Второй подход обусловлен структурой туристских услуг на основании учета частичных или полных затрат, влияния постоянных и переменных затрат в себестоимости. Первый подход ориентирован на сервисную деятельность, второй – на рынок. Для осуществления контроля затрат на каждом этапе сервисной деятельности должен вестись оперативный учет. Оперативный учет зависит от тех видов деятельности, которые осуществляет туристское предприятие, а также отраслевых особенностей. Для совершенствования системы управления надо использовать возможности информационного аудита на оперативном уровне.

При этом нет четкого определения понятия «оперативная информация», так как это оговаривается при построении внутренней организации документооборота и приказом об учетной политике туристского предприятия [8, 9, 16]. Разработка внутренних потоков экономической информации, которая будет использоваться менеджерами, зависит от состояния оперативного учета и цели использования этой информации.

На сегодня объем и разнообразие показателей и источников экономической информации для туристских предприятий четко не очерчены. На структуру и объем экономической информации влияет выбранный туристским предприятием подход к оценке имеющейся информации в местах возникновения затрат и ее влияние на прибыльность на всех этапах сервисной деятельности. Общее содержание понятия «оперативная информация» можно определить как группу взаимосвязанных документированных единиц информации по определенным показателям, которые характеризуют определенные технологические операции в процессе сервисной деятельности туристского предприятия за текущий период.

### Заключение

Подводя итоги можно отметить, что на туристских предприятиях традиционный внутренний механизм управления, как пра-

вило, сосредотачивается в местах возникновения разнообразной информации, и до сих пор не может быть использован для принятия соответствующих решений. Кроме того, информация может выступать в качестве основы принятия решений. С ее помощью осуществляются все стадии управления, и реализуется связь между субъектом и объектом.

Для эффективного функционирования системы сбора и анализа экономической информации необходимо проводить проверку данных, поступающих из информационных систем, через механизм проведения информационного аудита. Осуществляя своевременно анализ оперативной информации, можно повлиять на изменение финансовых показателей при выполнении сервисного плана. При этом исследование системы информационных потоков экономической информации в сервисной деятельности позволило разработать эффективную систему управления сервисным циклом туристского предприятия.

### Библиографический список

1. Глаголева Л.Э., Зацепилина Н.П., Ковалева Е.Н., Зацепилина Л.С., Сандберг А.Б., Сехниев М.Е. Система информации в сфере туризма // Лизинг. 2022. № 4. С. 51-55.
2. Зонова А.В., Ливанова Р.В. Целевая государственная помощь сельскохозяйственным организациям по страхованию урожая сельскохозяйственных культур // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2009. № 2. С. 50-52.
3. Имяреков С.М., Пониматкина Л.А., Ермилова Д.Ю. Совершенствование планирования и организации предоставления туристских услуг // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2023. № 4-1. С. 64-68.
4. Ливанова Р.В., Бачаева А.Х. Основные аспекты о внедрении электронного документооборота в организации // Перспективные направления научных исследований: Сборник статей по материалам V ежегодной научно-практической конференции. 2019. С. 88-93.
5. Мартышенко С.Н., Мартышенко Н.С. Оптимизационная модель формирования позитивных структурных сдвигов в предложении региональных туристско-рекреационных продуктов // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 6. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=16406> (дата обращения: 11.03.2024).
6. Мурадов Ф.В., Ростовцева М.Ю. Оздоровительная тренировка мужчин зрелого возраста с использованием упражнений спортивных единоборств в условиях фитнес-клуба и ее эффективность // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. 2020. № 2. С. 4.
7. Мурадов Ф.В. Развитие физической подготовленности подростков 12-14 лет средствами интервальной тренировки в условиях фитнес-клуба // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. 2022. № 6. С. 76.
8. Мурадов Ф.В., Машковцев Г.Г. Физкультурно-кондиционная тренировка студентов вуза на учебных занятиях (с использованием упражнений из боевых единоборств) // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2019. № 4 (170). С. 232-236.
9. Мурадов Ф.В., Гонянец С.А. Фитнес-тренировка мужчин 30-50 лет с преимущественным использованием упражнений из боевых единоборств и ее эффективность // Фитнес-аэробика: Материалы Международной научной интернет-конференции. 2013. С. 25-28.

10. Мурадов Ф.В., Ростовцева М.Ю., Гордеев А.В. Эффективность специальной круговой тренировки со студентами нефизкультурного вуза в онлайн-режиме в условиях пандемии // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. 2020. № 6. С. 62.
11. Рахимов, С.Х. Учетно-аналитическое обеспечение организации туристической деятельности // Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. Серия общественных наук. 2022. № 2 (91). С. 93-99.
12. Рындач М.А. Организационно-экономические аспекты проектирования турпродукта // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Т. 9, № 6-1. С. 212-221.
13. Скульмовская Л.Г. Маркетинговые коммуникации туристского предприятия: основные модели и методы исследования // Фундаментальные исследования. 2016. № 2-3. С. 628-631.
14. Смолькин В.П. Особенности бизнес-планирования деятельности туристского агентства в условиях пандемии // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. № 11-3 (113). С. 198-202.
15. Хоружий Л.И., Каратаева О.Г., Шитикова А.В., Манохина А.А. и др. Организация агробизнеса. Цифровая трансформация. М.: Ай Пи Ар Медиа, 2022. 189 с.
16. Rudenko L., Goryachikh S., Bykova O., Livanova R.V., Lapteva S. Mechanism providing information infrastructure support of sustainable development of small business in the region // IV International Scientific and Practical Conference "Anthropogenic Transformation of Geospace: Nature, Economy, Society" (ATG 2019). 2020. P. 249-252.