Содержание

[Введение 3](#_Toc279323480)

[1. Теоретические аспекты изучаемого вопроса. 4](#_Toc279323481)

[1.1.Сущность, функции и роль предпринимательства. 4](#_Toc279323482)

[1. 2. Организационные формы предпринимательства. 6](#_Toc279323483)

[1.3. Виды предпринимательской деятельности. 10](#_Toc279323484)

[1.4. Основные понятия в туризме. 12](#_Toc279323485)

[1.5.Предприятия туристской индустрии. 12](#_Toc279323486)

[2. Разработка внутрифирменного плана на примере туристской фирмы. 25](#_Toc279323487)

[2.1. Объём туристского потока. 25](#_Toc279323488)

[2.2. Производственные фонды туристской фирмы. 26](#_Toc279323489)

[2.3. Экономика труда в туристской фирме. 29](#_Toc279323490)

[2.4 Себестоимость туристических услуг. 30](#_Toc279323491)

[2.5 Образование цены на туристические услуги. 32](#_Toc279323492)

[2.6 Основные показатели финансово – экономической деятельности туристической фирмы. 34](#_Toc279323493)

[2.6.1 Объём реализации туристических услуг. 34](#_Toc279323494)

[2.6.2 Показатели использования основных фондов. 34](#_Toc279323495)

[2.6.3 Показатели использования рабочей силы. 35](#_Toc279323496)

[2.6.4 Себестоимость и цена на туристические услуги. 37](#_Toc279323497)

[2.6.5 Балансовая, налогооблагаемая и чистая прибыль туристической фирмы. 37](#_Toc279323498)

[2.6.6 Рентабельность деятельности туристической фирмы. 38](#_Toc279323499)

[Заключение 39](#_Toc279323500)

[Список литературы 41](#_Toc279323501)

# Введение

Туризм в современном обществе играет большую роль. Значение туризма в жизни людей, регионов, государств и в международной жизни сегодня невозможно переоценить.

В настоящее время туризм это мощная индустрия, включающая в себя разнообразные формы динамично развивающегося предпринимательства. Турбизнес является одним из наиболее развитых видов предпринимательства, который имеет свои характерные особенности. Предпринимательская деятельность и индустрия туризма развивается высокими темпами, следовательно, знание особенностей данной деятельности помогает спрогнозировать ее дальнейшее развитие, что подчеркивает актуальность данной работы.

Объектом работы следует считать предпринимательскую деятельность. Предметом является предпринимательская деятельность в туризме и сфере обслуживания.

Целью данной курсовой работы является выявление особенностей предпринимательской деятельности в туризме и сфере обслуживания.

Для достижения цели определим следующие задачи:

* подробно рассмотреть сущность, функции и роль предпринимательства;
* дать характеристику организационным формам предпринимательства;
* выделить основные виды предпринимательской деятельности;
* определить основные виды предприятий туристской индустрии;
* дать характеристику данных предприятий по таким показателям как вид деятельности, предоставляемые услуги и т.д.;

# 1. Теоретические аспекты изучаемого вопроса.

## 1.1.Сущность, функции и роль предпринимательства.

На сегодняшний день в мире не существует общепринято­го определения предпринимательства. Американский ученый, профессор Роберт Хизрич определяет "предпринимательство как процесс создания чего-то нового, что обладает стоимостью, а предпринимателя - как человека, который затрачивает на это все необходимое время и силы, берет на себя весь финансовый, психологический и социальный риск, получая в награду деньги и удовлетворение достигнутым результатом. Английский профессор Алан Хоскинг утверждает: "Инди­видуальным предпринимателем является лицо, которое ведет дело за свой счет, лично занимается управлением бизнесом и несет личную ответственность за обеспечение необходимыми средствами, самостоятельно принимает решения. Его вознаг­раждением является полученная в результате предпринима­тельской деятельности прибыль и чувство удовлетворения, ко­торое он испытывает от занятия свободным предприниматель­ством. Но наряду с этим он должен принять на себя весь риск потерь в случае банкротства его предприятия.

В Законе Российской Федерации «О предприятии и предпринимательской деятельности» отмечается, что «предпринимательская деятельность (предпринимательство) представляет собой инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли».

Предпринимательство - это особый вид эко­номической активности (под которой мы понимаем целесо­образную деятельность, направленную на извлечение при­были), которая основана на самостоятельной инициати­ве, ответственности и инновационной предприниматель­ской идее.

Предпринимательство характеризуется обязательным наличием инновационного момента - производство нового товара, смена профиля деятельности или основание нового предприятия.

Основным субъектом предпринимательской деятельности выступает предприниматель. Однако предприниматель - не единственный субъект, в любом случае он вынужден взаимо­действовать с потребителем как основным его контрагентом, а также с государством, которое в различных ситуациях может выступать в качестве помощника или противника. И потреби­тель и государство также относятся к категории субъектов предпринимательской деятельности, как и наемный работник (если, конечно, предприниматель работает не в одиночку), и партне­ры по бизнесу (если производство не носит изолированного от общественных связей характера)

Среди наиболее важных целей предпринимателя - производство товаров и услуг, доход, престиж, развитие бизнеса. Как показано на рис.1, все эти цели взаимосвязаны.

|  |
| --- |
| Предприниматель |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Товары и услуги |  | Доход (интересы) |  | Развитие бизнеса |

|  |
| --- |
| Престижные цели |

*Рис. 1. Цели предпринимательства*

Целью предпринимательской активности является производство и предложение рынку такого товара, на который имеется спрос и который приносит предпринимателю прибыль. Прибыль - это излишки доходов над расходами, по­лучаемые в результате реализации принятого предпринимательского решения по производству и поставке на рынок това­ра, в отношении которого предпринимателем выявлен не удовлетворяемый или скрытый спрос потребителя.

## 1. 2. Организационные формы предпринимательства.

###### Предпринимательство как особая форма экономической ак­тивности может осуществляться как в государственном, так и в частном секторе экономики. В соответствии с этим различают:

* государственное предпринимательство;
* частное предпринимательство.

Государственные предпринимательство - форма осуществления экономической активности от имени предприятия, учрежденного:

* государственными ор­ганами управления, которые уполномочены (в соответствии с действующим законодательством) управлять государственным имуществом (государственное предприятие),
* органами местного самоуправления (муниципальное пред­приятие).

Собственность такого рода предприятий - форма обособления части государственного или муниципального иму­щества, части бюджетных средств и других источников. Важной характеристикой таких предприятий выступает то обстоятель­ство, что они отвечают по своим обязательствам только имуществом, находящимся в их собственности.

Частное предпринимательство- форма осуществления экономической активности от имени предприятия (если оно зарегистрировано в качестве таково­го) или предпринимателя (если такая деятельность осуще­ствляется без найма рабочей силы, в форме индивидуальной трудовой деятельности).

Конечно, каждый из этих видов - государственное и част­ное предпринимательство - имеет свои отличительные при­знаки, но основные принципы их осуществления во-многом сов­падают. И в том и в другом случае осуществление такой дея­тельности предполагает инициативность, ответственность, инновационный подход, стремление к максимизации прибыли.

Предпринимательство существует в различных формах. В основе их классификации лежат два признака: форма собственности и величина фирмы. Любая предпринимательская деятельность осуществляется в рамках определенной организационной формы предприятия. Выбор формы за­висит частично от личных интересов и профессии предпринимателя, но в основном определяется объективными условиями:

* сферой деятельности;
* наличием денежных средств;
* достоинством тех или иных форм предприятий;
* состоянием рынка.

Форма предпринимательства - это система норм, определяющая внутренние отношения между партнерами по предприятию, с одной стороны, и отношения этого предприятия с другими предприятиями и государственными органами - с другой.

Согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации в нашей стране существуют следующие организационно-правовые формы:

1. хозяйственные товарищества и общества (полное товарищество, товарищество на вере, общество с ограниченной ответственностью, закрытое акционерное общество и открытое акционерное общество);
2. производственные кооперативы;
3. государственные и муниципальные унитарные предприятия;
4. некоммерческие организации (потребительские кооперативы, общественные и религиозные организации, объединения, фонды);
5. индивидуальные предприниматели.

Полным товариществом признается объединение двух предпринима­телей (предприятий) и более. Создаваемое ими предприятие путем за­ключения договора, предусматривает осуществление совместной пред­принимательской деятельности и полную (неограниченную) ответствен­ность принадлежащим имуществом по обязательствам товарищества.

Товариществом на вере признается объединение, в котором в соответствии с учреди­тельным договором о создании товарищества, один или несколько его действительных членов несут полную (неограниченную) ответственность по обязательствам товарищества, а остальные члены - вкладчики несут ответственность, связанную с де­ятельностью товарищества, в пределах принадлежащей им доли капита­ла товарищества, включая неоплаченную ими часть своего вклада.

Обществами с ограниченной ответственностью признаются органи­зации, созданные по соглашению юридическими лицами и гражданами, путем объединения их вкладов, в целях осуществления хозяйственной деятельности.

Акционерное общество (АО) - форма предприятия, средства которо­го образуются за счет объединения капитала, выпуска и размещения ак­ций. Различие между обществом с ограниченной ответственностью и АО состоит в том, что в первом случае объединяются люди (предприниматели) для совместной работы, а во втором случае объеди­няется, прежде всего капитал для его совместного использования. В обо­их случаях участники общества несут ответственность за результаты де­ятельности, ограниченную своими вкладами.

Акционерное общество может быть открытого и закрытого типа. Различие между ними состоит в том, что открытое АО может свободно продавать свои акции без согласия других акционеров. А закрытое АО акции распределяет только среди заранее определенного круга лиц.

Производственный кооператив (артель) - разновидность коммерческой организации, отличающаяся от товариществ и обществ, основана на добровольном объединении физических лиц, не являющихся индивидуальными предпринимателями, но участвующих в деятельности предприятия, прежде всего личным трудом.

Унитарное предприятие - коммерческая организация, права собственности на имущество которой закреплены за ее учредителем. Само унитарное предприятие не является собственником закрепленного за ним имущества. Главным признаком унитарного предприятия является концентрация собственности у одного лица.

Законом предусмотрено существование двух типов унитарного

предприятия: основанного на праве хозяйственного ведения и на праве оперативного управления. Право хозяйственного ведения, предусматривает распоряжение закрепленным за ним имуществом в определенных собственником пределах, является более широким, нежели право оперативного управления, допускающее только использование имущества в соответствии с заданиями собственника, а распоряжение им - исключительно с согласия последнего. Унитарные предприятия, основанные на праве хозяйственного ведения, могут быть двух видов - государственные, образованные Российской Федерацией и ее субъектами (республиками, областями и краями), и муниципальные, образованные муниципальными образованиями (городами, районами и т. п,)

Некоммерческой организацией является образование, не имеющее извлечение прибыли в качестве цели своей деятельности и не распределяющее полученную прибыль среди участников. Она может быть представлена общественными и религиозными организациями, учреждениями, потребительскими кооперативами и благотворительными фондами, различными союзами и ассоциациями юридических лиц.

Индивидуальным предпринимателем является физическое лицо (гражданин), которое лично ведет дело от своего имени, за свой счет и на свой риск, самостоятельно принимает хозяйственные решения. Индивидуальный предприниматель несет личную, полную ответственность за результаты своей деятельности. Это означает, что в случае образования долга предприниматель расплачивается всем своим имуществом (ст.24,25 ГК РФ).

Индивидуальный предприниматель имеет право создавать предприятия, самостоятельно определять профиль своей деятельности и производственную программу, приобретать имущество или имущественные права, использовать имущество других лиц по договору аренды, нанимать или увольнять работников, получать кредит и открывать счет в банке, самостоятельно распределять прибыль от предпринимательской деятельности, оставшуюся

после уплаты подоходного налога и осуществлять операции с валютой.

## 1.3. Виды предпринимательской деятельности.

В зависимости от содержания предпринимательской деятельности и ее

связи с основными стадиями воспроизводственного процесса различают

разные виды предпринимательства:

* производственное
* коммерческое
* финансовое
* посредническое
* страховое.

Предпринимательство называется *производственным*,если сам предприниматель непосредственным образом, используя в качестве факторов орудия и предметы труда, производит продукцию, товары, услуги, работы, информацию, духовные ценности для последующей продажи потребителям, покупателям, торговым организациям. Таким образом, функция производства в этом виде предпринимательства - основная, определяющая.

Предпринимательская деятельность, связанная с непо­средственным производством товаров, может носить:

* традиционалистский характер (традиционалистское предпринимательство)
* инновационный характер (инновационная предпринима­тельская деятельность, инновационное предпринимательство).

Предпринимательство в сфере непосредственного произ­водства товаров может, таким образом, ориентироваться на про­изводство и поставку на рынок традиционных или инноваци­онных товаров. Практика предпринимательской деятельности в любой ее форме включает в себя инновационный процесс. Приводимое выше деление типов предпринимательской деятель­ности основывается на убеждении, что производство и постав­ка на рынок традиционных товаров осуществляется также с ис­пользованием каких-то новых методов или приемов, связанных с организацией производства, техническими элементами про­изводства или изменениями качественных характеристик производимого товара.

В *коммерческом* предпринимательстве предприниматель выступает в роли коммерсанта, торговца, продавая готовые товары, приобретенные им у других лиц, потребителю, покупателю. В таком предпринимательстве прибыль образуется путем продажи товара по цене, превышающей ценю приобретения.

*Финансовое* предпринимательство - особая форма коммерческого предпринимательства, в котором в качестве предмета купли-продажи выступают деньги и ценные бумаги, продаваемые предпринимателем покупателю или предоставляемые ему в кредит.

*Посредничеством* называют предпринимательство, в котором предприниматель сам не производит и не продает товар, а выступает в роли посредника, связующего гнезда в процессе товарного обмена, в товарно-денежных операциях. Главная задача и предмет предпринимательской деятельности посредника - соединить две заинтересованные во взаимной сделке стороны. Так что есть основания утверждать, что посредничество состоит в оказании услуг каждой из этих сторон. За оказание подобных услуг предприниматель получает доход, прибыль.

Лица, представляющие ин­тересы производителя или потребителя, но сами не являющиеся таковыми, назы­ваются посредниками.

Предпринимательская активность в сфере посредничест­ва позволяет совместить в самые сжатые сроки экономические интересы производителя и потребителя.

*Страховое* предпринимательство заключается в том, что предприниматель гарантирует страхователю имущества, ценности, жизни за определенную плату компенсацию возможного ущерба в результате непредвиденного бедствия. Страхование имущества, здоровья, жизни - особая форма финансово-кредитного предпринимательства, заключающаяся в том, что предприниматель получает страховой взнос, выплачивая страховку только при определенных обстоятельствах. Так как вероятность возникновения таких обстоятельств невелика,  то оставшаяся часть взносов образует предпринимательский доход.

## 1.4. Основные понятия в туризме.

Туризм играет одну из главных ролей в мировой экономике, обеспечивая десятую часть мирового валового национального продукта.

Туристический бизнес - одна из наиболее быстро развивающихся отраслей мирового хозяйства. На нее приходится около 6% мирового валового национального продукта, 7% - суммарных капитальных вложений, 11% - мировых потребительских расходов и 5% - всех налоговых поступлений.

На долю международного туризма приходится около 7% от мирового экспорта.

*Положительными чертами туризма являются:*

* мощное воздействие на занятость населения
* является активным источником в поступлении иностранной валюты
* оказывает воздействие на платежный баланс страны
* воздействует на социальную и культурную среду стран.

*Негативными последствиями туризма являются:*

* инфляция
* разрушающее влияние на окружающую среду
* нарушение традиций местного населения.

В настоящее время в Российской Федерации функционирует рынок туристических услуг, который претендует на сходство с мировым. Выделяют 4 основных направления туристического рынка:

* выездной туризм
* въездной туризм
* шоп – туризм
* внутренний туризм.

Туристическая деятельность – это туроператорская и турагентская деятельность по организации путешествий.

## 1.5.Предприятия туристской индустрии.

Туристская индустрия - совокупность предприятий, учреждений и

организаций материального производства и непроизводственной сферы, обеспечивающих производство, распределение, обмен и потребление туристского продукта, освоение и использование туристских ресурсов, и создание материально-технической базы туризма, которая включает в себя следующие компоненты:

1. организаторы туризма - туристские предприятия по разработке, продвижению и реализации туристского продукта (туроператоры и турагенты)
2. предприятия, предоставляющие услуги по размещению (гостиницы, мотели, пансионаты, дома отдыха и т.д.)
3. предприятия питания (рестораны, кафе, бары и др.)
4. транспортные предприятия (авто- и авиационные предприятия, железнодорожные ведомства, предприятия речного и морского транспорта и др.)
5. Экскурсионная деятельность
6. Предприятия сферы досуга и развлечений (тематические парки, киноконцертные залы, клубы по интересам, залы игровых автоматов и др.).

Приведенный перечень является далеко не полным. В индустрию туризма также включают предприятия торговли (магазины по реализации туристского снаряжения и сувениров), органы управления туризмом (государственные учреждения, общественные туристские организации), учебные, научные, проектные учреждения, банки, страховые компании, лечебные и медицинские учреждения, организации связи и многое другое.

Исходя из этих предпосылок, федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» определяет туристскую индустрию как «совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туристскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов.

*К туристским услугам относятся:*

* размещение туристов
* перемещение туристов из страны (места) постоянного места жительства в страну (место) временного пребывания и обратно
* обеспечение туристов питанием
* удовлетворение культурных потребностей туристов (экскурсии, посещение театров, концертных залов, музеев, памятников истории и культуры, парков, заповедников, фестивалей, спортивных соревнований и т.д.)
* удовлетворение деловых и научных интересов (участие в конгрессах, конференциях, совещаниях, семинарах, ярмарках, выставках и т.д.)
* информационные (о туристских ресурсах того или иного региона, таможенных и пограничных формальностях, курсах валют, видах транспорта, ценах и т.д.)
* средства связи (пользование Интернетом, междугородней и международной связью, факсом)
* организационные (оформление паспортов, виз, страхование, предоставление гидов, переводчиков и т.д.)
* торговые предприятия, как общего, так и специального назначения (продажа сувениров, подарков и т.д.)
* посреднические (бронирование мест в гостиницах, билетов на различные виды транспорта, отправка и доставка корреспонденции, приобретение подарков, сувениров)
* бытовые (ремонт одежды, обуви, химчистка, прокат и т.п.)
* спортивно - оздоровительные (пользование бассейнами, спортивными сооружениями, охота и рыбная ловля по лицензиям и т.д.).

*Туристские предприятия по разработке, продвижению и реализации туристского продукта.*

*Туроператор* - туристическая организация, которая:

1. занимается разработкой туристического продукта и комплектацией туров
2. обеспечивает их функционирование
3. организует рекламу и продвижение туристского продукта на рынке
4. определяет цены на туры
5. продает их турагентам для реализации по своим лицензиям.

Под туроператорской деятельностью национальное законодательство понимает деятельность, направленную на формирование, продвижение и реализацию турпакета, т. е. организацию путешествия. Эта деятельность осуществляется юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (туроператором) на основании специального разрешения - лицензии на международную туристскую деятельность.

Туроператоры играют особую роль в туризме. Они покупают услуги, связанные с туризмом (например, места в поездах, самолетах, номера в отелях и другие), а затем формируют пакеты туристских услуг и продают их различным пользователям (агентам) с целью получения прибыли. В то же время можно продавать услуги и раздельно. Это делается либо из соображений прибыли, либо по необходимости.

В первом случае, когда туроператор формирует пакет услуг, он выступает в роли производителя и собственника туристского продукта. Даже в том случае, если услуги собираются использовать конкретно по назначению.

Во втором случае, когда туроператор продает услуги по отдельности, он выступает как оптовый дилер туристических услуг. Это происходит в том случае, когда туроператор покупает у производителя больше услуг, чем необходимо для формирования туристского пакета.

Туристский пакет - комплекс услуг, предоставляемых в путешествии по индивидуальному или групповому плану, который предлагается в широкую продажу как серийный тур и в который, кроме транспорта, входят размещение, питание, услуги гида, экскурсовода и другое обслуживание.

Существуют четыре основных типа туроператоров, которые определяются их положением на туристском рынке.

1. Операторы массового рынка - они продают большое число турпакетов, в которых часто используются чартерные авиарейсы в определенные места назначения, главным образом в места назначения массового туризма.
2. Специализированные операторы - это туроператоры, специализирующиеся на определенном продукте или сегменте рынка (на определенной стране, на определенном виде туризма и т. д.).
3. Туроператоры внутреннего рынка - продают турпакеты внутри страны проживания, что означает, что туры размещаются внутри страны.
4. Туроператоры внешнего рынка - создают пакеты и продают их в разные страны и особенно в те, из которых приезжает большое количество туристов

Основной задачей деятельности туроператора является создание тура, подкрепленного соответствующей программой обслуживания. Этот продукт и является основным туристским продуктом туроператора, выпускаемым на рынок и реализуемым через агентскую сеть.

*Турагент* - это организация - посредник, занимающаяся продажей сформированных туроператором туров, выпускающая и реализующая их потребителю.

Турагент предоставляет потребителю подготовленные туроператором туры по договору возмездного оказания туристских услуг - основной юридический документ, отражающий условия, сроки, обязательства, ответственность и другие существенные условия, добровольно принятые на себя сторонами в связи с куплей - продажей пакета туристских услуг. Конкретные фирмы и содержание договора определяются продавцом тура в соответствии с Гражданским кодексом РФ.

Турагентство - предприятие сферы туризма, занимающееся продажей туров, организованных различными туроператорами, а также отдельных услуг непосредственно туристам.

Основные задачи турагентства:

1. полное и широкое освещение возможностей отдыха и путешествий по всем

имеющимся турам, курортам, туристским центрам и др.

1. продвижение этой информации с помощью рекламы
2. организация продажи туристского продукта в соответствии с современными

методами торговли, а также используя специфику и особенности туристского рынка.

Агентский договор - договор, по которому одна сторона (агент) обязуется за вознаграждение совершать по поручению другой стороны (принципала) юридические и иные действия от своего имени, но за счет принципала либо от имени и за счет последнего (статья 1005 ГК РФ).

*Основные различия между туроператором и турагентом:*

* По системе доходов:

Туроператор покупает некоторый туристский продукт, и его прибыль формируется из разницы между ценой покупки и ценой продажи; очень часто туроператор приобретает отдельные услуги, из которых затем формирует комплексный туристский пакет со своим механизмом ценообразования. В то же время турагент действует как розничный продавец, и его прибыль получается из комиссионных за продажу чужого туристского продукта; турагент реализует туристский продукт (часто и отдельные услуги, например авиабилеты, номера в гостиницах) по реальным ценам туроператоров или производителей услуг.

* По принадлежности туристского продукта:

Туроператор всегда имеет запас туристского продукта для продажи, а турагент запрашивает определенный продукт (услугу), только когда клиент выражает покупательский интерес.

На практике предприятие может быть одновременно туроператором и турагентом.

*Предприятия, предоставляющие услуги по размещению.*

Типология гостиничного предприятия с конкретным описанием каждого типа представлена в таблице 1.

*Таблица 1. Типология гостиничных предприятий.*

|  |  |
| --- | --- |
| Тип гостиничного предприятия | Характеристика |
| **Отель-люкс** | По вместимости данный тип гостиниц относится к малым или средним предприятиям. Обычно располагается в центре города. Хорошо обученный персонал обеспечивает очень высокий уровень сервиса самым требовательным клиентам, которыми являются участники конференций, деловых встреч, бизнесмены, высокооплачиваемые профессионалы. Характерна высокая цена номера, включающая всевозможные виды обслуживания. |
| **Гостиница среднего класса** | По вместимости больше отеля (400-200 мест). Располагается в центре города или городской черте. Предлагает достаточно широкий набор услуг, и цены на них равны уровню региона расположения или несколько выше. Рассчитана на прием бизнесменов, туристов-индивидуалов, участников конгрессов, конференций и т.д. |
| **Гостиница-апартамент (апарт-отель)** | По вместимости малых или средних размеров (до 400 мест). Характерна для крупного города с непостоянным населением. Представляет собой квартирный тип, используемый в качестве временного жилья, чаще всего на базе самообслуживания. Цена в данном типе гостиниц, как правило, варьируется в зависимости от сроков размещения. Обслуживает семейных туристов и бизнесменов, коммерсантов, останавливающихся на длительный срок. |
| **Гостиница экономического класса** | Предприятие малой или средней вместимости (до 150 мест и более). Располагается вблизи магистралей. Характерно простое и быстрое обслуживание, ограниченный набор услуг. Потребители – бизнесмены и индивидуальные туристы, не нуждающиеся в полном пансионе и стре6мящиеся к фактической оплате потребляемых ими услуг. |
| **Отель-курорт** | Предприятие со значительными различиями по вместимости, предлагающее полный набор услуг гостеприимства. Кроме того, здесь можно получить комплекс специального медицинского обслуживания и диетического питания. Располагается в курортной местности. |
| **Мотель** | Простые одно- или двухэтажные сооружения, расположенные вне городской застройки, в пригороде, у автомагистралей. Это малые или средние предприятия (до 400 мест). Характерен средний уровень обслуживания при небольшом количестве персонала. Клиентами являются разные категории туристов, но с акцентом на познавательный автотуризм. |
| **Частная гостиница типа «ночлег и завтрак»** | Получила широкое распространение в США. Это гостиница малой (иногда средней) вместимости. Расположена в пригороде или сельской местности. В обслуживание, как правило, входят завтрак и ранний легкий ужин в домашней обстановке. Клиентами являются коммерсанты и маршрутные туристы, стремящиеся к домашнему уюту. |
| **Отель-гарни** | Предприятие, представляющее клиентам ограниченное количество услуг: размещение и континентальный завтрак. |
| **Пансион** | Предприятие с простым стандартом и ограниченным спектром услуг. В отличие от отелей-гарни здесь предоставляются завтраки, обеды и ужины (полный пансион). Однако услуги питания могут получить только клиенты. |
| **Гостиный двор** | Предприятие, отличающееся от отелей упрощенным стандартом обслуживания, вместимостью (вместимость номерного фонда гостиных дворов, как правило, меньше вместимости отелей), отсутствием ряда общественных помещений для встречи и пребывания гостей. В структуре гостиного двора обязательно наличие ресторана или бара. |
| **Ротель** | Передвижная гостиница, представляющая собой вагон с одно-, двухместными отсеками, в которых расположены спальные кресла. Имеется отсек для переодевания, туалет, кухня, холодильник. |
| **Ботель** | Небольшая гостиница на воде, в качестве которой используется соответствующим образом оборудованное небольшое судно. |
| **Флотель** | Большая гостиница, часто называемая «курортом на воде». Туристам предлагаются комфортабельные номера с большим набором услуг: бассейны, водные лыжи, снасти для рыбной ловли, оснащение для подводного плавания и подводной охоты, тренажерные залы, залы для конгрессов и конференций, библиотеки, разнообразное обеспечение (телефон, телефакс, телетайп, телевизор и т.д.). В последнее время часто используется для организации бизнес-туров, конгресс-туров, конгресс-круизов, обучающих туров. |
| **Флайтель** | Аэрогостиница, или «летающий отель». Чрезвычайно дорогой и немногочисленный тип гостиниц. Оборудован посадочной площадкой и связью с метеослужбами. |

В международной практике принята Стандартная классификация средств размещения туристов, разработанная экспертами ВТО. По ней все средства размещения делятся на две категории - коллективные и индивидуальные*.*

Кколлективным средствам размещения туристов относятся гостиницы и аналогичные средства размещения, специализированные заведения и прочие предприятия размещения. Гостиницы состоят из номеров, имеют единое руководство, сгруппированы в классы и категории в соответствии с предъявляемыми услугами, имеющимся оборудованием и стандартами страны.

Аналогичные заведения включают пансионаты, меблированные комнаты, туристские общежития и другие средства размещения, которые состоят из номеров и предоставляют определенный перечень гостиничных услуг, в число которых обязательно входит ежедневная уборка номера и санузла, заправка постели.

Специализированные средства размещения, помимо предоставления услуг проживания, выполняют какую-либо другую специализированную функцию. К числу предприятий данного типа относятся оздоровительные заведения, конгресс - центры, предприятия по размещению в коллективных средствах передвижения.

Прочие коллективные средства размещения предоставляют ограниченные гостиничные услуги, исключая ежедневную заправку постелей и уборку жилых помещений. Это могут быть огороженные площадки для палаток, автоприцепов, домов на колесах; бухты для малых судов; молодежные общежития и т.д.

К индивидуальным средствам размещения относятся собственные жилища - квартиры, виллы, особняки, коттеджи, используемые посетителями - резидентами; комнаты, арендуемые у частных лиц или агентств; помещения, предоставляемые бесплатно родственниками и знакомыми.

*Предприятия питания в туризме.*

Характер торгово-производственной деятельности является главным критерием, в зависимости от которого все предприятия питания подразделяют на следующие основные типы, представленные в таблице 2.

*Таблица 2. Характеристика типов предприятий питания*

|  |  |
| --- | --- |
| ***Тип предприятия питания*** | ***Характеристика*** |
| Ресторан | Предприятие питания, предоставляющее гостям широкий ассортимент блюд, напитков, кондитерских изделий, в том числе фирменных и сложного приготовления. Высокий уровень обслуживания в ресторанах обеспечивается высококвалифицированными поварами, официантами, метрдотелями и сочетается с организацией отдыха и развлечений. |
| Кафе | Предприятие питания, предоставляющее гостям ограниченный ассортимент блюд и напитков, мучных кондитерских изделий, кисломолочных продуктов в сочетании с отдыхом и развлечениями. |
| Бар | Специализированное предприятие питания, предоставляющее гостям различные напитки, десерты, сладкие блюда и закуски. Можно отдохнуть в уютной обстановке, послушать музыку и просто развлечься. |
| буфет | Ограниченный ассортимент холодных закусок, бутербродов, напитков, булочных и кондитерских изделий, сладких блюд несложного приготовления. Допускается отпуск упакованной продукции навынос, а также организация продовольственных товаров. |
| закусочная | Изготавливает, реализует и организует потребление на месте различных блюд и закусок несложного приготовления, бульонов, холодных и горячих напитков, мучных кондитерских изделий. |
| столовая | Предназначена для приготовления, реализации и организации потребления различными контингентами населения на месте завтраков, обедов, ужинов, отпуска их на дом. Предоставляет различные дополнительные услуги. |

По признаку связанностиуправления различают предприятия, объединенные в цепи, и предприятия, работающие самостоятельно. К крупнейшим ресторанным цепям США относят МакДональдс.

В зависимости отассортимента различают предприятия полносервисные (рестораны, кафе) и специализированные (рестораны, кафе, бары и прочее).

Полносервиснымипредприятиями питания могут быть только рестораны и кафе, поскольку они предлагают широкий выбор закусок, блюд, различных напитков. Специализированныепредприятия питания основаны на том, что предлагают своему потребителю блюда определенной кухни, например, французской, итальянской и тому подобное.

В зависимости от обслуживаемого контингента предприятия могут работать с постоянным контингентом (такое предприятие питания находиться при гостиницах, санаториях и т.д.) и с переменным контингентом (например, городской ресторан).

В зависимости от метода обслуживания различают предприятия, в которых потребители обслуживаются официантами, предприятия самообслуживания, предприятия смешанного обслуживания.

Предприятия питания различаются также по полноте технологического цикла, объему и характеру услуг, виду питания, режиму работы, времени функционирования и другим признакам.

*Транспортные предприятия.*

Характеристика транспортных средств представлена в таблице 3.

*Таблица 3. Классификация транспортных предприятий*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Типы средств передвижения | Виды передвижения средств | Достоинства средств передвижения |
| 1. Сухопутные | 1.1.автомобильные и автобусные перевозки  1.2.железнодорожные перевозки | Обеспечивает доставку туристов «от дверей до дверей», мобильность, относительно высокая скорость, невысокая стоимость, гибкость в установлении графиков движения.  Достаточно высокая скорость перевозки туристов на среднее расстояние в комфортных условиях при умеренных ценах |
| 2. Водные | 2.1. подводные  2.2. надводные | Перевозка туристов в комфортных условиях; гибкие цены, зависящие от сезона. Основным видом морских и речных перевозок являются круизы. Круизинг – это международный бизнес, представляющий собой комплекс рыночных структур и соединяющий несколько определенных международных рыночных сегментов. |
| 3. Воздушные | Включают в себя от самолетов гражданской авиации до таких экзотических, как воздушные шары, дельтапланы. | Доставка туристов в кратчайшие сроки на дальние расстояния без пересадок, очень высокие цены. Существует обычно три класса обслуживания: первый класс, бизнес класс, экономический класс. Главное отличие классов – в комфортабельности кресел, качестве питания, и размере бесплатно провозимого багажа. |

В системе транспортного обеспечения в туризме различают:

* туристские перевозки, входящие в основной комплекс туристских услуг, включаемых в тур: доставка туристов от места их постоянного проживания к месту назначения и обратно
* трансферт - предоставление транспортных средств для обеспечения встреч – проводов туристов
* транспортное обслуживание программных мероприятий по турам: экскурсионное обслуживание, выезд на программные мероприятия, посещение окрестностей, перемещение по маршрутам.

*Экскурсионное обслуживание.*

Экскурсионное обслуживание - организация и оказание экскурсионных услуг, удовлетворяющих потребности человека в приобщении к духовным и нравственным ценностям, в накоплении знаний, в том числе и профессиональных, в режиме свободного выбора объектов, методов и средств познания.

Рассматривая экскурсионное обслуживание как результат деятельности туристско-экскурсионных предприятий системы организованного отдыха, следует иметь в виду, что комплекс задач экскурсионного обслуживания включает организацию отдыха, поездок и путешествий с посещением исторических, культурных, природных и иных объектов.

Общие требования и условия экскурсионного обслуживания подразделяются на обязательные и рекомендательные. К обязательным относятся: безопасность жизни и здоровья экскурсантов, сохранность их имущества, охрана окружающей среды (в том числе памятников истории и культуры). Безопасность экскурсантов обеспечивается на всем протяжении обслуживания (нормальных и чрезвычайных условиях).

К рекомендательным требованиям относятся: комфортность, комплексность, эргономичность, этичность, привлекательность. В качестве основной услуги выступают услуги экскурсовода (гида). Эффективность экскурсионного обслуживания находится в прямой зависимости от качества ее организации и проведения всего комплекса экскурсионных мероприятий. Среди этого комплекса основным является качество проводимых экскурсий, которое в свою очередь зависит от профессионального мастерства экскурсовода. Он должен обладать следующими характерными чертами: интеллектуальностью, индивидуальностью, ответственностью, личным достоинством, активной жизненной позицией.

*Страхование в туризме.*

Одним из важнейших элементов организации туризма является обеспечение безопасности жизни и здоровья туристов. Обеспечение безопасности предусматривает целый комплекс мероприятий в рамках национального законодательства, гарантирующих безопасность перемещения туристов по территории государства, их пребывания, сохранность здоровья, жизни и имущества.

Международный опыт по разработке мер безопасности туризма исследуется и обобщается ВТО. Безопасность путешествий декларировалась в Хартии туризма.

Наиболее эффективным инструментом обеспечения в туризме гарантий оказания медицинской и иной помощи, а также репатриации является страхование.

Страхование туристов - это особый вид страхования, обеспечивающий страховую защиту имущественных интересов граждан во время их туристских поездок, путешествий, шоп - туров и др.

Виды страхования, применяемые в туризме:

* страхование от несчастных случаев – индивидуальное
* страхование детей
* коллективное страхование за счет средств юридических лиц
* обязательное страхование пассажиров
* медицинское страхование - граждан выезжающих за рубеж
* иностранных граждан, временно находящихся на территории страны
* страхование ответственности - владельцев автотранспортных средств
* перевозчиков.

Таким образом, страхование в туризме является важнейшим элементом обеспечения гарантий, и, прежде всего финансовых, связанных с размещением ущерба.

В наши дни невозможно представить себе любой крупный город без туристов, как иностранных, так и отечественных.

Индустрия туризма занимает важное место в экономике большинства стран. Индустрия туризма располагает огромной материальной базой, обеспечивает занятость миллионов людей и взаимодействует почти со всеми отраслями хозяйства. В экономике современной России туризм также занимает важное место.

# 2. Разработка внутрифирменного плана на примере туристской фирмы.

## 2.1. Объём туристского потока.

Используя исходные данные исследуемой туристической фирмы, рассчитаем общее количество трудодней (Д) за предыдущий год по формуле:

**Д = Т\* t ,** где

а) *общее количество туристов (Т)*

б)*среднее время пребывания туристов в стране (t)*

В предыдущем году 7 дневным пребыванием воспользовались 477 туристов, 14 дневным - 290 туристов. Подставив исходные данные в формулу, получим количество трудодней.

Д = (477х 7) + (290 х 14)

Д = 3339 + 4060

Д = 7399(трудодней)

Исходя из полученного результата, рассчитаем количество трудодней в среднем за один месяц 7399 : 12 = 617 трудодня.

В соответствие с запланированным темпом изменения туристического потока (по 7-ми дневным турам -3%, по 14-ти дневным турам + 5%)

спрогнозируем объём туристического потока на следующий (текущий) год **(Д’)**

**Д’ = Д х Тр,**

где Тр темп изменения объёма туристического потока в %

Д’ = (3339 х 97%) + (4060 х 105%)

Д’ = 3239 + 4263

Д’ = 7502 (трудодня)

и рассчитаем предполагаемое количество туристов в следующем (текущем) году:

**Т’ = Д’ : t**

по 7-ми дневным турам Т’ = 3239 : 7 = 463 туристов

по 14-ти дневным турам Т’ = 4263 : 14 = 305 туриста.

Исходя из произведённых расчётов, можно сделать выводы о том, что в текущем году у исследуемой туристической фирмы:

по 7-ми дневным турам количество туристов уменьшится на 14 туристов (463-477);

по 14-ти дневным турам количество туристов увеличится на 15 туристов (305-290).

Возрастёт и общее количество трудодней на 103 (Д) (7502-7399), что окажет существенное влияние на финансовые результаты исследуемой туристической фирмы и увеличения дохода в следующем году.

## 2.2. Производственные фонды туристской фирмы.

**Основные фонды (ОФ)-**  средства труда, которые многократно используются в производстве, не изменяя при этом свою вещественно – натуральную форму.

Особенностью ОФ является перенесение части их стоимости на стоимость готовой продукции. Это явление называется амортизацией. Амортизация начисляется в течении нормативного срока службы активов.

Используя формулу:

**Агод = Бст х Nам% : 100%,**

где Бст – балансовая стоимость основных фондов, руб.,

Nам% - годовая норма амортизации основных фондов, %

рассчитаем годовую норму амортизационных отчислений в зависимости от амортизационной группы, к которой эти фонды относятся, и определим остаточную стоимость основных фондов на начало планируемого года по исследуемой туристической фирме.

*Состнг = Бст – Амес х п, где Амес = Агод : 12мес.*

Расчёты представим в виде таблицы.

*Таблица 4. Определение остаточной стоимости ОФ на начало планируемого года (тыс. руб.)*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Основные фонды** | **Срок прибытОФ** | **Первонач. балансов. стоим. Бст.** | **Годов. норма амортиз. Nам%** | **Кол-во месяцев работы n.** | **Износ за месяц** | **Остаточн. стоим. на нач. года Сост.нг** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** |
| **Административный корпус** | **02.09** | **1100** | **5** | **10** | **4,6** | **1054** |
| **Офисная мебель** | **02.09** | **200** | **25** | **10** | **4,2** | **158** |
| **Оргтехника** | **03.09** | **24** | **25** | **9** | **0,5** | **19,5** |
| **Автомобиль служебный** | **09.09** | **120** | **25** | **3** | **2,5** | **112,5** |
| **ИТОГО** |  | **1444** |  |  | **11,8** | **1344** |

Амортизация является одной из составляющих себестоимости тура, поэтому необходимо определить сумму годовой амортизации основных фондов.

*Агод = Бст х Nам : 100 Состнг = Бст – Амес х n*

Агод1 = 1100\*5/ 100 = 55 Сост. = 1100 – 4,6\*10 = 1054

Агод2 = 200\*25/ 100 = 50 Сост. = 200 – 4,2\*10 = 158

Агод3 = 24\*25/ 100 = 6 Сост. = 24– 0,5\*9 = 19,5

Агод4 = 120\*25/ 100 = 30 Сост. = 120 – 2,5\*3 = 112,5

*Таблица 5. Определение амортизации за год и остаточной стоимости ОФ на конец планируемого года (тыс.руб.)*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Основные фонды** | **Остат. стоим. на нач. года Состнг** | **Стоимость введённых фондов Сввед** | **Износ за год**  **Агод** | **Ост. стоим. на конец года**  **Состкг** |
| Административный корпус | **1054** | **-** | **55** | **999** |
| Офисная мебель | **158** | **-** | **50** | **108** |
| Оргтехника | **-** | **24** | **6** | **13,5** |
| Автомобиль служебный | **112,5** | **-** | **30** | **82,5** |
| компьютер  ИТОГО | **-**  **1324,5** | **27,34**  **51,34** | **6,8**  **131** | **20,54**  **1123,54** |

**Состкг = Состнг – Агод.**

Состкг1 = 1054 – 55 = 999 тыс. рублей

Состкг2 = 158 – 50 = 108 тыс. рублей

Состкг3 = 19,5 – 6 = 13,5 тыс. рублей

Состкг4 = 112,5 – 30 = 82,5 тыс. рублей

Состкг5 = 27,34 – 6,8 = 20,54 тыс. рублей

Изменения состава основных фондов туристической фирмы можно получить при рассмотрении показателей:

*1.Коэффициент износа*

*Ки = И : Бст*,

где И – стоимость износа ОФ с начала эксплуатации, руб.

Фп – первоначальная стоимость ОФ, руб.

*И = Бст – Состкг*

И = 1444 – 1123,54 = 320,46

Ки = 320,46 : 1444 = 0,22

Коэффициент износа туристической фирмы с начала эксплуатации основных фондов составляет 0,22, что говорит о том, что в течение исследуемого периода износ основных фондов составил 22%. Основные фонды имеют небольшой срок эксплуатации, что отражается на увеличении стоимости износа ОФ.

*2.Коэффициент обновления ОФ*

*Кобн = ОФввед : Состкг*,

где ОФввед – стоимость вновь введённых ОФ за определённый период.

Кобн = 51,34 : 1123,54 = 0,05

*3.Коэффициент выбытия ОФ*

*Квыб = ОФвыб : Состнг*,

где ОФвыб – стоимость выбывших ОФ за определённый период

Квыб = 131 : 1344 = 0,09

Коэффициент выбытия ОФ составил 0,09, что означает фактический износ основных средств на 9% к стоимости основных фондов на конец года.

*4.Коэффициент прироста ОФ*

*Крост = (ОФввед – ОФвыб) : Состнг*

Крост = (51,34 – 131) : 1344 = -0,06

Коэффициент прироста имеет отрицательный результат -0,06, что говорит о том, что стоимость основных фондов в течение изучаемого периода уменьшается.

## 2.3. Экономика труда в туристской фирме.

Заработная плата является формой вознаграждения за труд и важным стимулом работников предприятия. Поэтому каждое предприятие должно найти свою, наиболее эффективную и приемлемую модель оплаты труда из того количества моделей которые могут быть использованы в рыночных условиях.

В данной курсовой работе для удобства расчетов воспользовались тарифной системой оплаты труда по 18- ти разрядной тарифной сетке, в которой каждому разряду соответствует свой тарифный коэффициент (Т к).

В исходных данных определены тарифные разряды для каждой должности и уровень минимальной заработной платы (ЗПmin \* Т к), принятый на фирме. Минимальная заработная плата составляет 480 руб./месяц.

Вычислим должностной оклад по формуле:

*ДО = ЗПmin х Тк* ,где

ЗПmin – минимальная заработная плата, а Тк – тарифный коэффициент

Уровень заработной платы за месяц рассчитаем по формуле

*ЗПмес = ДО х РК*

Заработная плата за год будет составлять в 12 раз больше заработной платы за месяц.

*Таблица 6. Расчёт фонда оплаты труда туристической фирмы (тыс.руб.)*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Должность** | **Разряд** | **Тарифный коэффициент** | **Оклад**  **руб/мес** | **Зар/плата**  **руб/мес** | **Зар/плата**  **руб/год** |
| **Руководитель**  **Фирмы** | **18** | **10,07** | **4833,6** | ***6283,7*** | **75404,4** |
| **Бухгалтер** | **16** | **8,17** | **3921,6** | ***5098,1*** | **61177,2** |
| **Менеджер** | **3/11** | **4,51** | **2164,8** | **2814,2** | **33770,4** |
| **Водитель** | **9** | **3,53** | **1694,4** | ***2202,7*** | **26432,4** |
| **ИТОГО** | **-** | **-** | **12614,4** | **16398,7** | **196784,4** |

ДО=480\*10,07=4833,6 *ЗПмес=4833,6\*1,3=6283,7*

ДО=480\*8,17=3921,6 *ЗПмес=3921,6\*1,3=5098,1*

ДО=480\*4,51=2164,8 *ЗПмес=*2164,8*\*1,3*=2814,2

ДО=480\*3,53=1694,4 *ЗПмес=*2164,8*\*1,3=2202,7*

Заработную плату турагентов 2 % от выручки туристической фирмы при определении себестоимости и цены тура отнесём к переменным затратам.

## 2.4 Себестоимость туристических услуг.

Используя алгоритм расчёта приведённый в методических указаниях к курсовой работе, рассчитаем постоянные косвенные затраты по исследуемой туристической фирме:

*Таблица 7. Расчёт постоянных косвенных затрат (тыс.руб.)*

|  |  |
| --- | --- |
| Статья затрат | Косв |
| 1. Расходы на оплату труда | 196784,4 (год фонд зарплаты из таблицы 3) |
| 2. Отчисления на социальные нужды (ЕСН) | 124,8 |
| 3. Амортизация основных средств и нематериальных активов | 131 |
| 4.Расх на аренду и содерж. зданий, сооруж., оборуд. и инвентаря | - |
| 5. Расходы на ремонт основных средств | 350 |
| 6. Расходы на рекламу | 2942 |
| 7. Представительские расходы | 548 |
| 8. Транспортные расходы | 4143,8 (Lкм\*(Qл/100)\*Цр/л)  (195\*8,5/100\*25руб) |
| 9. Плата за коммунальные услуги | 1,1 |
| 10. Плата за телефон | 8,1 |
| 11. Налог на имущество | 4,5 |
| 12. Транспортный налог | 4,8 |
| Итого за год | 205242,5 |

Планирование себестоимости туристических услуг можно проводить по системе «директ-кастинг». Запланируем переменные расходы на каждого туриста за все дни поездки и прямые постоянные расходы, разделённые пропорционально количеству туристов в группе.

*Таблица 8. Расчёт себестоимости тура А, продолжительностью 7 дней $ в долларах США*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Статьи расходов | Переменные на одного туриста | Прямые постоянные |
| 1. Авиа перелёт | 352  (176\*2) |  |
| 2. Проживание в гостинице | 42 (6\*7) |  |
| 3. Питание | 77  (11\*7) |  |
| 4. Медицинская страховка | 7 (1\*7) |  |
| 5. Виза | 40 |  |
| 6. Трансферт |  | 35 |
| 7. Экскурсии (транспорт) |  | 280 |
| 8. Экскурсии (услуги гида) |  | 112 (4\*7\*4) |
| 9. Путёвка для руководителя |  | 518 |
| 10. Командировочные для руководителя |  | 56 (8\*7) |
| ИТОГО | 518 | 1001 |

*Таблица 9. Расчёт себестоимости тура Б, продолжительностью 14 дней $ в долларах США*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Статьи расходов | Переменные на одного туриста | Прямые постоянные |
| 1. Авиа перелёт | 368 (184\*2) |  |
| 2. Проживание в гостинице | 12 (8\*14) |  |
| 3. Питание | 112 (8\*14) |  |
| 4. Медицинская страховка | 14 (1\*14) |  |
| 5. Виза | 40 |  |
| 6. Трансферт |  | 35 |
| 7. Экскурсии (транспорт) |  | 336 |
| 8. Экскурсии (услуги гида) |  | 126 |
| 9. Путёвка для руководителя |  | 642 |
| 10. Командировочные для руководителя |  | 112 |
| ИТОГО | 642 | 1251 |

**Количество туристов в группе 22 чел.**

На основании данных представленных в таблице 5,рассчитаем себестоимость одной путёвки, продолжительностью 7 дней, воспользовавшись формулой:

***S = Сперем + (Спрям : Тгр) + (Скосв : Тгод),***

где Тгр – количество туристов в группе, а Тгод – количество туристов в году

Количество туристов в год - из раздела 1 = 463 туриста

S = 518\*29+ (1001\* 29 : 22) + (205042,5 : 463)

S = 15022 + 1319,5 + 442,9 = 16784,4 руб.

**Количество туристов в группе 26 чел**

S = 642\*29+ (125\*29 : 26) + (205042,5: 305)

S = 18618 + 1395,3 + 672,3 = 20685,6 руб.

Себестоимость 14-ти дневного тура превышает себестоимость 7-ми дневного тура на 3901,2 тыс. руб. (20685,6-16784,4). На увеличение себестоимости 14-ти дневного тура повлияло увеличение переменных расходов на 3596 тыс. руб. (18618-15022) в связи с увеличением продолжительности тура и снижение количества туристов в группе на 4 человека (26-22).

## 2.5 Образование цены на туристические услуги.

От умелого проведения ценовой политики во многом зависит

рентабельность, экономическая устойчивость фирмы, а также многие другие

показатели деятельности.

Рассмотрим ценообразование туров в исследуемой фирме на основе заданной рентабельности и предполагаемой прибыли от тура.

В первом случае у нас определена рентабельность (R%) 7-ми дневного тура А, которая составляет 25%. Рассчитаем стоимость (цену) одной путёвки (Ц) без комиссионного вознаграждения по формуле:

*Ц = S х (1 + R% : 100%)*

где S – себестоимость 7-дневного тура

Ц7 = 16784,4 х (1 + 25% :100%)

Ц7 = 16784,4 х 1,25 = 20980,5 тыс. руб.

Во втором случае мы предполагаем получить прибыль со всей группы 14 – ти дневного тура Б в размере 1800**$.** Эту прибыль необходимо разделить на количество туристов в группе. Для определения цены путёвки используем формулу:

*Ц = S + Пгр : Тгр*

где Пгр – прибыль со всей группы, а Тгр – количество туристов в группе

Ц14= 20685,6 + (1800\*29): 26

Ц14= 20685,6 + 2007,7 = 22693,3 тыс. руб.

В окончательную цену любого тура, туристической фирмой, закладываются комиссионные вознаграждения для турагенства или лица, непосредственно реализующего данный тур. По условиям нашего задания заработная плата агента составляет 2% от выручки тура. Следовательно, цена тура без комиссионных составляет (100% - 2%). Отсюда окончательную цену тура (Цтура) определим с помощью пропорции:

*Цтура = Ц х 100% : (100% - 2%)*

Произведём необходимые расчёты:

1.Окончательная цена 7-ми дневного тура А составит – 21408,7 тыс. руб.

Цтура = 20980,5 х 100% : (100% - 2%)

Цтура = 21408,7 тыс. руб.

2.Окончательная цена 14-ти дневного тура Б составит – 23156,4 тыс. руб.

Цтура = 22693,3 х 100% : (100% - 2%)

Цтура = 23156,4 тыс. руб.

Произведя расчеты, можно сделать вывод, что цена тура Б больше цены

тура А на 1747,7 тыс.руб.

## 2.6 Основные показатели финансово – экономической деятельности туристической фирмы.

## 2.6.1 Объём реализации туристических услуг.

Общая выручка за год (Вг) в исследуемой туристической фирме составит:

*Вг = ∑ Цi х Т,* где

Цi – цена за i – тый (7-ми, 14 –ти дневный) тур, Тi – количество туристов воспользовавшихся этим туром.

Цена тура за семидневный период составит 20980,5 тыс. руб. а за 14-ти дневный – 22693,3 тыс. руб. и исходя из этого мы подставим наши данные в формулу определения выручки:

Вг7= 20980,5х 463 =9713971,5 тыс. руб.

Вг14 = 22693,3 х 305= 6921456,5 тыс. руб.

Вг = 9713971,5 + 6921456,5 = 16635428 тыс. руб.

Выручка туристической фирмы является одним из основных экономических показателей любого предприятия, показывающий валовой доход. Этот показатель используется во многих расчётах при анализе финансово-экономической деятельности. В нашем случае он составляет 16635428 рублей.

## 2.6.2 Показатели использования основных фондов.

Выручка туристической фирмы (Вг) в предыдущем году была 17424000 тыс. руб., в текущем – 16635428 тыс. руб., ОФср = 1344 тыс.руб.

Фондоотдача в предыдущем году составила:

*ФО = Вг : ОФср*

ФО **=** 17424000 : 1344 = 12964,3 руб. ( на 1 руб. ОФ)

Фондоотдача втекущем году составит:

*ФО = Вг : ОФср*

ФО **=** 16635428: 1344 = 12377,6 руб. ( на 1 руб. ОФ)

Фондоотдача втекущем году снизилась на 586,7 руб. (12964,3-12377,6) на 1 руб. основных фондов, что говорит о уменьшении эффективности основных фондов в процессе оказания туристических услуг исследуемой фирмой.

Фондоёмкость в предыдущем году составила:

*Фе = ОФср : Вг*

Фе =1344 : 17424000 = 7,71

Фондоёмкость в текущем году составит:

*Фе = ОФср : Вг*

Фе =1344: 16635428 = 8,08

Стоимость ОФ на единицу продукции (оказанных туристических услуг) в текущем году увеличилась.

Фондоёмкость – являясь обратным показателем, при увеличении Фондоотдачиснижается.

## 2.6.3 Показатели использования рабочей силы.

Производительность труда в туристическом бизнесе имеет три показателя.

1. Производительность труда в стоимостной оценке (ПТст) и представляет собой выработку работников туристической индустрии. Она выражается отношением выручки от реализации туристических услуг (Вг) к среднесписочной численности работников фирмы (Чс). Подставив значения в формулу, получим производительность труда приходящегося на одного работника фирмы впредыдущем году.

*ПТст = Вг : Чс*

17424000: 4 = 4356000 тыс. руб.

16635428: 4 = 4158857 тыс. руб.

Производительность труда в стоимостной оценке в текущем году уменьшится.

Индекс изменения производительности труда в стоимостном выражении составит 95%.

*JПТст = (ПТст тек.г : ПТст пр.г) х 100%*

JТст = (4158857: 4356000) х 100% = 95%

2. Производительность труда в натуральном выражении (ПТнат) – показывает, сколько туристов обслуживает один среднесписочный работник туристической фирмы. Этот показатель измеряется отношением численности туристов (Т) к среднесписочной численности работников (Чс)

В предыдущем году этот показатель составил:

*ПТнат = Т : Чс*

767 : 4 = 116,8

768 : 4 = 192

Индекс изменения производительности труда в натуральном выражении составит 164%.

*JПТнат = (ПТнаттек.г : ПТнатпр.г)\*100*%

JПТнат =(192 : 116,8) х 100% = 164%

Производительность труда в натуральном выражении в текущем году увеличится .

3. Комплексный показатель динамики эффективности труда, он представляет собой среднегеометрическую величину произведения индекса производительности труда в стоимостной оценке (JПТст),% и индекса производительности труда в натуральном выражении (JПТнат), %:

*Кп = √ (JПТст х JПТнат),%*

Кп = √ (95 х 164) = 125%

Изменение производительности труда произошло за счёт увеличения численности туристов воспользовавшихся услугами данной туристической фирмы. Среднегеометрическая величина данного показателя составила 125%.

## 2.6.4 Себестоимость и цена на туристические услуги.

Для определения годовой себестоимости и цены на туристические услуги произведем расчет общих годовых затрат фирмы на обслуживание туристов которое состоит из:

переменные общие затраты

*Собщ = затраты А х Т7 + затраты Б х Т14*

Собщ = 16784,4 х 477 + 20685,6 х 290

Собщ = 851158,8 + 5998824

Собщ = 6849982,8 тыс.руб.

Таким образом, общие годовые затраты у нас будут составлять 6849982,8 тыс. руб.

С целью определения структуры себестоимости и цены в процентах, составим расчётную таблицу.

*Таблица 10. Расчёт структуры цены тура (Тыс.Руб.)*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Элементы | Тур А | | Тур Б | |
|  | Руб | % | Руб | % |
| Цена тура всего | 21408,7 | 100 | 23156,4 | 100 |
| в т.ч.: затраты | 16784,4 | - | 20685,6 | - |
| в т.ч. переменные | 15022 | 63 | 18618 | 80 |
| постоянные прямые | 1319,5 | 6 | 1395,3 | 6 |
| постоянные косвенные | 672,3 | 3 | 672,3 | 2 |
| Комиссионные | 474,9 | 2 | 2499,2 | 11 |
| прибыль с тура | 5310,3 | 25 | 2007,7 | 9 |

## 2.6.5 Балансовая, налогооблагаемая и чистая прибыль туристической фирмы.

*БП = Вг – Собщ.*

БП = 16635428 – 6849982,8 = 9785445,2 руб.

Налог на прибыль от туристических услуг составляет 20%. Произведём необходимые расчёты:

*НП = 0,2 х БП*

НП = 0,2 х 9785445,2 = 1957089,04 руб.

Чистая прибыль - это прибыль остающаяся в распоряжении туристической фирме после уплаты налогов.

*ЧП = БН – НП*

ЧП = 9785445,2 – 1957089,04 = 7828356,16 руб.

Используя расчётные показатели, такие как балансовая прибыль, учётную ставку налога на прибыль и произведя необходимые расчёты, мы определили чистую прибыль. Она составила 7828356,16 рублей, данное денежное средство туристическая фирма может использовать по своему усмотрению: на приобретение основных средств, на улучшение условий труда и т.д.

## 2.6.6 Рентабельность деятельности туристической фирмы.

Согласно расчётным данным курсовой работы, можно произвести расчёт рентабельности основных фондов (Rоф) и рентабельности затрат (Rз). Используя предложенные формулы, произведём необходимые расчёты:

*Rоф = (ЧП : ОФср) х 100%*

Rоф = (7828356,16 : 1344) х 100%

Rоф = 582467%

Рентабельность основных фондов составила 582467%, что говорит о том, что на

1 рубль ОФ исследуемой туристической фирмы получено 582467 рублей чистой прибыли. Это очень хороший показатель рентабельности ОФ.

*Rз = (ЧП : Собщ) х 100%*

Rз = (7828356,16 : 6849982,8) х 100%

Rз = 114%

Рентабельность затрат имеет высокий показатель и составляет 114% в год.

# Заключение

Данная курсовая работа сделана на основе экономических показателей абстрактной туристической фирмы. Экономический анализ хозяйственной деятельности, проведённый в курсовой работе, даёт объективную оценку достигнутых результатов исследуемых экономических показателей туристической фирмы и определяет пути повышения эффективности производства туристического продукта и качества обслуживания клиентов.

по 7-ми дневным турам количество туристов уменьшится на 14 туристов (463-477);

по 14-ти дневным турам количество туристов увеличится на 15 туристов (305-290).

Общее количество трудодней возрастет на 103 (Д) (7502-7399), что окажет существенное влияние на финансовые результаты исследуемой туристической фирмы и увеличения дохода в следующем году.

1. Коэффициент износа туристической фирмы с начала эксплуатации основных фондов составляет (0,22), что говорит о том, что в течение исследуемого периода износ основных фондов составил 22%. Основные фонды имеют небольшой срок эксплуатации, что отражается на увеличении стоимости износа ОФ.

2. Коэффициент обновления имеет незначительный показатель (0,05).

3. Коэффициент выбытия ОФ составил (0,09), что означает фактический износ основных средств на 9% к стоимости основных фондов на конец года.

4. Коэффициент прироста имеет отрицательный результат (-0,06), что говорит о том, что стоимость основных фондов в течение изучаемого периода уменьшается.

Себестоимость 14-ти дневного тура превышает себестоимость 7-ми дневного тура на 3901,2 тыс.руб. (20685,6-16784,4). На увеличение себестоимости 14-ти дневного тура повлияло увеличение переменных расходов на 3596 тыс. руб. (18618-15022) в связи с увеличением продолжительности тура и снижение количества туристов в группе на 4 человек (26-22).

Выручка туристической фирмы является одним из основных экономических показателей любого предприятия, показывающий валовой доход. Этот показатель используется во многих расчётах при анализе финансово-экономической деятельности. В нашем случае он составляет 166354228 тыс. руб.

Используя расчётные показатели, такие как балансовая прибыль, учётную ставку налога на прибыль и произведя необходимые расчёты, мы определили чистую прибыль. Она составила 7828356,16 рублей, данное денежное средство туристическая фирма может использовать по своему усмотрению: на приобретение основных средств, на улучшение условий труда и т.д.

# Список литературы

1. Альгин А.П. Грани экономического риска. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.
2. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание. – Киев: Альтерпресс, 2002.
3. Беляева О.А. Предпринимательское право: Учебное пособие / О.А. Беляева. - М.: ИНФРА-М, 2006.
4. Бусыгин А.В. Предпринимательство.-М.: ИНФРА-М, 2002.
5. Грядов, С.И. Риск и выбор стратегии в предпринимательстве. - М.: Экономика, 2007.
6. Дубров А. М. - Моделирование рисковых ситуаций в экономике и бизнесе. - М.: Экономика, 2008.
7. Егорова Е.Е. Системный подход оценки риска. // Управление риском. 2008.
8. Зорина Г.И., Е.Н.Ильина, Е.В.Мошняга и др. Основы туристской деятельности М.: Советский спорт, 2002.
9. Зотин А. Кризис бьет рекорды //РБК, 2009.
10. Половинкин П. Д. Риск в предпринимательской деятельности. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2006.
11. Супрунович Е.Б. Управление рыночным риском / Е.Б. Супрунович, И.А. Киселева // Банк. дело. 2007.
12. Толкачев В.В. Страхование в предпринимательской деятельности: выгоды и риски / В.В. Толкачев // Предприниматель без образования юридического лица. ПБОЮЛ. - 2009.
13. Туризм как вид деятельности. Уч. Пособие под ред.Квартальнова В. - М.: Финансы и статистика, 2009.
14. Фомичев А.Н. "Риск-менеджмент" М.: Дашков и К, 2008.
15. Хохлов Н. В. Управление риском. - М.: ЮНИТИ, 2007.
16. Черкасов В. В. Проблемы риска в управленческой деятельности. - М.: "Рефл-бук", 2007.
17. Чудновский А. Туризм и гостиничное хозяйство. - М., 2006.