# **План**

1. Введение.
2. Глава I. Планирование деятельности предприятия в рыночных условиях. Открытие предприятия.
	1. Обоснование выбора организационно-правовой формы деятельности предприятия.
	2. Расчет производственных ресурсов.
		1. Расчет основных фондов.
		2. Расчеты потребности в оборотных средствах.
		3. Расчеты потребности в нематериальных активах.
		4. Расчет и формирование уставного капитала.
		5. Расчет трудовых ресурсов предприятия и фонда оплаты труда.

1.3. Лицензирование, стандартизация, сертификация деятельности предприятия.

3. Глава II. Анализ и оценка деятельности предприятия.

2.1. Расчет амортизационных отчислений предприятия.

2.2. Калькуляция себестоимости продукции.

2.3. Формирование цены на услуги предприятия.

2.4. Определение зоны безубыточности и порога рентабельности.

2.5. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия.

2.6. Условия банкротства и санации предприятия.

1. Заключение.

**Введение**

В последние годы туризм стал одним из самых прибыльных видов бизнеса в мире. Туризм как межотраслевой комплекс социально-бытовой инфраструктуры играет одну из главных ролей в мировой экономике, обеспечивая десятую часть мирового валового национального продукта, и в ближайшее время станет наиболее важным ее фактором.

Главная задача государства в нынешних условиях – выработка стратегии туристской деятельности, ее правовое регулирование, оказание содействия предприятиям гостиничного и туристского комплекса в развитии производства, заключение соглашений с иностранными государствами в целях создания лучших условий для развития международного туризма, создание благоприятного для туризма имиджа страны.

Туристский бизнес привлекателен для предпринимателей с небольшим стартовым капиталом, быстрым сроком его окупаемости, постоянным спросом на услуги туризма, высоким уровнем рентабельности произведенных затрат. Но для эффективного ведения туристского бизнеса предприниматель должен хорошо разбираться в вопросах экономики туризма и прежде всего гостиничного хозяйства как основы материально-технической базы туристской индустрии.

Туристскую индустрию можно рассматривать как совокупность гостиниц или иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного значения, организаций, осуществляющих туристическую деятельность.

При всей важности индустрии туризма нельзя забывать о главном – о самом туристе, потребителе туристских услуг. Его потребности и степень их удовлетворения – главный критерий качества туристского продукта.

Размещение – самый важный элемент туризма. Гостиничная индустрия – это система гостеприимства. Она исходит из древнейших традиций, присущих практически любой общественной формации в истории человечества – уважение, оказываемое гостю, его прием и обслуживание. Гостиничное дело в России возникло с появлением и развитием потребностей людей в общении, становлением торговых отношений с соседними государствами, необходимостью совершения всевозможных поездок.

Цель данной курсовой работы – последовательность выполнения расчетных работ по экономическому обоснованию открытия и функционирования гостиницы.

**Глава I. Планирование деятельности предприятия в рыночных условиях. Открытие предприятия.**

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

Предприятие как экономическое понятие представляет собой предпринимательскую производственную единицу, функционирующую в разных сферах деятельности и выступающую объектом собственности в виде обособленного имущественного комплекса. С позиции права в состав предприятия, как имущественного комплекса, могут входить земельные участки, здания, сооружения, инвентарь и иное имущество. В многоукладной рыночной экономике любой дееспособный собственник имущества вправе учреждать и ликвидировать предприятие.

Предприятия могут иметь право учреждать представительства, филиалы и отделения с открытием текущих и расчетных счетов; предприятие самостоятельно планирует свою текущую и будущую деятельность исходя из спроса на выпускаемую продукцию.

Оно обладает следующими признаками:

- Предприятие должно иметь в своей собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, которое обеспечивает материально-техническую возможность функционирования предприятия.

- Предприятие отвечает своим имуществом по обязательствам, которые возникают у него во взаимоотношениях с кредиторами, в том числе и перед бюджетом.

- Предприятие выступает в хозяйственном обороте от своего имени и имеет право заключать все виды гражданско-правовых договоров с юридическими и физическими лицами.

- Предприятие имеет право быть истцом и ответчиком в суде.

- Предприятие должно иметь самостоятельный баланс и своевременно представлять установленную государственными органами отчетность.

- Предприятие должно иметь свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

Современные предприятия имеют разнообразную классификацию. В рыночных условиях значительную их долю составляют предпринимательские структуры.

Согласно ст. 34 Конституции РФ: "Каждый имеет право на собственное использование своих способностей и имущества для предпринимательской или иной, не запрещенной законом экономической деятельности".

Основные законодательные требования к предпринимательской деятельности содержатся в Гражданском кодексе РФ. В ст.2 ГК РФ дано определение предпринимательской деятельности: предпринимательской является самостоятельная, осуществляющаяся на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от использования имущества, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицам, зарегистрированным в этом качестве в установленном законом порядке.

Гражданским кодексом определены организационно-правовые формы предпринимательской деятельности, даны основные характеристики каждой из них, основные ответственности предпринимателей.

Юридические лица могут создаваться в одной из организационно-правовых форм, предусмотренных ст. 50 ГК РФ. Это – хозяйственные товарищества, хозяйственные общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия. Перечень форм для некоммерческих организаций открытый, то есть они могут создаваться как в формах, предусмотренных указанной статьей ГК, так и в формах, предусмотренных другими законами.

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

Обществом с ограниченной ответственностью признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставной 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).

Уставной капитал общества с ограниченной ответственностью составляется из стоимости вкладов его участников. Уставной 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 уставной капитал общества, в том числе путем зачета требований к обществу, за исключением случаев, предусмотренных законом (п. 2 в ред. ФЗ от 08.07.1999г. №138-ФЗ).

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

Вкладом в уставной 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 уставной капитал, остается в пользовании общества в течение срока, на который оно было передано, если иное не предусмотрено учредительным договором (п. 1, 4 ст. 15 ФЗ от 08.02.1998г. №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 08.08.2001г. №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 регистрационный 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, включая 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 оборудование, нематериальные акты, незавершенное строительство, долгосрочные финансовые активы и др.

Остальное имущество признается движимым.

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

Уставной капитал предприятия – это выраженная в денежной форме совокупность вкладов учредителей в имущество при создании предприятия для обеспечения его деятельности в размерах, определенных в учредительных документах. Уставной капитал формируется при создании предприятия за счет взносов 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, зданиями и т.д.; интеллектуальная собственность.

Для определения уставного капитала необходимо провести расчет производственных ресурсов.

**1.2.1. Расчет потребности основных фондов.**

В производственном процессе участвуют средства труда (машины, оборудование, транспорт, здания, сооружения) и предметы труда (сырье, материалы, топливо, энергия, незавершенное производство, полуфабрикаты). Средства труда и предметы труда в совокупности образуют средства производства. Выраженные в стоимостной форме средства производства представляют собой производственные фонды предприятий. В зависимости от характера их участия в процессе производства, то есть времени использования, способа переноса своей стоимости на готовую продукцию и характера воспроизводства, различают основные и оборонные фонды. По назначению основные фонды делят на производственные, которые принимают непосредственное участие в процессе производства, и непроизводственные, которые не принимают непосредственного участия в процессе производства.

Основные производственные фонды – это часть производственных фондов, которые участвуют в процессе производства длительное время, сохраняя при этом свою первоначальную форму. Стоимость переносится на готовую продукцию постепенно, по частям по мере использования в форме амортизации. Основные производственные фонды пополняются за счет капитальных вложений, финансовыми источниками которых является амортизационный фонд предприятия, отчисления от чистой прибыли и другие источники.

По назначению и использованию в производственном процессе основные фонды классифицируются:

1. Здания – все виды, включая стоимость системы жизнеобеспечения зданий: водоснабжение, отопление, электросеть и пр.

2. Сооружения – инженерно-технические объекты, выполняющие технические функции по обслуживанию производственного процесса (тоннели, мосты, дороги, водостоки и пр.).

3. Передаточные устройства – это устройства, с помощью которых передается электрическая, тепловая, механическая энергия (водопровод, газовые сети и др.).

4. Машины и оборудование – силовые машины и оборудование; рабочие машины и оборудование, непосредственно участвующие в процессе производства; вычислительная техника, устройства, принимающие участие в амортизации производственного процесса, оргтехника.

5. Транспортные средства для перемещения людей и грузов как внутри предприятия, так и за его пределами.

6. Инструмент – все виды, участвующие в производственном процессе.

7. Производственный инвентарь и принадлежности – они служат для более удобного выполнения производственных операций (рабочие столы, стеллажи, баки и пр.).

8. Хозяйственный инвентарь – для обслуживания производства и обеспечения наилучших условий ведения производственного процесса (мебель, оргтехника, посудомоечные машины, осветительные приборы и пр.).

Классифицируются по способу участия:

- активные основные производственные фонды;

- пассивные производственные фонды.

Классифицируются по принадлежности:

- собственные;

- арендованные;

- сданные в аренду.

Учет и планирование основных производственных фондов ведутся в натуральной и денежной форме.

Денежная форма учета предполагает расчет общей стоимости основных производственных фондов. Данная оценка необходима для планирования расширенного воспроизводства основных производственных фондов, определения степени износа и размера амортизационных отчислений.

Существует несколько видов денежной оценки основных производственных фондов:

- по первоначальной стоимости;

- по восстановительной стоимости;

- по остаточной стоимости;

- по ликвидной стоимости.

Первоначальная или балансовая стоимость – фактическая цена, по которой основные фонды были приобретены, то есть сумма фактических затрат организации на приобретение, сооружение и изготовление основных фондов, за исключением налога на добавленную стоимость и иных возмещений налогов. По первоначальной стоимости осуществляется учет основных фондов в балансе предприятия.

Восстановительная стоимость – это стоимость имеющихся у предприятия основных фондов, которая показывает, какие средства необходимо затратить в настоящий момент для того, чтобы построить или приобрести данные основные фонды.

Остаточная стоимость основных производственных фондов – это стоимость основных фондов на данный момент функционирования. Она рассчитывается как разность между балансовой стоимостью основных фондов и суммой их износа на момент проведения оценки, которая соответствует сумме амортизационных отчислений, перечисленных за весь период службы основных фондов.

Ликвидационная стоимость основных производственных фондов – это стоимость основных фондов в момент их ликвидации. Как правило, она имеет нулевое значение, но в некоторых случаях может быть и положительной величиной.

Далее произведем расчет потребности в основных производственных фондах при открытии гостиницы "Лазурная". ООО "Лазурная" арендует помещение общей площадью 300м2.

Расчет потребности в основных фондах.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование имущества | Кол-во | Цена за един. в руб. | Общая стои-мость в руб. |
| 1.2.3.4.5.6.7.8.9.10.11.12.13.14.15.16.17.18.19.20.21.22.23.24.25.26.27. | АвтомобильКомплект компьютераКондиционерОфисная мебельТелевизор + DVDПодставка под телевизорСтолик журнальныйДиванКровать двуспальнаяКровать односпальнаяТумбочка прикроватнаяСтолСтулШкаф-купеКреслоКоверСейфПылесосСантехникаХолодильникЛюстраВаннаСтол-тумбаТелефонСтул для персоналаСтул для руководителяКовровая дорожка | 127255333284891421557417121 | 300.00035.0009.50027.30021.4502.1502.68012.00011.7004.8001.5703.70067010.3003.9006.50012.0009.20020.0007.9005.75010.0005.3501.5001.1005.2009.000 | 300.00070.00066.50054.600107.25010.7508.04036.00035.1009.60012.56014.8005.36092.7003.90026.00024.0009.200100.00039.50040.25040.0005.35010.5001.10010.4009.000 |
|  | Итого: |  |  | 1.142.460 |

**1.2.2. Определение потребности в оборотных средствах.**

В процессе создания готового продукта наряду с основными средствами производства участвуют предметы труда, которые в отличие от основных средств потребляются полностью и в полном объеме отражаются в стоимости конечного продукта, изменяя при этом свою натурально-вещественную форму или физико-химические свойства. В связи с тем, что они расходуются в каждом постоянно возобновляемом производственном цикле, то есть участвуют в обороте средств предприятия, их называют оборотными средствами или оборотными активами предприятия.

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

Оборотные средства обеспечивают непрерывность и ритменность всех процессов, протекающих на предприятии (снабжения производства, сбыта, финансирования), постоянно находятся в движении, совершая кругооборот. Кругооборот начинается с оплаты денежными средствами необходимых предприятию материальных ресурсов, а заканчивается возвратом всех затрат на всем пути движения средств в виде выручки от реализации готовой продукции. Затем цикл повторяется.

Оборотные средства подразделяются:

1. по экономическому содержанию – на оборотные производственные фонды и фонды обращения;

2. по способу формирования – на собственные и заемные;

3. по методу планирования – на нормируемые и ненормируемые.

Наряду с основными фондами для работы туристского предприятия огромное значение имеет наличие оптимального количества оборотных средств. Оборотные средства представляют собой совокупность денежных средств, авансированных для создания и использования оборотных производственных фондов и фондов обращения для обеспечения непрерывного производства и реализации туристского продукта (услуги).

Оборотные производственные фонды – это средства производства, вещественные элементы которых в процессе труда расходуются в каждом производственном цикле, а их стоимость переносится на продукт труда целиком и сразу. Вещественные элементы оборотного фонда в процессе труда претерпевают изменение своей натуральной формы, по мере их производственного потребления теряют потребительную стоимость. Новая потребительная стоимость возникает в виде выработанного из них продукта – тура, услуги. Оборотный фонд – обязательный элемент процесса производства, основная часть себестоимости.

Фонды обращения – средства туристского предприятия, внесенные им авансом партнеру за его услугу, являются составляющей туристского пакета; средства, вложенные в туристскую услугу, реализованную потребителю, но не оплаченную; а также средства в расчетах и денежные средства в банке и кассе туристского предприятия.

Оборотный производственный фонд и фонд обращения находятся в постоянном движении, обеспечивая бесперебойный оборот средств.

Норматив оборотных средств – это плановая сумма денежных средств, постоянно необходимая туристскому предприятию для его производственной деятельности. Ее размер зависит от объема и скорости продаж туристских продуктов.

Оборотные средства, как правило, не амортизируются. Так, стоимость сырья и материалов полностью переходит в стоимость продукции в течение одного оборота. Однако спецификой работы туристского предприятия является то, что в структуре его фондов можно выделить ряд имущества (малоценные и быстроизнашивающиеся предметы, элементы декорирования интерьера и т.п.), которое не является сырьем и не причисляется к категории основных фондов; его относят к оборотным средствам, но амортизируют. Стоимость малоценных и быстроизнашивающихся предметов, не превышающая 2 тысячи рублей, включается в один производственный цикл (один год), без амортизации. Остальные предметы материально-технического оснащения амортизируют: одна часть их стоимости переходит в стоимость услуг при передаче их в эксплуатацию, остальная часть – по мере их выбытия из-за непригодности, с учетом нормы амортизации. Примером подобного имущества гостиницы являются постельное белье, подушки, одеяла, покрывала и т.д. Их, как правило, окупают за 2 – 3 года.

Основным признаком отнесения имущества к основным фондам является срок службы более года.

В следующей таблице представлены оборотные средства описываемой гостиницы. Элементы декора холла гостиницы даются одной цифрой, тогда как в учетной документации они детализированы.

Расчет потребности в оборотных средствах.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование имущества | Кол-во | Цена за един. в руб. | Общая стои-мость в руб. |
| 1.2.3.4.5.6.7.8.9.10.11.12.13.14.15.16.17.18.19. | УниформаШторыВешалка для одеждыЗеркалоЛампа настольнаяГрафин и стаканыВазаПолотенца для лицаОдеялоПодушкаПостельное бельеПокрывалоТуалетные принадлежн.Светильники настенные ДекорацияПодставка под графинПодставка под цветыПолотенце банноеХоз. инвентарь | 874061673058105108168155 | 1.7008002301.4803502901502301.1005509701.30010043038.4501003001.20080 | 13.6005.6009.2008.8803501.7401.0506.9005.5004.4009.7006.5001.0003.44038.4506002.40018.000400 |
|  | Итого: |  |  | 137.710 |

Расход 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 будет определена из расчета на месяц.

Расчет месячной потребности в расходных материалах.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование имущества | Кол-во | Цена за един. в руб. | Общая стоимость в руб. |
| 1.2.3.4.5.6.7.8. | Моющие средстваПерчаткиТуалетное мылоБумага туалетнаяЦветы живыеШампуньКанцелярские товарыПитьевая вода | 2015603001.05060 | 37251555047 | 7403759001.50052.5002.8202.00025.200 |
|  | Итого: |  |  | 86.035 |

**1.2.3. 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 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 услуги.

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

Стоимость нематериальных активов включают в уставной 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.

Расчет нематериальных активов.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование имущества | Затраты, руб. |
| 1.2.3.4.5.6.7.8.9.10. | ЛицензированиеСертификацияИзготовление печатей, штамповИзготовление вывескиПрограммное обеспечениеУстановка сигнализацииУстановка телефонаСанитарно-эпидемиологические мероприятияРегистрацияОткрытие расчетного счета в банке | 8.0005.00010.00015.0009.0006.0009.0003.0003.0002.000 |
|  | Итого: | 70.000 |

**1.2.4. Определение величины уставного капитала**

При регистрации в качестве юридического лица предприятие обязано располагать уставным капиталом. Уставной капитал – это зафиксированная в стоимостном выражении сумма материальных и нематериальных ценностей.

Величина и структура уставного капитала определяется 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 в работе к уставному капиталу следует отнести:

Куст = основные фонды + оборотные средства + нематериальные активы.

Опираясь на пример рассматриваемой гостиницы, определяем ее уставной капитал:

Куст = 1.142.460 + 137.710 +86.035 + 70.000 = 1.436.205 руб.

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

Цели туристского предприятия воплощают в жизнь его сотрудники. В сфере туризма качество услуг, прежде всего, определяется квалификацией исполнителей и их умение работать с клиентами. При подборе кадров не всегда обращается внимание на наличие у претендента базового туристского образования, как показывает практика.

Персонал туристского предприятия должен отвечать следующим требованиям:

- иметь профессиональную подготовку и квалификацию, наличие специального образования (основного или дополнительного), полученного в учебном заведении, имеющем лицензию на право ведения учебного процесса в области основного или дополнительного образования в сфере туризма с выдачей документа государственного образца (диплома, свидетельства, удостоверения);

- знать законодательные и нормативные акты, формальности международных норм в сфере туризма, материалы и документы международных туристских предприятий, иностранный язык в объеме, соответствующем выполняемой работе;

- уметь дать четкие, точные ответы на поставленные посетителями вопросы; владеть информацией, необходимой для потребителя, и постоянно ее активизировать;

- повышать свою квалификацию (на курсах, семинарах и др.) не реже одного раза в год;

- иметь стаж работы в туризме или смежных с ним областях деятельности;

- знать свои должностные обязанности.

Предусматриваются три квалификационных уровня деятельности в зависимости от направления деятельности работника, сложности и объемов выполняемых должностных обязанностей, степени самостоятельности и ответственности в принятии и реализации решений.

Квалификационные требования к основным должностям работников туристской индустрии включают в себя перечень не только должностных обязанностей, но также навыков и знаний, необходимых для их выполнения. Эти требования распространяются на работников организаций независимо от форм собственности и организационно-правовых форм деятельности и минимально необходимые требования к профессиональному уровню работников с учетом обеспечения качества и производительности выполняемых работ в указанной сфере деятельности.

При формировании туристского предприятия кадровая работа сводится к следующему:

- определение качественной и количественной потребности в персонале и формирование штатного расписания;

- разработка правил внутреннего трудового распорядка;

- разработка должностных инструкций персонала;

- подбор персонала.

Качественная и количественная потребность в персонале зависит от характера и масштабов намеченной деятельности предприятия. Законодательством определена необходимость наличия штатного расписания в любой организации, заключающей трудовые договоры с работниками.

Под внутренним трудовым распорядком понимается порядок выполнения сотрудниками работы у нанимателя. Правила внутреннего трудового распорядка предприятия должны содержать следующие разделы: порядок приема и увольнения работников; обязанности работников и нанимателя; продолжительность рабочего времени и порядок его использования; определение применяемых видов поощрений за успехи в работе и мер дисциплинарной ответственности работников за нарушение трудовой дисциплины.

В соответствии с правилами внутреннего распорядка наниматель устанавливает графики сменности, отпусков и др.

Должностная инструкция – основной организационно-правовой документ, определяющий функции, основные обязанности и ответственность сотрудников предприятия при осуществлении ими служебной деятельности согласно занимаемой должности. Целями разработки должностных инструкций являются:

- создание организационно-правовой основы служебной деятельности сотрудников;

- повышение ответственности сотрудников за результаты деятельности, осуществляемой на основе трудового договора (контракта);

- обеспечение объективности при аттестации сотрудников, их поощрении и наложении на них дисциплинарного взыскания.

Сущность подбора персонала заключается в том, чтобы оценить соответствие способностей и личных качеств кандидата его будущей работе, выявить заинтересованность претендента в данной работе, дать кандидату возможность решить, подходит ли ему эта работа.

Прием на работу заканчивается подписанием трудового договора (контракта).

Для осуществления процесса обслуживания туристов в гостинице должен быть предусмотрен минимальный набор следующих основных служб, обеспечивающих предоставление основных гостиничных услуг:

- бронирования;

- обслуживания;

- приема и расчетная часть;

- эксплуатации номерного фонда.

Структура бронирования.

Она выполняет следующие функции:

- прием заявок на гостиничные места и их обработка;

- подготовка необходимой документации: графиков заезда на каждый день (неделю, месяц, квартал, год), карты движения номерного фонда.

Служба обслуживания.

С точки зрения гостей служба обслуживания является важнейшей в гостинице, так как персонал именно этой службы работает с клиентами в постоянном контакте и выполняет все функции, связанные с их непосредственным обслуживанием.

Возглавляет службу обслуживания менеджер, которому подчинены швейцары, коридорные, подносчики багажа, лифтеры, консьержки, рассыльные, водители.

Служба приема и расчетная часть.

Службу приема часто называют "сердцем" или "нервным центром" отеля. С этой службой гость контактирует больше всего, туда он обращается за информацией и услугами во время своего пребывания в гостинице.

К важнейшим функциям службы приема относятся приветствие гостя и выполнение необходимых формальностей при его размещении. От того, как примут гостя, как его поприветствуют, как быстро выполнят необходимые формальности, во многом зависит первое, самое сильное впечатление от гостиницы в целом.

К функциям службы приема и расчетной части относятся также распределение номеров и учет свободных мест в гостинице, выписка счетов и осуществление расчетов с клиентами.

Служба эксплуатации номерного фонда.

Важнейшей ее функцией является поддержание необходимого уровня комфорта и санитарно-гигиенического состояния гостиничных номеров, а также холлов, фойе, переходов, коридоров. По численности занятого персонала эта служба является самой крупной в гостинице.

Службу эксплуатации номеров возглавляет менеджер, которому подчинены горничные, дежурные по этажу и др. категории работников.

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

В зависимости от отраслевой принадлежности предприятий в туризме, профессиональный состав варьируется и его структура различается.

Оплата труда – это система отношений, обеспечивающее установление и осуществление работодателем выплат работникам за их труд в соответствии с законами, иными нормативно-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);

- 2% - действующий в туризме сбор на травматизм.

Расчет потребности персонала.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Должность | Численность | Оклад, руб. | ФОТ, руб. |
| Административно-управленческий персонал |
| 1.2.3. | ДиректорБухгалтер-экономистАдминистратор | 111 | 25.00017.0009.000 | 25.00017.0009.000 |
|  | Итого: |  |  | 51.000 |
| Производственный персонал |
| 4.5.6.7. | ГорничнаяУборщицаСантехникЭлектрик | 2111 | 7.0003.5004.0004.000 | 14.0003.5004.0004.000 |
|  | Итого: |  |  | 25.500 |
| Итого – общий фонд оплаты труда (мес.) | 76.500 |

Итак, фонд оплаты труда административно-управленческого персонала в месяц равен 51.000 руб., тогда в год он составит:

51.000 × 12 = 612.000 руб.

Фонд оплаты труда производственного персонала в месяц равен 25.500 руб., тогда в год он составит:

25.500 × 12 = 306.000 руб.

Общий фонд оплаты труда в год составит:

612.000 + 306.000 = 918.000 руб.

Единый социальный налог для административно-управленческого персонала составит:

 612.000 × 26,2%

# ЕСН = = 1.603,44 руб. в год.

 100%

Единый социальный налог для труда производственного персонала составит:

 306.000 × 26,2%

# ЕСН = = 801,72 руб. в год.

 100%

 918.000 × 26,2%

# Общий ЕСН = = 2.405,16 руб. в год.

 100%

Тогда ФОТ (фонд оплаты труда) с ЕСН в год составит:

918.000 + 2.405.16 = 920.405.16 руб.

**1.3. Лицензирование, стандартизация и сертификация деятельности предприятия.**

Лицензирование – проведение мероприятий, связанных с предоставлением соискателям лицензий, приостановлением и возобновлением действия лицензий, аннулированием лицензий и контролем лицензирующих органов за соблюдением лицензиатами при осуществлении туристской деятельности соответствующих лицензионных требований и условий.

Лицензия – социальное разрешение на осуществление конкретного вида деятельности при обязательном соблюдении лицензионных требований и условий, выданное лицензирующим органом соискателю лицензии.

Соискатель лицензии – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, обратившийся в лицензирующий орган с заявлением о предоставлении лицензии на осуществление конкретного вида деятельности.

Лицензиат - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющий лицензию на осуществление конкретного вида деятельности.

Лицензирующие органы – органы исполнительной власти, осуществляющие лицензирование.

Лицензионные требования и условия – совокупность установленных нормативными актами требований и условий, выполнение которых лицензиатом обязательно при осуществлении лицензируемого вида деятельности.

Порядок и условия лицензирования в туризме регулируются соответствующими постановлениями правительства и положениями лицензионных органов.

В соответствии с настоящим Федеральным законом лицензированию подлежат в туризме: туроператорская и турагентская деятельность (ст.17 ФЗ №128 от 08.08.01г.).

Лицензирующим органом, как правило, является орган государственного управления туризмом – Федеральное агентство по туризму. Лицензирующий орган в установленный срок – не более 60 дней, принимает решение о предоставлении или отказе в предоставлении лицензии. В случае положительного решения соискателю выдается лицензия на осуществление туристской деятельности, срок действия которой составляет 5 лет. Срок действия лицензии по его окончании может быть продлен по заявлению лицензиата.

Лицензирование туристской деятельности, соблюдение лицензионных требований и условий способствуют обеспечению и поддержанию высокого уровня обслуживания, а также защите прав потребителей туристских услуг.

Важнейшим инструментом государственного регулирования туристской деятельности и защиты прав потребителей туристских услуг является стандартизация.

Стандартизация – это деятельность, направленная на разработку и установление требований, норм, правил, характеристик как обязательных для выполнения, так и рекомендуемых, обеспечивающая право потребителя на приобретение услуг надлежащего качества за приемлемую цену, а также право на безопасность и комфортность труда.

Цель стандартизации – достижение оптимальной степени упорядочения в той или иной области посредством широкого и многократного использования установленных положений, требований, норм для решения реально существующих, планируемых и потенциальных задач. Цели стандартизации можно разделить на общие и узкие.

Конкретизация общих целей связана с выполнением трех требований стандартов, которые являются обязательными. К ним относятся разработка норм, требований, правил, обеспечивающих безопасность услуг для жизни и здоровья людей, окружающей среды и имущества, качество услуг в соответствии с уровнем развития научно-технического прогресса, экономию всех видов ресурсов, безопасность хозяйственных объектов, связанную с предотвращением возникновения различных катастроф и чрезвычайных ситуаций и т.д.

Узкие цели стандартизации относятся к определенной области деятельности, сфере услуг в целом, тому или иному туристскому предприятию в отдельности, конкретной туристской услуге и т.д.

Целью стандартизации в сфере туризма, согласно ГОСТ–28681.0–90 "Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания", является нормативное обеспечение повышения уровня качества и эффективности туристского и экскурсионного обслуживания и защита интересов потребителей услуг.

Объект стандартизации – услуга, процесс обслуживания, для которых разрабатывают те или иные требования, характеристики, параметры, правила и т.п. Стандартизация может касаться либо объектов в целом, либо его отдельных составляющих.

Область стандартизации – совокупность взаимосвязанных объектов стандартизации. Например, туристская индустрия является областью стандартизации, а объектами стандартизации могут быть конкретные туристские услуги (гостиниц и других средств размещения, питания и др.), а также процессы туристского и экскурсионного обслуживания.

Стандарт – это нормативный документ, разработанный на основе консенсуса, утвержденный признанным органом, направленный на достижение оптимальной степени упорядочения в определенной области.

Государственные стандарты (ГОСТ и ГОСТ Р) устанавливают обязательные общие требования к туристскому обслуживанию, обеспечивающие безопасность, охрану здоровья и жизни населения, охрану окружающей среды, комплексность, точность и своевременность исполнения услуг, а также рекомендательные требования к видам услуг, включая условия обслуживания.

Стандарты предприятий устанавливают требования на конкретные туристские услуги, включая условия обслуживания, организацию управления производством, техническое оснащение, технологические процессы и методы, применяемые только на данном предприятии.

Основными видами стандартов в сфере услуг являются:

- основополагающие стандарты;

- стандарты на услуги;

- стандарты на процессы (технологические, обеспечивающие, организации, управления);

стандарты на методы контроля.

Нормативные требования к средствам размещения в Российской Федерации определены Положением о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения, утвержденным Министерством экономического развития и торговли 21 июня 2003г.

К нормативным документам, наиболее часто используемым в туристской практике, относятся:

- ГОСТ 28681.0-90 "Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения";

- ГОСТ Р 50646-94 "Услуги населению. Термины и определения";

- ГОСТ Р 50644-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов";

- ГОСТ Р 51185-98 "Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования";

- ГОСТ Р 50690-2000 " Туристские услуги. Общие требования";

- ГОСТ Р 50681-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг";

- ГОСТ 50460-92 "Знак соответствия при обязательной сертификации. Форма, размеры и технические требования".

Прежде чем приступить к процедуре стандартизации, необходимо точно установить, относится ли услуга к группе, для которой разработан данный стандарт. Это осуществляется на основании документов, осуществляющих классификацию видов деятельности.

Основным стандартом, используемым при обязательной сертификации туристских услуг и предназначенным для предприятий всех организационно-правовых форм и отдельных предпринимателей, оказывающих туристские услуги населению, является ГОСТ Р 50644-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов".

Важным элементом системы государственного регулирования туризма, обеспечения безопасности услуг и наиболее признанным в мире способом независимого подтверждения их соответствия установленным требованиям является сертификация.

Сертификация продукции – процедура подтверждения соответствия, посредством которой независимая от изготовителя и потребителя организация удостоверяет в письменной форме, что продукция соответствует установленным требованиям.

Сертификация осуществляется в целях:

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

- содействия потребителям в компетентном выборе продукции;

- защиты потребителя от недобросовестного изготовителя;

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

- подтверждения показателей качества продукции, заявленных изготовителем.

Сертификация может быть как обязательной, так и добровольной.

Обязательная сертификация осуществляется на основании законов и законодательных положений и обеспечивает доказательство соответствия услуг гостеприимства требованиям технических регламентов, обязательным требованиям стандартов. Обязательные требования относятся к безопасности, охране здоровья людей и окружающей среды.

Объектами обязательной сертификации являются туристские услуги и услуги средств размещения, оказываемые организациями независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности.

При обязательной сертификации должны проверяться характеристики услуг, условий обслуживания и использоваться методы проверок, позволяющие провести идентификацию услуги, в том числе проверить ее принадлежность к классификационной группировке, соответствие техническим документам, а также требованиям безопасности, установленным в нормативных документах.

Добровольная сертификация проводится по инициативе юридических или физических лиц на договорных условиях между заявителем и органом по сертификации в системах добровольной сертификации.

Добровольная сертификация услуг не может заменить их обязательную сертификацию.

На основании Правил сертификации работ и услуг орган по сертификации услуг разрабатывает Порядок проведения сертификации туристских услуг и услуг средств размещения, который утверждает руководитель органа.

Порядок сертификации включает:

- подачу заявки;

- рассмотрение и принятие решения по заявке;

- оценку соответствия услуг установленным требованиям;

- принятие решения о выдаче сертификата;

- выдачу сертификата и лицензии на применение знака соответствия;

- инспекционный контроль сертифицированных услуг.

**Глава II. Анализ и оценка деятельности предприятия.**

**2.1. Амортизация производственного фонда предприятия.**

Амортизация – это денежное возмещение износа основных фондов путем включения части их стоимости в затраты (себестоимость на выпуск продукции и услуг). Отчисления, которые предназначаются для возмещения выбывающих (изнашиваемых) основных фондов, называются амортизационными отчислениями.

Размер амортизационных отчислений напрямую зависит от нормы амортизации, которая устанавливается нормативно-правовыми документами.

Норма амортизации представляет собой отношение годовой суммы амортизации к балансовой среднегодовой стоимости основных фондов. Посредством нормы амортизации можно регулировать скорость оборота основных фондов; таким образом, она является важным элементом государственной и внутрифирменной политики.

Норма амортизации определяет, какую часть от среднегодовой стоимости основных фондов нужно перенести на себестоимость продукции в данном году. Норма амортизации (в процентах) определяется соотношением балансовой (первоначальной) стоимости основных фондов минус ликвидационная стоимость основных фондов к нормативному сроку службы основных фондов, умноженное на 100%.

Общая сумма амортизационных отчислений, которая переносится на себестоимость готовой продукции, определяется как разность между балансовой стоимостью основных фондов и их ликвидационной стоимостью, причем к балансовой стоимости добавляются все затраты на модернизацию и реконструкцию данного основного средства за весь амортизационный период.

Поскольку за время использования основных фондов в производственном процессе они подвергаются различным формам износа, то и расчет амортизационных отчислений тоже должен соответствовать данным воздействиям.

Износ основных производственных фондов бывает трех видов:

1. Физический износ – это утрата потребительской стоимости. Степень физического износа зависит от:

- времени эксплуатации;

- от интенсивности использования;

- от условий использования;

- от квалификации персонала, и т.д.

Различают полный износ и частичный. При полном износе – основные производственные фонды ликвидируются и меняются на новые. При частичном - физический износ равен:

 Тф

 Кизн. = × 100%,

 Тн

где, Тф – фактический срок службы;

Тн – время, нормированный срок службы.

2. Моральный износ – это несоответствие основных производственных фондов их современным требованиям. Он бывает двух видов:

- связан с сокращением затрат (удешевлением);

- с внедрением новых, более производительных машин.

И первый, и второй вид морального износа связан с научно-техническим прогрессом.

3. Экономический износ или амортизация основных производственных фондов.

Есть разные методы расчета амортизации:

1 - линейный (равномерный) метод;

2 - ускоренный метод:

- равномерно;

- неравномерно;

3 – Замедленный метод.

При формировании экономической стратегии предприятий индустрии туризма амортизационную политику необходимо проводить очень грамотно. Это позволит предприятию производить конкурентоспособную по цене продукцию (услугу), ускорить темпы накопления капитала и своевременно осуществить реконструкцию и модернизацию основных производственных фондов.

Для определения нормы амортизации с 1 января 2002 г. действует положение, согласно которому по срокам полезного использования все имущество делится на 10 групп:

1. от 1 года до 3 лет;

2. от 3 лет до 5 лет;

3. от 5 лет до 7 лет;

4. от 7 лет до 10 лет;

5. от 10 лет до 15 лет;

6. от 15 лет до 20 лет;

7. от 20 лет до 25 лет;

8. от 25 лет до 30 лет;

9. от 30 лет до 35 лет;

10. от 35 лет и выше.

Для поддержки малого предпринимательства законодательно разрешено списание на амортизацию до 50 % первоначальной стоимости основных производственных фондов со сроком службы более 3-х лет.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Балансовая стоимость, руб. |
| 1.2.3.4. | АвтомобильСейфХолодильникЛюстра | 300.00024.00039.50040.250 |
|  | Итого: | 403.750 |

а = ( 1/Тп) × 100% = (1/10) × 100% = 10%

 а × Фср 10 × 403.750

Ар = = = 40.375 руб.

 100% 100%

2) Рассчитаем амортизационные отчисления для основных фондов с нормативным сроком службы 8 лет.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Балансовая стоимость, руб. |
| 1.2.3.4. | Офисная мебельСантехникаВаннаКондиционер | 54.600100.00040.00066.500 |
|  | Итого: | 261.100 |

а = ( 1/Тп) × 100% = (1/8) × 100% = 12,5%

 а × Фср 12,5 × 261.100

Ар = = = 32.637,5 руб.

100% 100%

3) Рассчитаем амортизационные отчисления для основных фондов и оборотных средств с нормативным сроком службы 5 лет.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Балансовая стоимость, руб. |
| 1.2.3.4.5.6.7.8.9.10.11.12.13.14. | КомпьютерТелевизор + DVDПодставка под телевизорСтолик журнальныйДиванКроватьТумбочкаСтолыСтульяШкафыКреслоПылесосТелефонДекорация | 70.000107.25010.7508.04036.00044.70012.56020.15016.86092.7003.9009.20010.50038.450 |
|  | Итого: | 481.060 |

а = ( 1/Тп) × 100% = (1/5) × 100% = 20%

 а × Фср 20 × 481.060

Ар = = = 96.212 руб.

100% 100%

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Балансовая стоимость, руб. |
| 1.2.3.4.5. | КоверЗеркалоСветильникиПокрывалаШторы | 35.0008.8803.7906.5005.600 |
|  | Итого: | 59.770 |

а = ( 1/Тп) × 100% = (1/2) × 100% = 50%

 а × Фср 50 × 59.770

Ар = = = 29.885 руб.

100% 100%

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

а = ( 1/Тп) × 100% = (1/5) × 100% = 20%

 а × Фср 20 × 115.000

Ар = = = 14.000 руб.

100% 100%

6) Общий размер амортизационных отчислений составит:

40.375 + 32.637,5 + 96.212 + 29.885 + 14.000 = 213.109,5 ≈ 213.110

Если помещение не является собственностью предпринимателя, а арендуется, то затраты на аренду имущества не подлежат амортизации, а включаются в прочие затраты при их калькулировании.

**2.2. Калькуляция себестоимости продукции.**

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

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

Целью любого коммерческого предприятия, производящего продукцию или услугу, является получение прибыли. Прибыль предприятия зависит от двух факторов: выручки, которую оно получает в результате своего функционирования, и издержек, которые оно при этом несет (объема затрачиваемых денежных, материальных и трудовых ресурсов). Другими словами, прибыль зависит от цены продукции и затрат (себестоимости) на ее производство.

TR – TC = TP,

TR – валовой доход,

ТС – издержки,

ТР – валовая прибыль.

Под издержками понимается совокупность всех затрат предприятия, необходимых для производства и реализации продукции. Следовательно, совокупные затраты предприятия представляют собой издержки производства и издержки обращения и лежат в основе определения себестоимости продукции (работ, услуг).

Все издержки группируются по статьям калькуляции, то есть определяются статьи расходов предприятия на единицу продукции в зависимости от их назначения и места возникновения.

Классификация издержек:

1. По подходу к оценке затрат:

а) бухгалтерские;

б) экономические.

2. По способу отношения на себестоимость:

а) прямые;

б) косвенные издержки.

3. В зависимости от объема производства:

а) постоянные;

б) переменные.

Конкретный состав затрат, которые относят на издержки производства и обращения, законодательно регулируются во всех странах. Это связано, с одной стороны, с налоговой системой, а с другой – с необходимостью определения источников их возмещения.

В РФ состав затрат, которые включаются в себестоимости продукции, представлен в "Положении о составе затрат по производству и реализации продукции, включаемых в себестоимость продукции, и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли", утвержденном постановлением Правительства РФ и введенном в действие с 1.01.1992г. С вводом в действие нового налогового кодекса базовым документом является 25 глава данного документа.

Согласно этому Положению себестоимость продукции определена как стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию.

Себестоимость производимой продукции может определяться как на весь объем, так и на единицу продукции.

Кроме затрат в себестоимость включаются некоторые налоги.

Не все затраты включаются в себестоимость, часть из них покрывается из прибыли.

При определении себестоимости общего объема выпуска все затраты группируются по принципу однородности по элементам:

1. материальные затраты;

2. затраты на оплату труда;

3. отчисления на социальные нужды (ЕСН);

4. амортизация основных фондов;

5. прочие затраты (содержание зданий, помещений, командировочные расходы, представительские расходы и т.д.)

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

Калькулирование себестоимости койко-дня гостиничного предприятия.

Поскольку заполняемость предприятий размещения вне зависимости от их видов носит сезонный характер и отличается неравномерностью, то расчет себестоимости койко-дня проводится на уровне среднегодовой величины.

Для того, чтобы просчитать среднегодовую себестоимость одного койко-дня необходимо высчитать годовые валовые затраты.

Расчет валовых затрат предприятия.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование затрат | За месяц, руб. | За год, руб. |
| Постоянные затраты |
| 1.2.3.4.5. | Амортизация основных фондовАмортизация оборотных средствАмортизация нематериальных активовФонд оплаты труда АУПЕСН АУП | 169.22529.88514.00051.000133,60 | 2.030.700358.620168.000612.0001.603,44 |
| Переменные затраты |
| 6.7.8.9.10. | Фонд оплаты труда производственного персоналаЕСН производственного персоналаОбщехозяйственные расходыМатериальные затратыПрочие затраты (командиро-вочные, текущий ремонт, реклама и т.д.) | 25.50066,8086.03550.00030.000 | 306.000801,721.032.420600.000360.000 |
|  | Итого: | 455.845 | 5.470.145 |

В приведенной таблице валовые затраты распределены на постоянные, которые не зависят от объема продаж номеров, и переменные, которые варьируются в зависимости от заполняемости гостиницы. Далее эти данные потребуются при построении графика безубыточности.

Теперь можно высчитать среднегодовую себестоимость одного койко-дня, учитывая, что при 100 процентной загрузке в гостинице может разместиться 20 человек.

Расчет себестоимости койко-дня.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Месяц | % загр. | Расчет себестоимости | Себестоимость |
| январьфевральмартапрельмайиюньиюльавгустсентябрьоктябрьноябрьдекабрь | 502030306090100100100803040 | 455.845/10 × 31455.845/4 × 29455.845/6 × 31455.845/6 × 30455.845/12 × 31455.845/18 × 30455.845/20 × 31455.845/20 × 31455.845/20 × 30455.845/16 × 31455.845/6 × 30455.845/8 × 31 | 1.4713.9302.4512.5331.2258447357357609192.5331.838 |
|  |  |  | 19.974 |

Таким образом, среднегодовая себестоимость одного койко-дня составила: 19.974/12 = 1.665 руб.

В числителе – 455.845 руб. – это среднемесячные затраты; в знаменателе – произведение числа календарных дней каждого месяца на заполняемость в койко-местах. (Если при 100% загрузке – 20 койко-мест, то при 50% загрузке – это 10 койко-мест, при 20% загрузке – 4 койко-места, при 30% - 6 койко-мест и т.д.).

**2.3. Формирование цены на услуги предприятия.**

Перед предприятиями социально-культурного сервиса и туризма постоянно встает задача определения цен на их товары и услуги, что в условиях рыночной экономики является весьма важным и сложным процессом.

Суть ценовой политики на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма заключается в установлении таких цен на представляемые товары и услуги, которые обеспечат запланированный рост прибыли, и будут отвечать стратегическим и оперативным задачам предприятия по удержанию и расширению своих позиций на рынке.

В рыночной экономике существуют различные методы формирования ценовой политики предприятий социально-культурного сервиса и туризма, которые можно разделить на две группы:

- методы, базирующиеся на затратном подходе;

- рыночные или маркетинговые методы.

Затратный подход к формированию цены продукции (услуг) характерен для двух методов расчета цены:

- расчет по методу "средние издержки плюс прибыль";

- расчет на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли.

Расчет по методу "средние издержки плюс прибыль" – самый простой способ определения цены продукции (услуги), заключающийся в начислении определенной надбавки на себестоимость товара. Он характеризуется тем, что предприятия при определении цены на свою продукцию и услугу ориентируются на издержки, то есть осуществляют калькуляцию затрат по полной себестоимости. Затем к себестоимости прибавляется та величина прибыли, которую предприятие планирует получить.

Ц = С + Ппр.,

где С – полная себестоимость продукции;

 Ппр – предполагаемая прибыль.

Расчет цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли также базируется на издержках. При его использовании предприятию необходимо разделить затраты на постоянные и переменные, изучить и проанализировать их поведение, построить график безубыточности и на его основе определить, как изменение общего объема выручки будет влиять на прибыль. Такой подход к ценообразованию предполагает рассмотрение различных вариантов цен и определение наилучшей, при которой достигается требуемый уровень прибыли, поэтому этот метод еще называют целевым ценообразованием. Он является наиболее приемлемым в условиях рыночной экономики, поскольку позволяет гибко реагировать на все изменения, которым подвергается рынок.

Рыночный, или маркетинговый, подход в определении цены на продукцию (услугу) предприятий является наиболее предпочтительным. Как правило, ценовая политика фирмы зависит от того, какое место она занимает на рынке, то есть, является ли она достаточно известной или это малоизвестная фирма. Есть и специфические факторы, влияющие на ценообразование. Например, для предприятий гостиничного комплекса очень сильное влияние на ценообразование оказывает такой фактор, как место расположения гостиницы.

К рыночным, или маркетинговым, методам установления цены на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма относятся следующие:

- установление цены на основе ощущаемой ценности товара;

- установление цены на основе уровня текущих цен;

- установление цены на основе закрытых торгов;

- стратегия престижных цен.

При определении цены методом установления на основе ощущаемой ценности товара (ориентации на спрос) главным критерием становятся уже не издержки производителя продукции (услуг), а то, как данный товар воспринимает покупатель, то есть исходной точкой является ощущение ценности товаров для покупателей.

При установлении цены на основе уровня текущих цен предприятия в основном отталкиваются от цен конкурентов и меньше внимания обращают на показатели собственных издержек или спроса. В зависимости от того, какое положение предприятие занимает на рынке, оно может выбирать различную стратегию при определении цены на свою продукцию. Например, назначить цену выше или ниже урвня цен своих конкурентов.

Если предприятие занимает на рынке не очень высокое положение, то при определении цены целесообразно устанавливать ее близкой к среднерыночной цене или даже на несколько процентов ниже, пока предприятие не получит достаточную известность, после чего можно будет повысить цену.

Установление цены на основе закрытых торгов применяется в тех случаях, когда предприятие ведет конкурентную борьбу за выгодное предложение среди других конкурентов. В подобных ситуациях при назначении своей цены оно ориентируется на ожидаемые цены конкурентов, а не на собственные издержки. Поскольку предприятие хочет получить выгодный контракт, ему нужно запросить цену ниже, чем у конкурентов. Однако эта цена не должна быть ниже себестоимости, иначе предприятие понесет убытки.

Предприятия социально-культурного сервиса и туризма, которые выбирают стратегию престижных цен, ориентированы на клиентов, для которых цена не является главным критерием выбора. Таких клиентов больше интересует уникальность предоставляемых услуг, их качество, занимаемый статус. Поскольку для поддержания соответствующего уровня обслуживания требуются большие капитальные и текущие затраты, цены на такие продукты и услуги очень высокие.

В соответствии с выбранной стратегией ценообразования, каждое предприятие определяет базовую стоимость услуги. Для привлечения клиентов и партнеров предприятие обычно имеет специальные расценки, которые в зависимости от различных условий могут значительно отличаться от базовой цены. Например, специальные скидки, которые зависят от количества приобретаемых товаров и услуг, их качественного состава и времени, на которые они резервируются (количество ночевок). Льготные цены для группы клиентов. Система различных сезонных скидок.

С целью повышения общей эффективности гостиницы прибегают к методу дискриминационного ценообразования. суть данного метода в том, что гостиница устанавливает различные цены в зависимости не от издержек, которые она несет, а от типа клиентов и времени, в которое они приезжают.

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

Так, если в гостинице среднегодовая себестоимость койко-дня равна 1.665 руб., а плановая прибыль составляет 20% от этой величины, тогда стоимость койко-дня в сутки составит: 1.665 × 1,2 =1.998 руб.

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

Ставка данного налога равна 18% от стоимости услуг. Тогда среднегодовая цена равна: 1.998 × 1,18 = 2.357,7 руб.

**2.4. Определение зоны безубыточности и порога рентабельности.**

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

Для оценки эффективности работы гостиничного 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 гостиницы 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 гостиничного хозяйства 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 гостиничного хозяйства – это такой объем продаж гостиничных услуг, при котором прибыль равна 0.

Существует формула, по которой мы должны себя проверить:

 постоянные затраты

Порог рентабельности (койко-дни) =

цена ед. переменные затраты

 продукции объем производства

Теперь для определения порога рентабельности и построения графика подставим наши данные в формулу, данные описываемой гостиницы. Нам понадобятся данные:

1. Объем продаж (койко-дни) – 372, среднегодовой;

2. Выручка (руб) – 877.064,40, среднегодовая;

3. Постоянные затраты (руб) – 264.243,60, в месяц;

4. Переменные затраты (руб) – 191.601,80, в месяц;

5. Цена единицы продукции (руб) – 2.357,70.

264.243,60

 = 143 (койко-дня).

 2.357,70 – (191.601,80 / 372)

Результат проиллюстрируем на графике:

**Список литературы:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.2.3.4.5.6.7.8. | Морозов М.А.Горбылева М.А.Ляпина И.Волков Ю.Ф.Дурович А.П.Бондаренко Т.А.Сергеева Т.М. | Экономика и предпринимательство в СКСиТ.Экономика туризмаОрганизация и технология гостиничного обслуживанияВведение в гостиничный и туристский бизнесОрганизация туризмаТуризм и гостиничное хозяйствоГостиничное, ресторанное дело, туризм. Сборник нормативных законов.ГК РФ – I часть | М, ACADE-MA, 2006г.Минск, БГЭУ, 2004г. |