**Курсовая работа**

по дисциплине «**Экономика туристских предприятий**»

тема: «**Экономическое обоснование создания туроператорской фирмы**»

# Введение

# Организация путешествий для множества людей в разных странах – задача деятельности крупных туроператорских фирм и целой сети турагенств, расположенных почти во всех городах мира. В нашем регионе их тоже не мало. Некоторые туристские фирмы зарекомендовали себя как отлажено работающие предприятия, которые гарантируют своим клиентам надёжность обслуживания и способность удовлетворить любые их желания. Такие фирмы приобретают постоянных клиентов и создают высокую конкуренцию на международном рынке туристских услуг.

# Чтобы понять, как наиболее удачно нужно организовать свою туроператорскую фирму и обеспечить её процветание, мы постараемся в данной курсовой работе разобраться в принципах создания и структуры туристского предприятия; в процедурах подготовки и продвижения туристского продукта; в порядке взаимодействия с партнёрами и поставщиками услуг; а также с правилами обслуживания туристов.

# Немало важным фактором для осуществления поставленной цели является то, что у туристского рынка как рынка услуг есть свои специфические особенности.

# *Во-первых,* туристский рынок – это рынок услуг, а услуги:

# неосязаемы (турист не может при приобретении тура ни попробовать его, ни потрогать, ни увидеть), доверие фирмы – вопрос её престижа;

# теряются во времени (доход от не предоставленной в определённый конкретный период услуги теряется навсегда), необходима гибкая политика продаж и ценообразования.

*Во-вторых,* при реализации туристского продукта имеется разрыв во времени между фактом оплаты туристского продукта и фактом его потребления.

*В-третьих,* для туристского рынка характерны значительные сезонные колебания спроса туристов. Это диктует необходимость сезонной дифференциации цен на туристские услуги для более равномерного распределения туристских потоков и доходов.

*В-четвёртых,* в туризме качество в значительной степени зависит от конкретных исполнителей, т.е. от обслуживающего персонала – работников контактных профессий. Поэтому необходимо тщательно продумать штатное расписание предприятия.

Таким образом, нам нужно учесть все эти факторы при создании туроператорской фирмы.

**1. Планирование деятельности предприятия в рыночных условиях. Открытие предприятия**

* 1. **Обоснование выбора организационно-правовой формы деятельности предприятия**

Согласно ст. 2 ГК РФ предпринимательская деятельность является самостоятельной, осуществляющейся на свой риск деятельностью, направленной на систематическое получение прибыли от использования имущества, продажи товаров, выполнения работ или оказание услуг лицам, зарегистрированным в этом качестве в установленном законом порядке.

Юридические лица, являющиеся коммерческими организациями, могут создаваться в форме хозяйственных товариществ и обществ, производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий (п. 2 ст. 50 ГК РФ).

Хозяйственными товариществами и обществами признаются коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом. Имущество, созданное за счет вкладов учредителей (участников), а также произведенное и приобретенное хозяйственным товариществом или обществом в процессе его деятельности, принадлежит ему на праве собственности (п. 1 ст. 66 ГК РФ).

Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме полного товарищества и товарищества на вере (коммандитного товарищества) (п. 2 ст. 66 ГК РФ).

Полным признается товарищество, участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом (п. 1 ст. 69 ГК РФ).

Товариществом на вере (коммандитным товариществом) признается товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом (полными товарищами), имеется один или несколько участников – вкладчиков (коммандитистов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности (п. 1 ст. 82 ГК РФ).

Хозяйственные общества могут создаваться в форме акционерного общества, общества с ограниченной или с дополнительной ответственностью (п. 3 ст. 66 ГК РФ).

Обществом с дополнительной ответственностью признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники такого общества солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов, определяемом учредительными документами общества. При банкротстве одного из участников его ответственность по обязательствам общества распределяется между остальными участниками пропорционально их вкладам, если иной порядок распределения ответственности не предусмотрен учредительными документами общества (п. 1 ст. 95 ГК РФ).

Акционерным обществом признается общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций; участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций (п. 1 ст. 96 ГК РФ).

Акционерное общество, участники которого могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров, признается открытым акционерным обществом (п. 1 ст. 97 ГК РФ).

Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, признается закрытым акционерным обществом (п. 2 ст. 97 ГК РФ).

Производственным кооперативом (артелью) признается добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности (производство, переработка, сбыт промышленной, сельскохозяйственной и иной продукции, выполнение работ, торговля, бытовое обслуживание, оказание других услуг), основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов. Законом и учредительными документами производственного кооператива может быть предусмотрено участие в его деятельности юридических лиц. Производственный кооператив является коммерческой организацией (п. 1 ст. 107 ГК ОФ).

Унитарным предприятием признается коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество. Имущество унитарного предприятия является неделимым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе между работниками предприятия (п. 1 ст. 113 ГК РФ).

Унитарное предприятие, основанное на праве хозяйственного ведения, создается по решению уполномоченного на то государственного органа или органа местного самоуправления (п. 1 ст. 114 ГК РФ).

Собственник имущества предприятия, основанного на праве хозяйственного ведения, не отвечает по обязательствам предприятия, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 3 статьи 56 настоящего Кодекса (п. 7 ст. 114 ГК РФ).

В случаях и в порядке, которые предусмотрены законом о государственных и муниципальных унитарных предприятиях, на базе государственного или муниципального имущества может быть создано унитарное предприятие на праве оперативного управления (казенное предприятие) (п. 1 ст115 ГК РФ).

Собственник имущества казенного предприятия несет субсидиарную ответственность по обязательствам такого предприятия при недостаточности его имущества (п. 5 ст115 ГК РФ).

Наиболее подходящей организационно-правовой формой для моего предприятия является общество с ограниченной ответственностью.

Обществом с ограниченной ответственностью признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов. Участники общества, внесшие вклады не полностью, несут солидарную ответственность по его обязательствам в пределах стоимости неоплаченной части вклада каждого из участников (п. 1 ст. 87 ГК РФ).

Учредительными документами общества с ограниченной ответственностью являются учредительный договор, подписанный его учредителями, и утвержденный ими устав. Если общество учреждается одним лицом, его учредительным документом является устав (п. 1 ст. 89 ГК РФ).

Уставный капитал общества с ограниченной ответственностью составляется из стоимости вкладов его участников. Уставный капитал определяет минимальный размер имущества общества, гарантирующего интересы его кредиторов. Размер уставного капитала общества не может быть менее суммы, определенной законом об обществах с ограниченной ответственностью.

Не допускается освобождение участника общества с ограниченной ответственностью от обязанности внесения вклада в уставный капитал общества, в том числе путем зачета требований к обществу, за исключением случаев, предусмотренных законом (п. 2 в ред. Федерального закона от 08.07.1999 №138-ФЗ).

Уставный капитал общества с ограниченной ответственностью должен быть на момент регистрации общества оплачен его участниками не менее чем наполовину. Оставшаяся неоплаченной часть уставного капитала общества подлежит оплате его участниками в течение первого года деятельности общества (п. 1–3 ст. 90 ГК РФ).

Вкладом в уставный капитал общества могут быть деньги, ценные бумаги, другие вещи или имущественные права либо иные права, имеющие денежную оценку.

Имущество, переданное исключенным или вышедшим из общества участником в пользование обществу в качестве вклада в уставный капитал, остается в пользовании общества в течение срока, на который оно было передано, если иное не предусмотрено учредительным договором (п. 1, 4 ст. 15 Федерального закона от 08.02.1998 №14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью»).

Участник общества с ограниченной ответственностью вправе в любое время выйти из сообщества независимо от согласия других его участников. При этом ему должна быть выплачена стоимость части имущества, соответствующей его доле в уставном капитале общества в порядке, способом и в сроки, которые предусмотрены законом об обществах с ограниченной ответственностью и учредительными документами общества (ст. 94 ГК РФ).

Согласно Федеральному закону от 08.08.2001 №129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей», каждое создающееся предприятие должно пройти государственную регистрацию. Государственная регистрация осуществляется в срок не более чем пять рабочих дней со дня представления документов в регистрирующий орган.

## 1.2 Расчет производственных ресурсов

В соответствии с действующим законодательством предприятием как объектом прав признается имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности. Предприятие в целом как имущественный комплекс признается недвижимостью. В состав предприятия как имущественного комплекса входят как все виды имущества:

* земельные участки,
* здания,
* сооружения,
* инвентарь,
* сырье,
* продукцию,
* долги,
* права требования,

а также права на обозначения, индивидуализирующие предприятие, его продукцию, работы и услуги, и другие исключительные права, если иное не предусмотрено законом или договором.

Имущество, находящееся в собственности предприятия, подразделяется на недвижимое и движимое.

К недвижимому имуществу относятся земельные участки, участки недр, обособленные водные объекты, перемещение которых без несоразмерного ущерба их назначению невозможно, в том числе леса, здания, сооружения, машины и оборудования, нематериальные активы, незавершенное строительство, долгосрочные финансовые активы и др.

Остальное имущество признается движимым.

Источником финансирования имущества предприятия являются прежде всего его собственные средства (уставный капитал, прибыль, фонды специального назначения). Помимо этого, имущество предприятия может быть создано за счет заемных средств (кредиты, привлеченные средства, расчеты).

**Уставный капитал** предприятия – это выраженная в денежном измерении совокупность вкладов учредителей (собственников) в имущество при создании предприятия для обеспечения его деятельности в размерах, определенных в учредительных документах. Уставный капитал формируется при создании предприятия за счет взносов (паев) для общества с ограниченной ответственностью или путем обмена взносов на акции. Учредители и акционеры могут осуществлять свои взносы в разнообразной форме: это могут быть денежные средства: различные виды основных средств; права пользования природными ресурсами, знаниями и т.д.; интеллектуальная собственность.

Для определения уставно капитала необходимо провести расчет производственных ресурсов.

**Расчет основных фондов**

**Основными производственными фондами** считаются материально-вещественные ценности, которые служат много лет и по мере износа переносят свою стоимость на туристский продукт путём процедуры амортизации.

ОПФ классифицируются в соответствии с несколькими признаками:

1 признак: по функциональному назначению:

* здание;
* транспорт;
* сооружения;
* передаточные устройства;
* машинное оборудование;
* инструменты; инвентарь и т.д.

2 признак: по способу участия в производстве:

* активные;
* пассивные.

3 признак: по отраслевому признаку:

* предприятия размещения;
* предприятия общественного питания;
* туристские агентства, туристские операторские фирмы, экскурсионные агентства;
* транспорт и т.д.

4 признак: по принадлежности:

* собственные;
* арендованные;
* сданные в аренду и т.д.

**Виды стоимости оценки ОПФ**

Учёт ОПФ осуществляется в натуральной и денежной формах. Денежная оценка необходима для планирования расширенного воспроизводства, определения нормы износа и амортизационных отчислений.

Существует 4 вида оценки ОПФ:

1. Первоначальная (балансовая) стоимость.
2. Восстановительная стоимость.
3. Остаточная стоимость.
4. Ликвидационная стоимость.

Первоначальная оценка – это цена, по которой ОПФ были куплены за исключением НДС и других возмещающих налогов. Также сюда включают доставку, установку и наладку, затраты на консультативные и информационные услуги, вознаграждение посреднику.

В процессе использования ОПФ происходит изменение их стоимости, поэтому иногда производят переоценку. Время и интервал переоценки зависит от темпа инфляции. Т.о. получается восстановительная стоимость ОПФ.

Остаточная стоимость складывается в результате вычета износа ОПФ из первоначально стоимости.

Ликвидационная оценка теоретически равна нулю, но на практике оборудование, которое уже окупилось, продают как б/у или как металлолом.

**Физический износ имущества** – это потеря его потребительной стоимости. Степень физического износа зависит от времени эксплуатации, условий использования, качества материалов и квалификации профессионалов.

**Моральный износ** связан с научно-техническим прогрессом и обусловлен сокращением затрат на производство оборудования и, как следствие этого, его удешевлением. Также на моральный износ влияет появление новых более совершенных машин.

**Экономический износ** связан с потерей стоимости имущества. Для полной замены ОПФ при их выбытии осуществляется **амортизация** – это денежное возмещение экономического износа путём включения части стоимости ОПФ в затраты.

***ООО******«Колибри ТУР»*** приобрело в частную собственность помещение общей площадью 80 м2. Из которых, 20 м2 занимает кабинет директора, 15 м2 кабинет бухгалтера и 40 м2 занимает торговый зал. Также в этом здании есть туалет для персонала 5 м2. Для нужд данной туристской фирмы приобретён автомобиль Toyota Camry.

В таблице 1.1. показан расчет потребности туроператорской фирмы в основных фондах.

Таблица 1.1 Расчет основных производственных фондов. туроператорской фирмы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование затрат | Кол-во  шт. | Цена в  руб. | Общая  ст-ть |
| 1 | Помещение | 1 | 15 500 000 | 15 500 000 |
| 2 | Автомобиль | 1 | 1200 000 | 1200 000 |
| 3 | Комплект офисной мебели | 8 | 45000 | 360000 |
| 4 | Мягкий диван | 1 | 25000 | 25000 |
| 5 | Сплитсистема | 2 | 25000 | 50000 |
| 6 | Компьютер | 8 | 40000 | 320000 |
| 7 | Факс | 2 | 33000 | 66000 |
| 8 | Ксерокс + сканер | 1 | 30000 | 30000 |
| 9 | Сетевой принтер | 1 | 30000 | 30000 |
| 10 | Телефон | 8 | 23000 | 184000 |
| 11 | Столик журнальный | 1 | 21000 | 21000 |
| 12 | Телевизор+DVD | 1 | 45000 | 45000 |
| 13 | Холодильник | 1 | 28000 | 28000 |
| 14 | Микроволновая печь | 1 | 22000 | 22000 |
| 15 | Пылесос | 1 | 27000 | 27000 |
| 16 | Сантехника | 1 | 42000 | 42000 |
| 17 | Сейф | 1 | 26000 | 26000 |
|  | **ИТОГО** | **17 976 000** | | |

**Расчеты потребности в оборотных средствах**

**Оборотные средства**предприятия – это совокупность материальных и денежных ценностей, которые находятся в постоянном кругообороте предприятия, меняют свою материальную форму в течение одного цикла и в полном объеме переносят свою стоимость на готовый продукт.

К оборотным средствам относят также выраженные в денежной форме средства труда, которые нельзя отнести к ОПФ и стоимостью ниже 20 тыс. руб.

Оборотные средства в полном объёме переносят свою стоимость на оказываемые услуги в течение полного хозяйственного цикла.

**Оборотные средства подразделяются:**

По экономическому содержанию – на оборотные производственные фонды и фонды обращения;

По способу формирования – на собственные и заемные;

По степени ликвидности – на наиболее ликвидные, быстро ликвидные и низко ликвидные;

По месту и роли в воспроизводстве – на средства, вложенные в запасы, в готовую продукцию и денежные средства в расчётах;

По методу планирования – на нормируемые и ненормируемые.

В таблице 1.2 дается экономическая оценка оборотных средств по анализируемому предприятию.

Таблица 1.2. Расчет потребности в оборотных средствах

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование имущества | Кол-во | Цена за единицу в руб. | Общая стоимость, руб. |
| 1 | Кассовый аппарат | 1 | 18000 | 18000 |
| 2 | Вешалка для одежды | 2 | 4500 | 9000 |
| 3 | Зеркало | 2 | 5400 | 10800 |
| 4 | Набор посуды для кофе | 1 | 5300 | 5300 |
| 5 | Чайный сервиз | 1 | 6000 | 6000 |
| 6 | Графин | 2 | 1200 | 2400 |
| 7 | Кофеварка | 1 | 4000 | 4000 |
| 8 | Набор стаканов | 2 | 3400 | 68000 |
| 9 | Кавролин напольный | 3 | 9000 | 27000 |
| 10 | Ваза напольная | 2 | 2500 | 5000 |
| 11 | Настольная лампа | 8 | 6000 | 48000 |
| 12 | Декорации | - | - | 19000 |
| 13 | Искусственные цветы | 15 | 1000 | 15000 |
| **Итого** | | | | **237 500** |

**Расчет месячной потребности в расходных материалах**

**Расходные материалы** *–* это часть оборотных средств, включая вещественные элементы, которые расходуются в каждом производственном цикле неоднократно, а их стоимость переносится на продукцию целиком и сразу.

Производственным циклом в работе туристского предприятия является один год. В течение этого периода участвует в процессе производства и выбывает из него не одно поколение расходных материалов. Поэтому потребность в них будем определять из расчета на месяц (приложение 1.3).

Таблица 1.3. Расчет месячной потребности в расходных материалах

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№**п/п | Наименование имущества | Кол-во на месяц | Цена за единицу в руб. | Общая стоимость в руб. |
| 1 | Чистящие средства | 5 | 100 | 500 |
| 2 | Средства для мытья посуды | 2 | 70 | 140 |
| 3 | Перчатки | 3 | 80 | 240 |
| 4 | Набор губок для мытья посуды посуды | 2 | 70 | 140 |
| 5 | Туалетное мыло | 2 | 200 | 400 |
| 6 | Набор туалетной бумаги | 8 | 80 | 640 |
| 7 | Салфетки | 8 | 50 | 400 |
| 9 | Картриджи | 2 | 2000 | 4000 |
| 10 | Канцтовары | - | - | 8000 |
| 12 | Кофе | 2 | 150 | 300 |
| 13 | Чай | 3 | 100 | 300 |
| **ИТОГО:** | | | | **15060** |

### Расчет потребности в нематериальных активах

**К нематериальным активам**относят объекты интеллектуального, имущественного, правового и рекламного значения, использование которых ограничено установленными на них правами владения. К ним относятся права пользования земельными участками, природными ресурсами, патенты, лицензии, ноу-хау, программное и информационное обеспечение, права и привилегии, торговые марки, фирменные знаки, репутация (имидж) фирмы и т.д.

По характеру применения нематериальные активы схожи с основными фондами: они используются длительное время, приносят прибыль и с течением времени теряют свою стоимость, перенося ее на стоимость готовой продукции (услуг).

Особенностью нематериальных активов является сложность определения и реальной стоимости потребительной стоимости, сроков службы и влияния на получаемую предприятием прибыль.

Стоимость нематериальных активов включают в уставный капитал.

В стоимость нематериальных активов включаются цена их приобретения, расходы на оформление документов, освоение и ввод в эксплуатацию. Срок службы нематериальных активов, как правило, назначается условно, но не более 10 лет (приложение 1.4).

Таблица 1.4. Расчет нематериальных активов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование имущества | Затраты |
| 1 | Сертификация | 8000 |
| 2 | Реестр | 8000 |
| 3 | Изготовление печатей, штампов | 23000 |
| 4 | Изготовление вывески | 45000 |
| 5 | Программное обеспечение | 100000 |
| 6 | Установка сигнализации | 150000 |
| 7 | Установка телефона | 50000 |
| 8 | Регистрация | 7000 |
| 9 | Открытие расчетного счета в банке | 5000 |
| **ИТОГО:** | | **396000** |

**Расчет и формирование уставного капитала**

При регистрации в качестве юридического лица предприятие обязано располагать уставным капиталом (в ряде случаев он именуется уставным фондом).

**Уставной капитал** (фонд) – это зафиксированная в стоимостном выражении сумма материальных и нематериальных ценностей.

Величина и структура уставного капитала определяются рядом условий, соблюдение которых необходимо учитывать при создании и организации деятельности предприятия. Среди этих условий выделяют следующие:

* отрасль производства;
* масштабы предприятия;
* уровень специализации и кооперирования предприятия;
* организация обслуживания производства и фирмы в целом.

Уставной капитал формируется и утверждается вместе с уставом предприятия при его образовании и реформировании. Предприятия самостоятельно решают вопросы о структуре и размере уставного капитала и его изменении.

Вкладчиками при формировании и расширении уставного капитала могут выступать: государственные органы (включая федеральные и местные органы власти, иностранные государства), сторонние предприятия и организации (включая банки, холдинги, концерны и др.), общественные организации, частные лица.

В упрощенном виде в работе к уставному капиталу следует отнести:

К уст = основные фонды + оборотные средства + расходные материалы (в мес.) + нематериальные активы.

**К уст = 17976000 + 237500 + 37480 + 396000 = 18 646 980 руб.**

**Расчет трудовых ресурсов предприятия и фонда оплаты труда**

**Персонал *–*** совокупность работников различных профессионально-квалификационных групп, занятых в производстве туристских услуг. Он состоит из штатных сотрудников, совместителей, временных наёмных работников.

**Штатное расписание** *–* это документ, ежегодно утверждаемый руководителем предприятия, представляющий перечень сгруппированных по отделам и службам должностей специалистов с указанием разряда (категории) работ и должностного оклада.

Штатные сотрудникипостоянно работают в организации, их трудовые книжки хранятся в отделе кадров данной организации.

Руководители *–* работники, занимающие должности руководителей предприятия и структурных подразделений, а также заместителей по следующим должностям: директора, начальники, заведующие; главные специалисты (главный бухгалтер, главный инженер и др.). Сотрудники данной категории, как правило, имеют высшее специальное образование и значительный стаж работы по специальности. Они организуют производство туристских услуг, принимают управленческие решения, решают сложные производственные задачи, устраняют конфликты.

Специалисты *–* работники, имеющие высшее или специальное образование и обладающие специальными знаниями и навыками, занимающие определённые должности: бухгалтеры, экономисты, техники, юристы и др.

Рабочие *–* работники, непосредственно занятые производством туристских услуг. Эффективность бизнеса определяется квалификацией и ответственностью каждого сотрудника.

**Оплата труда** *–* это система отношений, обеспечивающее установление и осуществление работодателем выплат работникам за их труд в соответствии с законами, иными нормативными правовыми актами, коллегиальными договорами, соглашениями, локальными нормативными актами и трудовыми договорами. Оплата труда персонала в туризме производится по месячным должностным окладам, часовым тарифным ставкам, сдельным расценкам, а также в процентах от выручки.

**Фонд оплаты труда** *–* это суммарные расходы предприятия на оплату труда работников независимо от источников этих выплат. Фонд оплаты труда является налогооблагаемой базой единого социального налога (ЕСН). Ставка ЕСН=26,2%. В 26,2% включены:

* 20% – отчисления в Пенсионный фонд;
* 3,2% – отчисления в фонд социального страхования;
* 2,8% – отчисления в фонд ОМС (обязательного медицинского страхования);
* 0,2% – действующий в туризме сбор на травматизм.

Таблица 1.5. Расчет потребности персонала

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Должность | Численность | Оклад, руб. | | | Фонд оплаты труда, руб. |
|  | Административно-управленческий персонал | | | | |  |
| 1 | Директор | 1 | | 35000 | | 35000 |
| 2 | Зам. директора | 1 | | 28000 | | 28000 |
| 3 | Бухгалтер | 1 | | 25000 | | 25000 |
| 4 | Секретарь | 1 | | 18000 | | 18000 |
| **Итого** | | | | | | **106000** |
| Производственный персонал | | | | | | |
| 5 | Менеджер по внешнему туризму | 3 | | | 23000 | 69000 |
| 6 | Менеджер по рекламе | 1 | | | 20000 | 20000 |
| 7 | Водитель | 1 | | | 15000 | 15000 |
| 8 | Уборщик | 1 | | | 7000 | 7000 |
| **Итого** | | | | | | **111000** |
| Итого – общий фонд оплаты труда (в месяц) | | | | | | **217000** |

Итак, фонд оплаты труда административно-управленческого персонала в месяц равен 106000 руб., тогда в год он составит: 106000\*12= 1272000 руб.

Фонд оплаты труда производственного персонала в месяц равен 111000 руб., тогда в год он составит: 111000\*12= 1332000 руб.

Общий фонд оплаты труда в год составит: 1272000+1332000=**2604000 руб.**

Единый социальный налог для труда административно-управленческого персонала составит:

1272000x26,2%

*ЕСН* = – = 333264 руб. в год.

100%

Единый социальный налог для труда производственного персонала составит:

1332000x26,2%

*ЕСН* = – = 348984 руб.в год.

100%

2604000x26,2%

Общий *ЕСН =****–* =** 682248 руб. в год

100%

Тогда ФОТ (фонд оплаты труда) с ЕСН в год составит: 2604000 руб. + 682248 руб. = **3286 248 руб.**

## 1.3 Лицензирование, стандартизация и сертификация деятельности предприятия

Современная рыночная экономика предъявляет принципиально иные требования к качеству продукции и услуг. Качество продукции (услуг) относится к числу важнейших показателей деятельности предприятия. Повышение качества в значительной степени определяет выживаемость и успех предприятия в условиях рынка, темпы технического прогресса, внедрения инноваций, рост эффективности производства, экономию всех видов ресурсов, используемых на предприятии.

Качество – это совокупность свойств продукции, обусловливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением.

Туристским предприятиям для занятия определенным видом деятельности до недавнего времени необходимо было получить лицензию как гарант качества произведенного туристского продукта**.**

**Лицензия** – специальное разрешение юридическому лицу уполномоченных на то государственных органов осуществить конкретные, оговоренные законом хозяйственные операции, включая внешнеторговые (экспортные и импортные).

*Лицензирование туроператорской и турагентской деятельности прекращено с 1 января 2007 года (Федеральный закон от 08.08.2001 №128-ФЗ).* Теперь предприятие должно попасть в Единый федеральный реестр туроператоров, при наличии у него договора страхования гражданской ответственности за неисполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта либо банковской гарантии исполнения обязательств по договору о реализации туристского продукта.

Важным элементом в системах управления качеством изделий является **стандартизация** – нормотворческая деятельность, которая находит наиболее рациональные нормы, а затем закрепляет их в нормативных документах наподобие стандарта, инструкции, методики требования к разработке продукции.

**Стандартизация** – деятельность, направленная на достижение упорядочения в определенной области посредством установления положений для всеобщего и многократного применения в отношении реально существующих и потенциальных задач. Эта деятельность проявляется в разработке, опубликовании и применении стандартов.

**Стандарт** – нормативный документ, разработанный на основе соглашения большинства заинтересованных сторон и утвержденный признанным органом (или предприятием), в котором устанавливаются общие принципы, характеристики, требования и методы касающиеся определенных объектов стандартизации, направленные на упорядочение и оптимизацию работы в определенной области.

Объектом стандартизации могут быть продукция, услуги и процессы, имеющие перспективу многократного воспроизведения и (или) использования. В стандартах регламентируются методы измерения, контроля и испытания продукции. Стандартизации подлежит и сам порядок разработки, согласования, утверждения и регистрации стандартов и технических условий. Именно в стандартах устанавливаются требования к выпускаемой продукции, соблюдение которых позволяет считать эту продукцию качественной. Положения стандартов государственной системы стандартизации Российской, Федерации применяются всеми предприятиями и организациями независимо от форм собственности. Стандарты могут носить как рекомендательный характер, так и обязательные требования ко всем объектам стандартизации.

Совершенствование системы стандартизации, применение международных стандартов – неплохая предпосылка для создания предприятиями систем обеспечения качества, способных; значительно повысить конкурентоспособность отечественной продукции. Важно признание таких систем потребителем. Этого можно достичь с помощью сертификации. Сертификация продукции в момент покупки позволяет проверить соответствие товара требованиям стандартов. Сертификация устанавливает, что продукция испытана, проверена достаточно объективно.

**Сертификация** – совокупность действий и процедур с целью подтверждения (посредством сертификата, соответствия или знака соответствия) того, что товар соответствует требованиям стандартов.

В развитии сертификации отмечается смещение акцента от сертификации продукции к сертификации используемых на предприятиях систем обеспечения качества. В последнем случае она может осуществляться по моделям, установленным МС ИСО в соответствующими государственными стандартами. Российское предприятие может выбрать модель, сообразуясь с потребностями рынка и конкретных потребителей.

Сертификация осуществляется в целях:

• создания условий для деятельности организаций и предпринимателей на едином товарном рынке РФ, а также для участия в международном экономическом, научно-техническом сотрудничестве и международной торговле;

• содействия потребителям в компетентном выборе продукции;

• защиты потребителя от недобросовестности изготовителя (продавца, исполнителя);

• контроля безопасности продукции для окружающей среды, жизни, здоровья и имущества потребителя;

• подтверждения показателей качества продукции, заявленных изготовителем.

Сертификация может носить обязательный и добровольный характер.

## 2. Анализ и оценка деятельности предприятия

Во второй главе мы проведем калькулирование себестоимости единицы услуг туроператорской фирмы ООО «Колибри», на базе которой рассчитываем цену, выручку и прибыль предприятия.

Базовым источником, в котором указан порядок расчета себестоимости, является Налоговый кодекс Р.Ф. Часть вторая.

В Статье 253 указано, что расходы, связанные с производством и реализацией делятся на:

1. Материальные расходы;
2. Расходы на оплату труда;
3. ЕСН
4. Суммы начисленной амортизации;
5. Прочие расходы.

**2.1 Расчет амортизационных отчислений предприятия**

**Амортизация** – это денежное возмещение экономического износа путём включения части стоимости ОПФ в затраты. Амортизация осуществляется с целью полной замены ОПФ при их выбытии.

Амортизация измеряется в абсолютных и относительных показателях. В абсолютных – это сумма амортизации (руб., $ и т.д.), в относительных – норма амортизации (%). Эти отчисления предназначены для возмещения затрат, а их размер зависит от стоимости ОПФ, времени на эксплуатацию, затрат на модернизацию и т.д.

**Способы расчета годового размера амортизации**

Начисление амортизации может осуществляться только теми способами, которые разрешены к применению. В настоящее время амортизация объектов основных фондов в России производится одним из следующих способов:

 линейным способом;

 способом уменьшаемого остатка;

 способом списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования;

 способом списания стоимости пропорционально объему продукции (работ);

 ускоренным методом амортизации (увеличение размера отчислений по линейному способу).

Применение одного из способов по группе однородных объектов основных фондов производится в течение всего его срока полезного использования.

Линейный способ относится к самым распространенным. Его используют примерно 70% всех предприятий. Популярность линейного способа обусловлена простотой применения. Суть его в том, что каждый год амортизируется равная часть стоимости данного вида основных средств.

Ежегодную сумму амортизационных отчислений рассчитывают следующим образом:

Сперв x На

А = –,

100%

где А – ежегодная сумма амортизационных отчислений; Сперв – первоначальная стоимость объекта; На – норма амортизационных отчислений.

Например, предприятие купило компьютер. Стоимость составила 10 000 руб., срок службы – 5 лет. Таким образом, ежегодно мы будем списывать на амортизацию 10000/5 = 2000 руб. Если остаточная стоимость актива равна нулю, то это не означает, цена компьютера стала равной нулю. Этот компьютер может имеет реальную стоимость, находиться в рабочем состоянии и прослужить ещё не один год. Нулевая остаточная стоимость данного компьютера означает только то, что предприятие полностью компенсировало затраты на его приобретение.

Линейный способ целесообразно применять для тех видов основных фондов, где время, а не устаревание (моральный износ) является основным фактором, ограничивающим срок службы.

При способе уменьшаемого остатка годовая сумма амортизационных отчислений определяется исходя из остаточной стоимости объекта основных средств на начало отчетного года и нормы амортизации, исчисленной на основании срока полезного использования этого объекта:

к x На

А = Сост x –,

100%

где Сост – остаточная стоимость объекта; к – коэффициент ускорения; На – норма амортизации для данного объекта.

Например, предприятие купило станок, стоимость которого равна 120 000 руб., срок службы составляет 8 лет. Коэффициент ускорения равен 2. Таким образом, годовая сумма амортизации составит с учётом ускорения 25% (100%:8x2).

Этот способ позволяет списать максимальную амортизационную стоимость в первые же годы работы актива. Таким образом, предприятие имеет возможность наиболее эффективно возмещать затраты по приобретению объекта основных фондов.

При *способе списания стоимости* по сумме чисел лет срока полезного использования годовая сумма амортизации определяется исходя из первоначальной стоимости объекта основных средств и годового соотношения, где в числителе число лет, остающихся до конца срока службы объекта, а в знаменателе – сумма чисел лет срока службы объекта:

Тост

А = Сперв x –,

Т (Т+1)/2

где Сперв – первоначальная стоимость объекта; Тост – количество лет, оставшихся до окончания срока полезного использования; Т – срок полезного использования.

Например, было принято в эксплуатацию оборудование стоимостью 100 000 руб. Срок полезного использования 5 лет. Сумма чисел срока использования 15 (1+2+3+4+5).

Этот способ эквивалентен способу уменьшаемого остатка, но дает возможность списать всю стоимость объекта без остатка.

В течение отчетного года амортизационные отчисления по объектам основных средств начисляются ежемесячно независимо от применяемого способа начисления в размере 1/12 годовой суммы.

При способе списания стоимости пропорционально объему продукции (работ) начисление амортизационных отчислений производится на основе натурального показателя объема продукции (работ) в отчетном периоде и соотношения первоначальной стоимости объекта основных средств и предполагаемого объема продукции (работ) за весь срок полезного использования объекта основных фондов:

С

А = –,

В

где А – сумма амортизации на единицу продукции; С – первоначальная стоимость объекта основных средств; В-предполагаемый объем производства продукции.

Данный метод применяется там, где износ основных средств напрямую связан с частотой их использования.

Ускоренный метод амортизации. В целях создания финансовых условий для ускорения внедрения в производство научно-технических достижений и повышения заинтересованности предприятий в ускорении обновления и техническом развитии активной части основных производственных фондов (машин, оборудования, транспортных средств) предприятия имеют право применять метод ускоренной амортизации активной части производственных основных фондов, введенных в действие после 1 янв. 1991 г.

Ускоренная амортизация является целевым методом более быстрого по сравнению с нормативными сроками службы основных фондов, полного перенесения их балансовой стоимости на издержки производства и обращения.

Ускоренная амортизация позволяет ускорить процесс обновления основных средств на предприятии; накопить достаточные средства для технического перевооружения и реконструкции производства; уменьшить налог на прибыль; поддерживать основные средства на высоком техническом уровне.

**Особенности включения амортизируемого имущества в состав амортизационных групп, указанных в статье 258 НК РФ (10 групп)**

Амортизируемые основные средства (имущество) объединяются в следующие амортизационные группы:

первая группа – все недолговечное имущество со сроком полезного использования от 1 года до 2 лет включительно;

вторая группа – имущество со сроком полезного использования свыше 2 лет до 3 лет включительно;

третья группа – имущество со сроком полезного использования свыше 3 лет до 5 лет включительно;

четвертая группа – имущество со сроком полезного использования свыше 5 лет до 7 лет включительно;

пятая группа – имущество со сроком полезного использования свыше 7 лет до 10 лет включительно;

шестая группа – имущество со сроком полезного использования свыше 10 лет до 15 лет включительно;

седьмая группа – имущество со сроком полезного использования свыше 15 лет до 20 лет включительно;

восьмая группа – имущество со сроком полезного использования свыше 20 лет до 25 лет включительно;

девятая группа – имущество со сроком полезного использования свыше 25 лет до 30 лет включительно;

десятая группа – имущество со сроком полезного использования свыше 30 лет.

Классификация основных средств, включаемых в амортизационные группы, утверждается Правительством Российской Федерации.

Для тех видов основных средств, которые не указаны в амортизационных группах, срок полезного использования устанавливается налогоплательщиком в соответствии с техническими условиями или рекомендациями организаций-изготовителей.

1. Рассчитаем амортизационные отчисления для основных фондов с нормативным сроком службы 30 лет.

Таблица 2.1

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование имущества | Стоимость в руб. | Норма амортизации | Расчет аморт. отчислений |
| 1 | Помещение | 15500,000 | 3% | 577500 |
| **ИТОГО:** | | **511500** | | |
| **ИТОГО в мес.** | | **42625** | | |

а=(1\Тn)\*100%=(1\30)\*100%=3,3%

**Аr = аФcр = 3,3%\*15500000 = 511500 руб.**

**100%**

1. Рассчитаем амортизационные отчисления для основных фондов с нормативным сроком службы 10 лет.

Таблица 2.2

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование имущества | Стоимость в руб. | Норма амортизации | Расчет аморт. отчислений |
| 1 | Автомобиль | 1200000 | 10% | 120000 |
| 2 | Сплитсистема | 50000 | 10% | 5000 |
| 3 | Сейф | 26000 | 10% | 2600 |
| **ИТОГО:** | | **127600** | | |
| **ИТОГО в мес.** | | **10634** | | |

a = (1\Тn)\*100%=(1\10)\*100%=10%

Аr = аФcр = 10\*1276000 = 127600 руб.

100%

1. Рассчитаем амортизационные отчисления для основных фондов и оборотных средств с нормативным сроком службы 7 лет.

Таблица 2.3

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование имущества | Стоимость в руб. | Норма амортизации | Расчет аморт. отчислений |
| 5 | Комплект офисной мебели | 360000 | 15% | 54000 |
| 6 | Мягкий диван | 25000 | 15% | 3750 |
| 7 | Столик журнальный | 21000 | 15% | 3150 |
| 8 | Телевизор+ DVD | 45000 | 15% | 6750 |
| 9 | Холодильник | 28000 | 15% | 4200 |
| 10 | Микроволновая печь | 22000 | 15% | 3300 |
| **ИТОГО:** | | **75150** | | |
| **ИТОГО в мес.** | | **6263** | | |

a = (1\Тn)\*100%=(1\7)\*100%=15%

Аr = аФcр = 15\*501000 = 75150 руб.

100%

1. Рассчитаем амортизационные отчисления для оборотных средств с нормативным сроком службы 2 года.

Таблица 2.4.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование имущества | Стоимость в руб. | Норма амортизации | Расчет аморт. отчислений |
| 11 | Компьютер | 320000 | 50% | 160000 |
| 12 | Факс | 66000 | 50% | 33000 |
| 13 | Ксерокс + сканер | 30000 | 50% | 15000 |
| 14 | Сетевой принтер | 30000 | 50% | 15000 |
| 15 | Телефон | 184000 | 50% | 92000 |
| 16 | Пылесос | 27000 | 50% | 13500 |
| 17 | Сантехника | 42000 | 50% | 21000 |
| **ИТОГО:** | | **349500** | | |
| **ИТОГО в мес.** | | **29125** | | |

a = (1\Тn)\*100%=(1\2)\*100%=50%

Аr = аФcр = 50\*699000 = 349500 руб.

100%

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Стоимость | Норма амортизации | Расчет амортизации руб. |
| 1 | Сертификация | 8000 | 20% | 1600 |
| 2 | Реестр | 8000 | 20% | 1600 |
| 3 | Изготовление печатей, штампов | 23000 | 20% | 4600 |
| 4 | Изготовление вывески | 45000 | 20% | 9000 |
| 5 | Программное обеспечение | 100000 | 20% | 20000 |
| 6 | Установка сигнализации | 150000 | 20% | 30000 |
| 7 | Установка телефона | 50000 | 20% | 10000 |
| 8 | Регистрация | 7000 | 20% | 1400 |
| 9 | Открытие расчетного счета в банке | 5000 | 20% | 1000 |
| **ИТОГО:** | | **79200** | | |
| **ИТОГО в мес.** | | **6600** | | |

1. Поскольку нормативный срок службы всех нормативных активов мы возьмем 5 лет (Закон допускает не более 10 лет), то амортизационные отчисления для нематериальных активов составят:

a=(1\Тn)\*100%=(1\5)\*100%=20%

**Аr**= **аФcр = 20\*396000** = **79200 руб.**

**100% 100%**

1. Рассчитаем амортизационные отчисления на прочие расходы в месяц:

Таблица 2.6

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Статьи расходов | Сумма (руб.) в мес. |
| 1 | Расходные материалы\* | 15060 |
| 2 | Приобретение литературы | 5300 |
| 3 | Интернет | 3000 |
| 4 | Командировочные расходы | 10000 |
| 5 | Услуги связи | 4000 |
| 6 | Расходы на сертификацию услуг | 3600 |
| 7 | Участие в выставках | 5000 |
| 8 | Коммунальные платежи | 6800 |
| 9 | Отправка почты | 1500 |
| **ИТОГО:** | | **54260** |

1. Общий размер амортизационных отчислений в месяц составит:

42625 + 10634 + 6263 + 29125 + 6600 + 59760 ~ **155007**

**2.2 Калькуляция себестоимости продукции**

**Себестоимость продукции (услуг)** – это денежное выражение материальных и трудовых затрат предприятия (издержек) на производство и реализацию продукции (услуг).

Существуют различные виды себестоимости:

* производственная себестоимость включает затраты на производство услуг и общепроизводственные расходы;
* полная себестоимость отражает все затраты на производство и реализацию товаров и услуг;
* среднеотраслевая себестоимость отражает средние затраты по отрасли;
* индивидуальная себестоимость зависит от условий предприятия;
* плановая себестоимость – себестоимость в начале каждого года;
* расчётная себестоимость;
* фактическая себестоимость отражает реальное положение дел.

В соответствии со статьёй 253 НКРФ в себестоимость включаются:

1. затраты, связанные с производством и реализацией продукта или услуги;
2. расходы на эксплуатацию, ремонт и техническое обслуживание имущества предприятия;
3. расходы на освоение природных ресурсов;
4. расходы на научные исследования;
5. расходы на обязательное и добровольное страхование;
6. прочие расходы.

Для практического использования в управлении формирования затрат используют два способа их измерения:

* + поэлементный;
  + калькуляционный.

При определении себестоимости производства и реализации единицы продукции (калькулирование) все издержки группируются по статьям калькуляции, т.е. определяются статьи расходов предприятия на единицу продукции в зависимости от их назначения и места возникновения.

***Калькулирование себестоимости туродня***

***туроператорской фирмы***

При определении себестоимости тура туроператора необходимо учитывать следующие группы затрат:

* Прямые затраты
* Групповые затраты
* Офисные затраты
* Прочие

Прямые – включают услуги, которые непосредственно потребляются клиентом. Они делятся на:

* + Производимые самим оператором;
  + Производимые сторонними организациями;

Когда услуги производятся сторонними организациями, то в себестоимость включаются цены, которые туроператору выставляют эти организации (НЕТТО). К прямым затратам относятся:

* + Стоимость проживания;
  + Стоимость питания;
  + Авиа и железнодорожные билеты;
  + Страховка и др.

Групповые – затраты, которые потребляются всей группой.

Офисные – затраты, которые напрямую не связаны с клиентом, но они необходимы для функционирования фирмы:

* Аренда офисного помещения (содержание);
* Командировочные расходы;
* Заработная плата офисного персонала и т.д.

**Расчёт себестоимости тура**

Таблица 2.7.Расчет офисных затрат

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Стоимость |
| 1 | Амортизация нематериальных активов | 79 200 |
| 2 | Амортизация основных фондов | 1063 750 |
| 3 | Оплата труда с ЕСН | 3286 248 |
| 4 | Оборотные средства | 237 500 |
| 5 | Налоги и сборы | 60 000 |
| 6 | Реклама | 66 000 |
| 7 | Прочие расходы | 651 120 |
| **Итого:** | | **5443 818** |

Для определения каким образом офисные затраты включаются в себестоимость тура необходимо спланировать объём продаж, выраженный в туроднях.

Таблица 2.8.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Направление тура | Кол-во туров в месяц | Кол-во туров в год | Кол-во дней в туре | Кол-во человек в группе | | Туродни в год |
| 1 | Сочи – Венеция – Сочи | 7 | 84 | 8 | 10 | | 6720 |
| 2 | Сочи – Анталья – Сочи | 12 | 144 | 5 | 15 | | 10800 |
| 3 | Сочи – Прага – Сочи | 6 | 53 | 14 | 20 | | 14840 |
| 4 | Сочи – Дар-эс-Салам – Сочи | 4 | 48 | 14 | 20 | | 13440 |
| 5 | Сочи – Пекин – Сочи | 8 | 96 | 7 | 15 | | 10080 |
| 6 | Сочи – Париж – Сочи | 14 | 168 | 7 | 14 | | 16464 |
| 7 | Сочи – Барселона – Сочи | 5 | 60 | 8 | 10 | | 4800 |
| 8 | Сочи – Осло – Сочи | 6 | 52 | 14 | 20 | | 14560 |
| **Итого:** | | | | | | **91 704** | |

Таким образом, в году туроператорская фирма планирует продать 6720 туродней в Венецию (Италия): 84\*8\*10=6720; 10800 туродней в Анталью (Турция): 144\*5\*15=10800; 8060 туродней в Прагу (Чехия): 53\*14\*20=14840 и т.д. Всего 91 704 туродней.

Тогда, средние офисные затраты составят:

5443 818/ 91 704~ **60** – 1 туродень.

На тур «Сочи – Венеция – Сочи» офисные затраты составят: 60\*8 =

**528** **руб.**

На тур «Сочи – Анталья – Сочи» офисные затраты составят: 60\*5 = **300 руб.**

На тур «Сочи – Прага – Сочи» офисные затраты составят: 60\*14 =

**840 руб.**

На тур «Сочи – Дар-эс-Салам – Сочи» офисные затраты составят: 60\*14 = **840 руб.**

На тур «Сочи – Пекин – Сочи» офисные затраты составят: 60\*7 = **420 руб.**

На тур «Сочи – Париж – Сочи» офисные затраты составят: 60\*7 = **420 руб.**

На тур «Сочи – Барселона – Сочи» офисные затраты составят: 60\*8 =

**480 руб.**

На тур «Сочи – Осло – Сочи» офисные затраты составят: 60\*14 = **840 руб.**

***1) Тур: Сочи – Венеция – Сочи: 8 дней, 7 ночей. Группа 10 человек.***

Табл. 2.9.1. Расчет прямых затрат

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь-сентябрь (I), в руб. |
| 1 | Авиабилет: Сочи-Венеция, Венеция-Сочи | 12000 |
| 2 | Проживание+питание | 17800 |
| 3 | Страховка | 460 |
| 4 | Виза | 2650 |
| 5 | Экскурсии и пр. | 2300 |
|  | **ИТОГО:** | **35210** |

Табл. 2.9.2. Расчет затрат на руководителя

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь-сентябрь, в руб. |
| 1 | Авиабилет: Сочи-Венеция, Венеция-Сочи | 12000 |
| 2 | Проживание+питание | 17800 |
| 3 | Страховка | 460 |
| 4 | Виза | 2650 |
| 5 | Командировочные | 5000 |
|  | **ИТОГО:** | **37910** |

Экскурсии исключаем, поскольку руководителю группы они предоставляются бесплатно.

Табл. 2.9.3. Расчет групповых затрат

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь – сентябрь | |
| Всего на группу в руб. | На 1 человека в руб. |
| 1 | Затраты на руководителя | 37910 | 3791 |
| 2 | Трансфер | 5800 | 580 |
|  | **ИТОГО:** | **43710** | **4371** |

Табл. 2.9.4 Расчет себестоимости 1 тура

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование статьи | Сумма в руб. |
| 1 | Прямые | 35 210 |
| 2 | Общегрупповые | 4 371 |
| 3 | Офисные | 528 |
| **ИТОГО:** | | **40 109** |

Таким образом, себестоимость тура с учетом полных затрат на его проведение составила **40 109** рублей.

***2) Тур: Сочи – Анталья – Сочи: 5 дней, 4 ночей. Группа 15 человек:***

Табл. 2.10.1 Расчет прямых затрат

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь-сентябрь (I), в руб. |
| 1 | Авиабилет: Сочи-Анталья, Анталья-Сочи | 8000 |
| 2 | Проживание+питание | 8300 |
| 3 | Страховка | 460 |
| 4 | Виза | 1940 |
| 5 | Экскурсии и пр. | 2400 |
|  | **ИТОГО:** | **22100** |

Табл. 2.10.2. Расчет затрат на руководителя

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь-сентябрь, в руб. |
| 1 | Авиабилет: Сочи-Анталья, Анталья-Сочи | 8000 |
| 2 | Проживание+питание | 8300 |
| 3 | Страховка | 460 |
| 4 | Виза | 1940 |
| 5 | Командировочные | 4000 |
|  | **ИТОГО:** | **23700** |

Табл. 2.10.3. Расчет групповых затрат

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь – сентябрь | |
| Всего на группу в руб. | На 1 человека в руб. |
| 1 | Затраты на руководителя | 23700 | 1580 |
| 2 | Трансфер | 3600 | 240 |
|  | **ИТОГО:** | **30300** | **1820** |

Табл. 2.10.4. Расчет себестоимости 1 тура

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование статьи | Сумма в руб. |
| 1 | Прямые | 22100 |
| 2 | Общегрупповые | 1820 |
| 3 | Офисные | 300 |
| **ИТОГО:** | | **24220** |

***3) Тур: Сочи – Прага – Сочи: 14 дней, 13 ночей. Группа 20 человек.***

Табл. 2.11.1. Расчет прямых затрат

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь-сентябрь (I), в руб. |
| 1 | Авиабилет: Сочи-Прага-Сочи | 13000 |
| 2 | Проживание+питание | 23000 |
| 3 | Страховка | 460 |
| 4 | Виза | 2750 |
| 5 | Экскурсии и пр. | 5000 |
|  | **ИТОГО:** | **44210** |

Табл. 2.11.2. Расчет затрат на руководителя

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь-сентябрь, в руб. |
| 1 | Авиабилет: Сочи-Прага-Сочи | 13000 |
| 2 | Проживание+питание | 23000 |
| 3 | Страховка | 460 |
| 4 | Виза | 2750 |
| 5 | Командировочные | 10000 |
|  | **ИТОГО:** | **49210** |

Табл. 2.11.3. Расчет групповых затрат

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь – сентябрь | |
| Всего на группу в руб. | На 1 человека в руб. |
| 1 | Затраты на руководителя | 49210 | 2460,5 |
| 2 | Трансфер | 4200 | 210 |
|  | **ИТОГО:** | **53410** | **2671** |

Табл. 2.11.4. Расчет себестоимости 1 тура

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование статьи | Сумма в руб. |
| 1 | Прямые | 44210 |
| 2 | Общегрупповые | 2671 |
| 3 | Офисные | 840 |
| **ИТОГО:** | | **47721** |

***4) Тур: Сочи – Дар-эс-Салам – Сочи: 14 дней, 13 ночей. Группа 20 человек***.

Табл. 2.12.1. Расчет прямых затрат

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь-сентябрь (I), в руб. |
| 1 | Авиабилет: Сочи-Дар-эс-Салам, Дар-эс-Салам-Сочи | 11000 |
| 2 | Проживание+питание | 22000 |
| 3 | Страховка | 460 |
| 4 | Виза | 2830 |
| 5 | Экскурсии и пр. | 4300 |
|  | **ИТОГО:** | **40590** |

Табл. 2.12.2. Расчет затрат на руководителя

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь-сентябрь, в руб. |
| 1 | Авиабилет: Сочи-Дар-эс-Салам, Дар-эс-Салам-Сочи | 11000 |
| 2 | Проживание+питание | 22000 |
| 3 | Страховка | 460 |
| 4 | Виза | 2830 |
| 5 | Командировочные | 10000 |
|  | **ИТОГО:** | **46290** |

Табл. 2.12.3. Расчет групповых затрат

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь – сентябрь | |
| Всего на группу в руб. | На 1 человека в руб. |
| 1 | Затраты на руководителя | 46290 | 2314,5 |
| 2 | Трансфер | 4000 | 200 |
|  | **ИТОГО:** | **50290** | **2515** |

Табл. 2.12.4. Расчет себестоимости 1 тура

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование статьи | Сумма в руб. |
| 1 | Прямые | 40590 |
| 2 | Общегрупповые | 2515 |
| 3 | Офисные | 840 |
| **ИТОГО:** | | **43 945** |

***5) Тур: Сочи – Пекин – Сочи: 7 дней, 6 ночей. Группа 15 человек.***

Табл. 2.13.1. Расчет прямых затрат

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь-сентябрь (I), в руб. |
| 1 | Авиабилет: Сочи-Пекин, Пекин-Сочи | 11000 |
| 2 | Проживание+питание | 10000 |
| 3 | Страховка | 460 |
| 4 | Виза | 1750 |
| 5 | Экскурсии и пр. | 4000 |
|  | **ИТОГО:** | **27210** |

Табл. 2.13.2 Расчет затрат на руководителя

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь-сентябрь, в руб. |
| 1 | Авиабилет: Сочи-Пекин, Пекин-Сочи | 11000 |
| 2 | Проживание+питание | 10000 |
| 3 | Страховка | 460 |
| 4 | Виза | 1750 |
| 5 | Командировочные | 5000 |
|  | **ИТОГО:** | **28210** |

Табл. 2.13.3. Расчет групповых затрат

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь – сентябрь | |
| Всего на группу в руб. | На 1 человека в руб. |
| 1 | Затраты на руководителя | 17810 | 1187,3 |
| 2 | Трансфер | 4700 | 313,3 |
|  | **ИТОГО:** | **44710** | **1501** |

Табл. 2.13.4. Расчет себестоимости 1 тура

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование статьи | Сумма в руб. |
| 1 | Прямые | 27210 |
| 2 | Общегрупповые | 1501 |
| 3 | Офисные | 420 |
| **ИТОГО:** | | **29131** |

***6) Тур: Сочи – Париж – Сочи: 7 дней, 6 ночей. Группа 14 человек.***

Табл. 2.14.1. Расчет прямых затрат

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь-сентябрь (I), в руб. |
| 1 | Авиабилет: Сочи-Париж, Париж-Сочи | 12000 |
| 2 | Проживание+питание | 15000 |
| 3 | Страховка | 460 |
| 4 | Виза | 2430 |
| 5 | Экскурсии и пр. | 6000 |
|  | **ИТОГО:** | **35890** |

Табл. 2.14.2 Расчет затрат на руководителя

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь-сентябрь, в руб. |
| 1 | Авиабилет: Сочи-Париж, Париж-Сочи | 12000 |
| 2 | Проживание+питание | 15000 |
| 3 | Страховка | 460 |
| 4 | Виза | 2430 |
| 5 | Командировочные | 5000 |
|  | **ИТОГО:** | **34890** |

Табл. 2.14.3 Расчет групповых затрат

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь – сентябрь | |
| Всего на группу в руб. | На 1 человека в руб. |
| 1 | Затраты на руководителя | 34890 | 2492,14 |
| 2 | Трансфер | 5800 | 414,28 |
|  | **ИТОГО:** | **40690** | **2907** |

Табл. 2.14.4. Расчет себестоимости 1 тура

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование статьи | Сумма в руб. |
| 1 | Прямые | 37 910 |
| 2 | Общегрупповые | 4 471 |
| 3 | Офисные | 420 |
| **ИТОГО:** | | **42 801** |

***7) Тур: Сочи – Барселона – Сочи: 8 дней, 7 ночей. Группа 10 человек:***

Табл. 2.15.1 Расчет прямых затрат

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь-сентябрь (I), в руб. |
| 1 | Авиабилет: Сочи-Барселона-Сочи | 11000 |
| 2 | Проживание+питание | 1400 |
| 3 | Страховка | 460 |
| 4 | Виза | 1450 |
| 5 | Экскурсии и пр. | 4000 |
|  | **ИТОГО:** | **18310** |

Табл. 2.15.2 Расчет затрат на руководителя

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь-сентябрь, в руб. |
| 1 | Авиабилет: Сочи-Барселона-Сочи | 11000 |
| 2 | Проживание+питание | 14000 |
| 3 | Страховка | 460 |
| 4 | Виза | 1450 |
| 5 | Командировочные | 5000 |
|  | **ИТОГО:** | **19310** |

Табл. 2.15.3. Расчет групповых затрат

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь – сентябрь | |
| Всего на группу в руб. | На 1 человека в руб. |
| 1 | Затраты на руководителя | 19310 | 1931 |
| 2 | Трансфер | 2300 | 230 |
|  | **ИТОГО:** | **21610** | **2161** |

Табл. 2.15.4. Расчет себестоимости 1 тура

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование статьи | Сумма в руб. |
| 1 | Прямые | 18310 |
| 2 | Общегрупповые | 2161 |
| 3 | Офисные | 480 |
| **ИТОГО:** | | **20 951** |

***8) Тур: Сочи – Осло – Сочи: 14 дней, 13 ночей. Группа 12 человек:***

Табл. 2.16.1. Расчет прямых затрат

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь-сентябрь (I), в руб. |
| 1 | Авиабилет: Сочи-Осло, Осло-Сочи | 12000 |
| 2 | Проживание+питание | 22000 |
| 3 | Страховка | 460 |
| 4 | Виза | 1780 |
| 5 | Экскурсии и пр. | 4000 |
|  | **ИТОГО:** | **40240** |

Табл. 2.16.2 Расчет затрат на руководителя

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь-сентябрь, в руб. |
| 1 | Авиабилет: Сочи-Осло, Осло-Сочи | 12000 |
| 2 | Проживание+питание | 17800 |
| 3 | Страховка | 460 |
| 4 | Виза | 2650 |
| 5 | Командировочные | 10000 |
|  | **ИТОГО:** | **46240** |

Табл. 2.16.3 Расчет групповых затрат

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | Июнь – сентябрь | |
| Всего на группу в руб. | На 1 человека в руб. |
| 1 | Затраты на руководителя | 46240 | 2312 |
| 2 | Трансфер | 5800 | 290 |
|  | **ИТОГО:** | **5200** | **2602** |

Табл. 2.16.4 Расчет себестоимости 1 тура

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование статьи | Сумма в руб. |
| 1 | Прямые | 40240 |
| 2 | Общегрупповые | 2602 |
| 3 | Офисные | 840 |
| **ИТОГО:** | | **43 682** |

**2.3 Формирование цены на услуги предприятия**

Под **ценой** понимается денежное выражение стоимости товара. Сущность цены проявляется через её основные функции:

* учётная. В этой функции цена служит средством исчисления всех стоимостных показателей. Например, ВВП, объём товарооборота, объём производства туристской фирмы рассчитывают через цены, а также в этой функции предприятие планирует свой финансовые показатели;
* измерительная. Цена обслуживает оборот по реализации товаров и тем самым затрагивает интересы производителя, посредника и покупателя;
* регулирующая. Цена уравновешивает спрос и предложение и связывает их с платёжеспособностью покупателя;
* стимулирующая. Если цена выгодна, то это даёт сигнал к росту объёма производства и наоборот;
* перераспределительная. Через цены перераспределяются доходы.

Таким образом, цена решает следующие задачи:

* 1. информирует производителя об уровне спроса;
  2. провоцирует изменения соотношения спроса и предложения;
  3. отражает состояние дел в экономике;
  4. показывает величину всех затрат на производство всех продуктов.

Существуют различные методы ценообразования в рыночной экономии:

* 1. затратные:
     + надбавка к цене;
     + метод предельных издержек;
     + на основе безубыточности;
     + метод учёта рентабельности;
     + метод прямых затрат;
     + метод полных издержек;
     + метод структурных аналогий;
  2. рыночные:
* ориентированные на потребителя («лестница цен» – цена меняется с учётом платёжеспособности);
* ориентированные на спрос (на основе воспринимаемой потребителем ценности и метод расчёта экономической ценности товаров);
* ориентированные на конкурентов (метод следования за ценовым лидером, за рыночными ценами в конкретной рыночной структуре, престижны цены и тендерный метод);
  1. параметрические:
* нормативный метод;
* метод удельных показателей.

ценовых стратегий в туризме.

**Ценовая стратегия** – это выбор возможной динамики изменения исходной цены туристского продукта в условиях рынка, наилучшим образом соответствующей цели туристской организации.

Определение ценовой стратегии зависит от сочетания и взаимодействия многих факторов, важнейшими из которых являются:

* степень новизны турпродукта, т.е. на какой туристский продукт устанавливается цена: на новый или на продукт сформировавшегося рынка сбыта;
* характеристики турпродукта, относительная его исключительность по сравнению с другими турпродуктами;
* издержки и ожидаемая прибыль;
* условия конкуренции;
* особенности рынка сбыта;
* имидж туристской организации и прочие факторы, касающиеся деятельности турфирмы на рынке.

Для успешного продвижения нового туристского продукта может быть использовано несколько ценовых стратегий.

***Стратегия «снятия сливок»*** (высоких цен) предполагает первоначально высокий уровень продажных цен на новые туристские продукты, это возможно в условиях отсутствия конкуренции и предложения абсолютно новых туристских услуг. Турфирма пользуется своей временной монополией до момента, пока рынок не окажется насыщенным и не появятся аналоги; затем фирма идет на снижение уровня продажных цен.

***Стратегия цен проникновения на рынок*** предполагает преднамеренно низкий уровень продажных цен, возможно использование демпинговых цен с целью завоевания рынка сбыта, оказания влияния на как можно большее число потребителей туристских услуг. С освоением рынка и увеличением объема продаж цена постепенно повышается, но так, чтобы это не препятствовало дальнейшему росту объемов реализации.

***Стратегия престижных цен*** эффективна, если можно свести к минимуму конкуренцию путем применения патентной защиты, знаков обслуживания, приверженности торговой марке, фирменным наименованиям. Престижные цены представляют собой намеренно высокие цены, предназначенные для привлечения потребителей, которые более обеспокоены качеством туристского продукта, его уникальностью или статусом, чем ценой.

***Стратегия «следования за лидером»*** предполагает учет ценовой политики ведущей фирмы на рынке туристских услуг, т.е. ориентацию цен на свои туристские продукты с движением и характером цен лидера. Уровень цен на новые турпродукты должен приближаться к «стандартам», установленным лидером, отклонение от цены фирмы-лидера допускается только в известных пределах. Данная стратегия внешне весьма привлекательна и удобна для фирм, не желающих проводить свои собственные разработки ценовой стратегии, однако может привести к серьезным ошибкам и просчетам.

Поскольку в работе определяется плановая цена, то используется метод «издержки + плановая прибыль» как самый распространенный в российской экономике.

Цена = себестоимость (затраты туроператора – «офисные» затраты) + прибыль (50%) + НДС (18%).

Себестоимость одного туродня = 60 руб.

Прибыль одного туродня = 60\*0.5 = 30 руб.

НДС одного туродня = (60 + 30)\*0.18 = 16,2 руб.

**Цена одного туродня = 60 + 30 + 16,2 = 106,2 руб.**

Себестоимость тура Сочи – Венеция – Сочи составила **40109** рублей. Однако в структуру себестоимости входят:

1. прямые затраты – 35210;
2. общегрупповые – 4371;
3. офисные – 528.

Предприниматель-туроператор несет собственные затраты – 528 руб., которые должны вознаграждаться прибылью. Остальные расходы туриста возмещают затраты производителей услуг в месте их оказания.

*Плановая прибыль равна 50%, значит, прибыль туроператора составит: 528 \* 0,5 =* ***264 руб.***

Согласно законодательству, в цену услуг туризма включается налог на добавленную стоимость (НК РФ, часть II, глава 21).

*Ставка данного налога равна 18% от стоимости услуг, тогда: 528 + 264 \* 0,18 =* ***142,56 руб.***

*Таким образом, цена на данный тур равна: 40 109 (себестоимость тура) + 264 (прибыль) + 142,56 (НДС)* ~ ***40 516 руб.***

Аналогично рассчитаем цены на другие туры:

Цена на тур «Сочи – Анталья – Сочи» равна: 24220 + 150 + 81 =

**24 451 руб.** (см. табл. 2.11.2).

Цена на тур: «Сочи – Прага – Сочи» равна: 47721 + 420 + 226,8 ~

**48 368 руб**. (см. табл. 2.11.3).

Цена на тур: «Сочи – Дар-эс-Салам – Сочи» равна: 43945 + 420 + 226,8 ~ **44 592 руб.** (см. табл. 2.11.4).

Цена на тур: «Сочи – Пекин – Сочи» равна: 29131 + 210 + 113,4 ~

**29 455 руб.** (см. табл. 2.11.5).

Цена на тур: «Сочи – Париж – Сочи» равна: 42801 + 210 + 113,4 ~

**43 125 руб.** (см. табл. 2.11.6).

Цена на тур: «Сочи – Барселона – Сочи» равна: 20951 + 240 + 129,6 ~ **21 321 руб.** (см. табл. 2.11.7).

Цена на тур: «Сочи – Осло – Сочи» равна: 43682 + 420 + 226,8 ~

**44 326 руб.** (см. табл. 2.11.8).

**2.4 Определение зоны безубыточности и порога рентабельности**

**Зона безубыточности** – это анализ критических соотношений общей выручки от реализации услуг и объема производства с затратами, при котором туроператорская фирма будет способна покрыть все свои расходы без получения прибыли. Этот анализ помогает держать в поле зрения границы устойчивого положения туроператорской фирмы (допустимый риск).

Для оценки эффективности работы туроператорского предприятия недостаточно использования показателя прибыли, поскольку наличие прибыли еще не означает, что предприятие работает эффективно. Величина прибыли не позволяет судить о доходности, рентабельности предприятия. Многие предприятия, получившие одинаковую сумму прибыли, имеют различные объемы выручки, разные издержки, ресурсы. В этом отношении для оценки эффективности работы туроператорской фирмы используют показатель рентабельности.

Показатель рентабельности заключается в следующем:

* основной критерий оценки эффективности работы предприятия;
* повышение рентабельности характеризует цель предприятия в рыночной экономике;
* рост рентабельности способствует повышению финансовой устойчивости предприятия;
* при увеличении рентабельности возрастает интерес к предприятию.

Механизм управления прибылью туроператорской фирмы предполагает определение «порога рентабельности» – критической точки, точки безубыточности, точки самоокупаемости, точки перелома, точки разрыва.

**Порог рентабельности** – это такая выручка от реализации, при которой предприятие уже не имеет убытков, но еще не имеет прибыли. Результата от реализации после возмещения переменных затрат в точности хватает на покрытие постоянных затрат, а прибыль равна 0.

Зная определение порога рентабельности, можно сделать вывод, что **точка безубыточности туроператорской фирмы** – это такой объем продаж туроператорских услуг, при котором прибыль равна 0.

Для построения графика нам понадобятся данные:

1. Объем продаж (туродней) – 91 704
2. Выручка (рубли) = (с/с + пр. + НДС) \* Q (где: Q – объем продаж) = 106,2 \* 91 704 = 9738 965
3. Постоянные затраты (рубли) – 2874 214 (табл.)
4. Переменные затраты (рубли) – 2569 604 (табл.)

Таблица 2.17. Постоянные затраты

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Статьи затрат | Стоимость |
| 1 | Амортизация ОПФ | 1063 750 |
| 2 | Амортизация нематериальных активов | 79 200 |
| 3 | Реклама | 66 000 |
| 4 | Налоги, сборы, платежи | 60 000 |
| 5 | ФОТ (АУП) + ЕСН | 1605 264 |
| **Итого:** | | **2874 214** |

Таблица 2.18. Переменные затраты

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Статьи затрат | Стоимость |
| 1 | ФОТ (ПП) + ЕСН | 1680 984 |
| 2 | Оборотные средства | 237 500 |
| 3 | Расходные материалы\* | 180 720 |
| 4 | Приобретение литературы | 63 600 |
| 5 | Интернет | 36 000 |
| 6 | Командировочные расходы | 120 000 |
| 7 | Услуги связи | 48 000 |
| 8 | Расходы на сертификацию услуг | 43 200 |
| 9 | Участие в выставках | 60 000 |
| 10 | Коммунальные платежи | 81 600 |
| 11 | Отправка почты | 18 000 |
| **Итого** | | **2569 604** |

Порог рентабельности (туродни) = Постоянные затраты / (Цена единицы продукта – Переменные затраты / Объем производства).

*Порог рентабельности = 2874 214/((106,2 – (2569 604: 91 704)* ***= 36 765 (туродней).***

Если производить меньше 36 765 туродней, то предприятие будет убыточно.

**2.5 Анализ результатов деятельности предприятия**

Проведение анализа финансовых результатов деятельности предприятия имеет огромное практическое значение. Разработаны методология и технологии анализа, формы передачи информации.

Прибыль рассматривается как результативный (оценочный) показатель – она характеризует эффективность деятельности предприятия, успех предпринимательской деятельности, является экономическим показателем роста предприятия. Предприятие получает прибыль, если выручка от продаж превышает себестоимость реализованной продукции (работ, услуг).

Проведем анализ финансовых результатов деятельности ***ООО******«Колибри ТУР»***

**Выручка**=9738 965 руб.

Для определения валовой прибыли необходимо от выручки отнять НДС, материальные затраты и налог на имущество.

**НДС**=16,2\*91 704= **1485 605** руб.

**Материальные затраты**= **5443 818** руб.

**Налог на имущество** = ((ст-ть ОПФ + (ст-ть ОПФ – Амор. за год)) /2 \* 2,2)/100 = **(**17 976 000 + (17 976 000 **–** 1063 750))/2)\* (2,2/100) = **383 771** руб.

**Валовая прибыль** = 9738 965 – 1485 605 – 5443 818 – 383 771 =

**2425 771** руб.

Далее необходимо отнять налог на прибыль (20%).

**Чистая прибыль**=2425 771 – (2425 771\*0,2) = 1940 616 руб.

Рентабельность продаж – это показатель, характеризующий величину прибыли, которую приносит предприятию каждый рубль проданной продукции.

Рпрод = ЧП / ВР \* 100%,

Где ЧП – чистая прибыль от продаж; ВР – выручка от реализации продукции.

**Рентабельность продаж** = 1940 616 /9738 965 \*100%=**19,9%**

Рентабельность производства – отношение прибыли к сумме основного и оборотного капитала.

**Рентабельность производства** = чистая прибыль / материальные затраты\*100%=1940 616 /5443 818 \*100% = **35.6%**

**2.6 Условия банкротства и санации предприятия**

В соответствии с Федеральным законом «О несостоятельности (банкротстве) предприятий» от 8 января 1998 г. №6–83 под **несостоятельностью (банкротством)** понимается неспособность удовлетворить требования кредиторов по оплате товаров (работ, услуг), включая неспособность обеспечить обязательные платежи в бюджет и внебюджетные фонды.

***В Российской Федерации используются два признака банкротства:***

*1) Приостановление текущих платежей* – предприятие не обеспечивает или заведомо не способно обеспечить выполнение требований кредиторов в течение трех месяцев со дня наступления сроков их исполнения. По истечении указанного срока кредиторы предприятия-должника получают право на обращение в арбитражный суд с заявлением о признании его несостоятельным (банкротом). В суд может обратиться с заявлением и сам должник.

В том случае, когда результаты деятельности предприятия ведут к банкротству, может быть проведена санация (оздоровление) предприятия.

*2) Сумма долга.* По новому закону о несостоятельности для юридического лица она не должна быть менее 100 тысяч рублей (вместо 500 МРОТ по закону о банкротстве 1998 года);

**Санация** – это комплекс мероприятий, направленных на предотвращение банкротства и ликвидацию предприятия. Суть санации состоит в передаче (по решению суда) функций по управлению делами фирмы государственному органу или совету кредиторов из числа уполномоченных специалистов по делам о несостоятельности.

Применение процедуры санации создает реальные возможности для решения следующих задач;

* обеспечение выживания предприятия;
* заключение мировой сделки между должниками и кредиторами;
* достижение лучшей реализации активов предприятия, чем при его ликвидации.

Санация может осуществляться организационными и финансовыми методами. В первом случае проводятся изменения в административном аппарате предприятия, устраняются или сокращаются нерентабельные подразделения. Финансовые меры могут предусматривать выпуск новых акций или облигаций для мобилизации денежного капитала, увеличение банковских кредитов и предоставление бюджетных субсидий, уменьшение дивидендов (процентов) по акциям (облигациям, депозитам), отсрочку их погашения (выплат), перевод краткосрочной задолженности в долгосрочную.

# Заключение

В данной курсовой работе мы предусмотрели и просчитали все возможные стороны деятельности туроператорской фирмы: организационную, финансовую, содержательную, кадровую и многие другие. В этих целях мы провели тщательный анализ, позволяющий выявить основные пути развития фирмы, главные вопросы, проблемы и пути их решения.

Полный анализ потенциального предприятия даёт представления о предполагаемом бизнесе как с точки зрения содержания, организации, так и сточки зрения финансов. Рентабельность продаж нашего предприятия составила 19,9%, а рентабельность производства 35.6%. Это отличные показатели для данного предприятия. После получения положительного результата можно приступить к созданию туристской фирмы в рабочем порядке.

Часто любое дело начинается с получения кредита или с создания совместного предприятия. Кредиторам, инвесторам и партнёрам необходимо представить картину будущего предприятия, т.е. дать характеристику продукции, рынков, перспектив сбыта и окупаемости. Для этих целей обычно составляется бизнес-план, которым и является данная курсовая работа. Правильно и грамотно составленный он поможет, во-первых, избежать множество ошибок, распространённых у начинающих предприятий, и, во-вторых, как ничто другое убедит инвесторов в том, что наша компания – предприятие серьёзное, прибыльное и перспективное.

**Список литературы**

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (Части 1 и 2) – 2008.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации – 2008.
3. Горбылева З.М. Экономика туризма. – Минск, БГЭУ, 2004.
4. Быстров С.А. Финансовый менеджмент в туризме, М, Изд. Герда, 2006.
5. Ильина Е.Н. Туризм – путешествия. Создание туристской фирмы. Агентский бизнес: Учебник для туристских колледжей и вузов. – М., 1998.
6. Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в СКСиТ, М.ACADEMA, 2004.
7. Остапенко В.В. Финансы предприятия. – М., «Омега», 2004.
8. Под ред. Власовой В.М. Основы предпринимательской деятельности, Ростов на Дону, Март, 2002.
9. Яковлев ТА. Экономика и статистика в туризме, М, 2002.
10. Лекционный материал.