**Содержание**

Введение

1. Финансирование в туризме

1.1 Понятие, виды и цели финансирования

## 1.2 Финансирование и экономическая деятельность туристской сферы в РФ

## 1.3 Источники финансирования туристской сферы

## 2. Оценка хозяйственной деятельности и финансового состояния ООО «ЛайтТур»

## 2.1 Общая характеристика ООО «ЛайтТур»

## 2.2 Оценка хозяйственной деятельности и финансового состояния ООО «ЛайтТур»

## 2.3 Финансирование ООО «ЛайтТур»

## 3. Рекомендации оптимизации функционирования ООО «ЛайтТур»

## Заключение

## Список литературы

## Введение

Финансирование - обеспечение необходимыми финансовыми ресурсами всего хозяйства страны, регионов, предприятий, предпринимателей, граждан, а также различных экономических программ и видов экономической деятельности.

Особую роль финансирование играет для туристской индустрии.

В России влияние туристской индустрии на экономику страны пока незначительно - финансирование туризма: производится по остаточному признаку. Фактическое отсутствие полноценного функционирования туристской отрасли приводят к тому, что Россия теряет миллиарды рублей, которые могли бы поступить в бюджет страны в случае увеличения туристского потока. Несмотря на свой колоссальный туристский потенциал, страна занимает весьма скромное место на мировом туристском рынке, менее 1,5% мирового туристского потока. Среди туристских предприятий РФ присутствуют 350 зарубежных компаний, которые занимаются в основном выездным туризмом, способствуя вывозу капитала из страны.

Актуальность данной курсовой работы заключается в том, что туризм является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мировой экономики. По данным Всемирной туристской организации в отрасли туризма задействовано около 9,4% мирового капитала, обеспечивается каждое 16-е рабочее место, а также на нее приходится 11% мировых потребительских расходов и 5% всех налоговых поступлений.

Цель курсовой работы рассмотреть финансирование в рамках туристической сферы, а также анализ фактического состояния предприятия, который включает в себя оценку хозяйственной деятельности и финансового состояния предприятия.

Задачи курсовой работы состоят в следующем:

1. Рассмотреть понятие финансирования, его виды, источники, цели и направления;
2. Рассмотреть финансирование в туристской сфере;
3. Оценка хозяйственной деятельности и финансового состояния предприятия (в данном случае туристическая фирма «ЛайтТур»);
4. Разработать рекомендации оптимизации функционирования тур. Фирмы «ЛайтТур».

Объектом исследования является туристская фирма «ЛайтТур», которая является коммерческой организацией.

Данная курсовая работа имеет следующую структуру: введение, 3 главы, заключение, список литературы.

**1. Финансирование в туризме**

**1.1 Понятие, виды и цели финансирования**

## Финансирование - обеспечение необходимыми финансовыми ресурсами затрат на развитие предприятий, отраслей, экономики в целом, социальной сферы, регионов, на обеспечение национальной обороны страны и развитие других сфер жизни общества. Осуществляется за счет средств предприятий, бюджетов различных уровней, внебюджетных фондов, частных инвесторов, других источников. Объем финансирования определяется на основе запланированных расходов и источников их обеспечения. На коммерческих предприятиях финансовые ресурсы и финансовые взаимоотношения отражаются в бизнес-плане предприятия. Расходы на текущее содержание и на расширение деятельности учреждений и организаций, состоящих на сметном финансировании, осуществляются в основном за счет средств федерального или муниципального бюджетов, а также бюджета субъекта Федерации.

## В зависимости от предметно-целевого назначения денежных средств организаций различают виды финансирования: заработной платы; приобретения предметов длительного пользования; аренды; транспортных расходов; капитального ремонта; капитального строительства; прочих текущих расходов.

## Финансирование организуется на принципах: плановости; целевой направленности средств; безвозвратности ассигнований, выделяемых из бюджетов всех уровней; расходования средств в соответствии с бизнес-планом предприятия или сметой организаций; соблюдения режима экономии. Принцип плановости означает, что финансовые ресурсы предусматриваются в соответствующих бюджетах, внебюджетных фондах, бизнес-планах коммерческих предприятий, сметах бюджета организаций, финансовых планах общественных организаций и других хозяйственных структур. Принцип целевой направленности предполагает использование денежных средств на предусмотренные планом конкретные цели и объекты. Принцип безвозвратности означает, что предоставляемые регионам, предприятиям, организациям финансовые ресурсы (субсидии, дотации, инвестиции) непосредственно ими не возмещаются, в чем состоит отличие бюджетного финансирования от кредитования, основанного на возврате полученного заемщиком на определенный срок средств с уплатой процентов за пользование кредитом. Принцип расходования средств в соответствии с бизнес-планом предприятия или сметой организаций предполагает выделение финансовых ресурсов лишь при освоении ранее полученной сумм. Принцип соблюдения режима экономии означает правильное и рациональное расходование денежных средств, строгое соблюдение финансовой дисциплины, установленных норм и нормативов.

## Для рыночной экономики характерна множественность источников финансового обеспечения производственных затрат и мероприятий по развитию производства. В целом они подразделяются на 3 группы: собственные средства предприятий; кредиты коммерческих банков; ассигнования из бюджетов.

## Структура источников финансирования не стабильна. Она изменяется в процессе развития экономики, финансирования и денежно-кредитной политики государства. В условиях развития рыночных отношений и перехода на коммерческий расчет и самофинансирование основным источником финансирования являются собственные средства предприятий. За последние годы возросла роль коммерческого кредита, снизилась доля бюджетных ассигнований в источниках финансирования текущих и капитальных затрат.

## Цели финансирования:

Финансирование — выделение средств или ресурсов для достижения намеченных целей. Если целью финансирования является получение прибыли — тогда финансирование превращается в инвестирование. Если целью прибыль не является — это не инвестирование.

* предпринимательская деятельность
* непредпринимательская деятельность
* получение прибыли (инвестирование)
* не получение прибыли (достижение какой-то цели)

## Виды финансирования:

## Возмездное (платное):

## - заём – вид обязательственных отношений, договор, в силу которого одна сторона (Займодавец) передаёт в собственность другой стороне (Заёмщику) деньги или другие вещи, определённые родовыми признаками (например: числом, весом, мерой), а заёмщик обязуется возвратить займодавцу такую же сумму денег (сумму займа) или равное количество других полученных им вещей того же рода и качества;

## - кредит – это передача кредитором заемщику денежных средств или иных материальных ценностей на определенный период, с выплатой заемщиком процента за пользование ссудой. Кредитные отношения как с юридической, так и с экономической точки зрения регулируются правовыми и нормативными актами.

## 2) Безвозмездное (бесплатное):

## - дарение – безвозмездная передача своего имущества, какого-либо предмета другому лицу. Дарение является одним из гражданских прав субъекта, гражданина. Данное право обеспечивается действующим законодательством государства;

## - субсидия – пособие в денежной или натуральной форме, предоставляемое за счёт государственного или местного бюджета, а также специальных фондов юридическим и физическим лицам, местным органам власти, другим государствам;

## - субвенция – вид денежного пособия местным органам власти со стороны государства, выделяемого на определенный срок на конкретные цели; в отличие от дотации подлежат возврату в случае нецелевого использования или использования не в установленные ранее сроки;

## - дотация – межбюджетные трансферты, предоставляемые на безвозмездной и безвозвратной основе без установления направлений и (или) условий их использования;

## - грант – безвозмездная субсидия предприятиям, организациям и физическим лицам в денежной или натуральной форме на проведение научных или других исследований, опытно-конструкторских работ, на обучение, лечение и другие цели с последующим отчетом об их использовании;

## - ссуда - безвозмездная передача индивидуально-определённой вещи в пользование на определённый срок. Соответственно, возврату подлежит та же самая вещь, и право собственности на вещь в период её использования ссудополучателем сохраняется за ссудодателем.

## 1.2 Финансирование и экономическая деятельность туристской сферы в РФ

Экономическая деятельность в отрасли туризма заключается в обеспечении эффективного использования имеющейся и создания новой материально-технической базы туризма, увеличения валютных поступлений в бюджет государства, кооперирования средств субъектов туристской деятельности, занятости населения, удовлетворении его разнообразных потребностей.

Основными задачами экономической деятельности субъектов туристской деятельности являются: создание туристского продукта; формирование рынка туристских услуг; совершенствование инфраструктуры туризма; предоставление туристских услуг; развитие внутреннего и иностранного туризма.

Доходы от туристской деятельности формируются за счет поступлений от основной деятельности, проживания туристов в гостиницах, мотелях и кемпингах (гостиничный сбор), обслуживания предприятиями питания, транспортного обслуживания, дополнительных услуг, а также иных видов

деятельности.

Прибыль (доход) субъектов туристской деятельности подлежит налогообложению на общих основаниях, согласно действующему законодательству РФ. Субъекты туристской деятельности отчисляют и уплачивают налог на прибыль, подоходный налог, земельный налог, налог на добавленную стоимость, отчисления в инновационный, пенсионный фонды, фонд социального страхования и другие.

Организация иностранного и зарубежного туризма базируется на законодательстве РФ, в том числе, Законе РФ «О внешнеэкономической деятельности» и договорах (контрактах) с иностранными партнерами. Субъект туристской деятельности не может самостоятельно предоставлять туристские услуги за пределами РФ, а может лишь осуществлять организационные мероприятия по обеспечению продажи через нерезидента туристского продукта для потребления на территории Украины и (или) через представительства на территории иностранного государства.

Услуги по туризму считаются экспортируемыми, если их продажа осуществляется за пределами РФ непосредственно субъектом туристской деятельности через представительства в иностранном государстве и (или) через нерезидента, а их предоставление происходит на территории РФ. Если субъект туристской деятельности осуществляет продажу услуг по туризму на таможенной территории РФ, то есть организует зарубежный туризм, то такие услуги следует считать импортируемыми.

Продажа и предоставление услуг по туризму на таможенной территории РФ является внутренним туризмом. В соответствии с Законом РФ «О налоге на добавленную стоимость» по нулевой ставке облагаются налогом операции по предоставлению услуг по туризму на территории РФ в случае их продажи за пределами РФ непосредственно или при посредничестве нерезидентов с применением безналичных расчетов. При этом суммы налога, уплаченные за услуги, стоимость которых относится к составу валовых расходов туристского продукта, включаются в налоговый кредит, и возмещаются в порядке, предусмотренном законодательством РФ. Операции по продаже и предоставлению услуг по туризму на таможенной территории РФ подлежат обложению по ставке 20%.

Кроме того, с целью сохранения природной и историко – культурной среды этими субъектами может передаваться в местные бюджеты часть прибыли для ее целевого использования, например, 10% от прибыли уплачивают субъекты туристской деятельности в Московской области за использование памятников архитектуры с целью их экскурсионного посещения (экскурсионно-туристский сбор). Субъектам предпринимательства, предоставляющим туристские услуги, могут устанавливаться также и льготы по налогообложению, кредитованию и страхованию туристской деятельности.

**1.3 Источники финансирования туризма в РФ**

## Главный смысл финансовой деятельности туристического предприятия заключается в надлежащем обеспечении финансирования.

## Закон РФ “О туризме” предусматривает следующие источники финансирования туризма.

## Туристическая деятельность осуществляется за счет:

## - собственных финансовых ресурсов субъектов туристической деятельности, денежных взносов граждан и юридических лиц;

## - заемных финансовых средств (облигационные займы, банковские и бюджетные кредиты);

## - бесплатных и благотворительных взносов, пожертвований предприятий, учреждений, организаций и граждан;

## - внебюджетных фондов;

## - средств фонда развития РФ, который формируется за счет отчислений субъектов предпринимательства независимо от форм собственности;

## - иностранных инвестиций;

## - поступлений от туристических лотерей;

## - других источников, не запрещенных законодательством РФ.

## Согласно источников средств финансирования делится на внутреннее и внешнее. Внутреннее финансирование осуществляется за счет средств, полученных от деятельности самого предприятия: прибыль, амортизационные отчисления, выручка от продажи или сдачи в аренду имущества. Внешнее финансирование использует средства, не связанные с деятельностью предприятия: вклады собственников в уставный фонд, кредит, обязательства должников, государственные субсидии и т.д.

## Также различают финансирование за счет собственных и привлеченных средств.

## Важной формой финансирования является кредит – платное предоставление денег или иных ценностей взаймы на определенное время. Привлечение кредитных средств расширяет финансовые возможности предприятия, но одновременно создает риск, связанный с необходимостью возвращения долгов в будущем и уплаты процентов за пользование одолженных средствами.

## Товарный кредит – это краткосрочный кредит, который одно предприятие предоставляет другому в товарной форме через отсрочку платежа за поставленную продукцию. Товарный кредит используется в основном как средство расширения сферы рынка и увеличение объема продаж услуг или продукции.

## Аренда – специальная форма долгосрочного кредита, которая предусматривает передачу имущества в договорное срочную владение и пользование за приемлемую для обеих сторон арендную плату.

## Распространенным в мировой практике разновидностью аренды с лизинг, когда арендодатель – лизинговая компания покупает объекты аренды у предприятий-производителей и передает их в аренду на определенных условиях.

## Финансовая деятельность туристического предприятия характеризуется степенью его прибыльности и оборачиваемости капитала, финансовой устойчивости и динамики структуры источников финансирования, способности рассчитываться по долговым обязательствам. Правильная оценка финансовых результатов деятельности и финансово-экономического состояния предприятия является первым и наиболее необходимой информацией как для его руководства и собственников, так и для инвесторов, партнеров, кредиторов, государственных органов. Поэтому наиболее важнейшим источником финансирования туристической деятельности предприятия является прибыль.

## Прибыль – это та часть выручки, которая остается после возмещения всех затрат на производственную и коммерческую деятельность предприятия.

## Прибыль – положительный финансовый результат основной деятельности туристического предприятия. Это – разница между денежными поступлениями и полной себестоимости реализованных услуг. Характеризуя превышение поступлений над расходами, прибыль выражает цель коммерческой (предпринимательской) деятельности и берется за главный показатель ее результативности (эффективности).

## Прибыль является основным источником финансирования развития предприятия, совершенствования его материально-технической базы, обеспечение всех форм инвестирования. Деятельность предприятия направлена на то, чтобы обеспечить рост прибыли или хотя бы стабилизацию его на определенном уровне.

## В зависимости от формирования и распределения различают несколько видов прибыли.

## Прежде всего – общая прибыль и прибыль после налогообложения.

## Общий доход – это доход предприятия, полученный от всех видов деятельности, до налогообложения и распределения. Такую прибыль иначе называют балансовой.

## Прибыль после налогообложения, т.е. прибыль, реально поступает в распоряжение предприятия, имеет распространенное название – чистая прибыль.

## В последнее время все чаще используют такие понятия, как валовая, операционная и маржинальный доход.

## Валовая прибыль – это разница между выручкой и производственными затратами. Это понятие включает собственно прибыль и непроизводственные расходы (административные, коммерческие).

## Операционная прибыль равна валовому прибыли за минусом непроизводственных расходов (т.е. чистая прибыль).

## Маржинальный доход характеризует объем выручки от продажи продукции за минусом переменных затрат. Таким образом, такой доход по величине совпадает с валовым доходом, когда калькулирование осуществляется только с переменными затратами.

## Основными источниками формирования прибыли туристического предприятия являются:

## - прибыль от оказания туристических услуг или от продажи туристического продукта (это основная составляющая общей прибыли);

## - прибыль от внереализационных операций – это прибыль от долевого участия в совместных предприятиях, сдачи имущества в аренду, дивиденды на ценные бумаги, поступления с депозитных вкладов, доход от владения долговыми обязательствами, поступления от экономических санкций и т.д.;

## - прибыль от продажи имущества включает прибыль от продажи основных фондов (материальных активов, нематериальных активов, ценных бумаг других предприятий и т.д.). Его рассчитывают как разницу между ценой продажи и остаточной стоимостью.

Фонд Развития туризма РФ.

ФР туризма РФ действует с целью формирования централизованного источника средств для объединения усилий в деле всестороннего развития туристской отрасли РФ, издания и размещения рекламы туристских возможностей государства, создания печатных средств массовой информации, формирования конкурентоспособного рынка туристских услуг, участия в международных и отечественных мероприятиях по вопросам туризма, реконструкции и модернизации материально -технической

базы отрасли.

Именно, в ФР туризма РФ производятся добровольные отчисления 1% от прибыли, полученной субъектами туристской деятельности независимо от формы собственности за предоставление туристских услуг, которая остается после расчетов с бюджетом, а также кредитных ресурсов, иностранных и отечественных инвестиций, благотворительных взносов и других поступлений.

Средства ФР туризма РФ поступают на специальный счет Государственный комитет молодежной политики, спорта и туризма РФ, где аккумулируются по регистрационному номеру туристской организации, получившей лицензию, и используются в соответствии со сметой расходов.

Средства ФР туризма РФ используются на размещение рекламы в зарубежных и отечественных изданиях и изготовление рекламной продукции, участие в иностранных международных туристских биржах и ярмарках, организацию и проведение рекламных туров для иностранных фирм -потребителей туристского продукта, проведение национальных и международных семинаров, разработку, внедрения и открытия новых туристских маршрутов, видов туристских услуг, предоставления финансовой помощи туристским предприятиям, строительство и реконструкцию материально-технической базы отрасли, разработку и внедрения нормативно-правовой базы и другие меры по развитию туризма в РФ.

Неиспользованные в отчетном году средства ФР туризма РФ изъятию не подлежат, а переходят на следующий год и используются по назначению. Руководство ФР туризма РФ и контроль за своевременным и полным поступлением в ФР туризма РФ средств от субъектов туристской деятельности.

## 2. Оценка хозяйственной деятельности и финансового состояния предприятия

## 2.1 Общая характеристика предприятия

Туристическая фирма «ЛайтТур» (г. Санкт-Петербург) работает с 2005 года.

ООО «ЛайтТур» в настоящее время успешно функционирует на рынке туризма благодаря:

* Накопленной в течение 4 лет клиентской базы.
* Опыту и знаниям сотрудников в сфере туризма.
* Наработанным связям с представителями туруслуг.
* Выгодному и удобному месторасположению – почти в самом центре Санкт-Петербурга по адресу: ул. Почтамская, д.23.

Целью компании является организация продажи туристских услуг. Под продажей туруслуг подразумевается предложение стандартных пакетов туруслуг туроператора и все связанные с ним операции, а также предложение индивидуальных туров.

ООО «ЛайтТур» приобретает туры у туроператора и реализует их потребителю. Турагент добавляет к приобретаемому туру проезд туристов от места их проживания до первого по маршруту пункта размещения, от последнего на маршруте пункта размещения и обратно.

Главной рыночной ролью туристского агентства является соединение поставщиков услуг с клиентами-туристами, порой сильно разобщенных как во времени, так и территориально. Это специфический туристский вид бизнеса. Здесь важен правильный выбор поставщиков услуг, основанный на профессиональных знаниях туристского рынка, бизнеса, особенностей и рычагов его развития и управления.

Организационно – правовая форма предприятия и форма собственности – общество с ограниченной ответственностью. Учредителями являются физические лица.

Компания предлагает целый комплекс туруслуг, что является одним из привлекающих потенциальных туристов и путешественников факторов.

Во-первых, это организация различного вида туров: как стандартных и нестандартных, так и индивидуальных туров.

Стандартными принято считать туры, минимальная продолжительность которых 7 ночей. Их можно назвать своего рода экономтурами.

Нестандартные туры отличаются сроками: менее или более 7 ночей. В этом случае необходимо рассчитывать тур посуточно. В зависимости от расчета складывается цена, которая, как правило, независимо от количества дней, выше предложенной на стандартный тур.

Индивидуальными турами считаются туры, созданные по желанию клиента. Здесь основным отличием являются не только сроки, но и маршрут, набор дополнительных услуг, особые пожелания клиента, в результате чего, они являются более дорогими.

ООО «ЛайтТур» предлагает различные виды индивидуальных туров:

* Пляжный отдых. Туры данного вида в любой сезон пользуются большой популярностью, особенно летом, несмотря на разнообразие предлагаемых туров. В 2006 годуих продажа составила более 65% от продаж всех туров. А в свою очередь зимой наиболее востребованы поездки на горнолыжные курорты.
* Экскурсионные туры.
* Тематические туры. Познавательные туры, туры за покупками, свадебные туры. Экскурсионные и тематические туры находятся на втором месте по популярности.
* Экотур. Поездки на дикую нетронутую природу в такие страны, как Кения, Исландия, Австралия. Как правило, являются дорогостоящим удовольствием, но по впечатлениям превосходят любые другие путешествия.

Среди направлений, которые предлагает ООО «ЛайтТур», невозможно выделить основные. В зависимости от сезона, будь то лето, зима, осень или весна, спрос на направления меняется.

Так, летом особо популярными среди туристов являются в первую очередь Испания, Кипр, Хорватия, чуть меньше востребованы Греция и Болгария. Зимой туристы большей частью предпочитают Египет, Таиланд, о. Бали, Канарские острова, Мальдивские острова, Доминиканскую республику, ОАЭ, Индию, Кубу. Значительно увеличивается спрос на активные туры, в частности можно выделить горнолыжные курорты Австрии, Андорры, Финляндии, Болгарии, Франции и Турции. Что же касается весенних и осенних путешествий, туристы больше внимания уделяют таким странам, как Тунис, Египет, Куба, ОАЭ, Индонезия, о. Боли, Турция, Кипр, Греция.

ООО «ЛайтТур», оформляя тур на определенное направление, является посредником между туристом и туроператором, потому как не выполняет функции по комплектации товаров. Первоначальным этапом предоставления компанией услуги по оформлению и продаже тура на определенное направление является выбор туроператора. В настоящее время в результате, приобретения определенного опыта и установления необходимых связей на рынке туристских услуг, руководство данной компании определило для себя ряд туроператоров по направлениям, с которыми осуществляется взаимовыгодное сотрудничество, благодаря накопленным скидкам (комиссионным %), уверенности в порядочности данного оператора и его гарантиях.

Таким образом, например, по Турции и Египту рассматриваются предложения компаний «Тез-Тур», «Нева», «Глобус». Как правило, туристы не желают рисковать и омрачать свой отдых, поэтому готовы покупать более дорогие и гарантировано качественные пакеты. А агентство, в свою очередь, сотрудничая с одними и теми же операторами, накапливает комиссионный процент. Туры в Испанию предлагает компания «Альфа Лайн», Таиланд предлагают «Вест-Тревел», «Интер Гальф».

Также компания предлагает ряд сопутствующих услуг:

* Услуги по поиску и подбору тура он-лайн.
* Запрос на индивидуальный тур он-лайн.
* Бронирование наземных услуг: встреча в аэропорту, экскурсионное обслуживание, гиды, переводчики, аренда автомобилей.
* Бронирование авиа и железнодорожных билетов.
* Содействие в оформлении виз
* Корпоративные поездки.
* Продажа туристской литературы. Путеводители по странам мира, карты, словари, что приносит дополнительный доход.

## 2.2 Оценка хозяйственной деятельности и финансового состояния предприятия

Одной из важных задач для предприятия системы туризма является повышение эффективности производства. Главная роль в ее решении принадлежит оценке хозяйственной деятельности, или экономическому анализу как средству выявления резервов повышения эффективности хозяйствования.

Оценка хозяйственной деятельности - метод изучения процесса и оценки результатов производственной, торговой, сервисной и других видов экономической деятельности фирмы (предприятия, организации). Оценка хозяйственной деятельности служит аналитической базой для устранения недостатков и развития позитивных направлений деятельности фирмы.

На современном этапе развития нашей экономики вопрос **анализа финансового состояния предприятия** является очень актуальным. От финансового состояния предприятия зависит во многом успех его деятельности. Поэтому анализу финансового состояния предприятия уделяется много внимания.

Финансовое состояние туристского предприятия характеризуется совокупностью показателей, отражающих процесс формирования и использования его финансовых средств. В рыночной экономике финансовое состояние предприятия по сути дела отражает результаты его деятельности. Результаты деятельности предприятия обуславливают активы предприятия, их объём, состав, структура и эффективность использования.

По данным бухгалтерского баланса и другим источникам информации проведем анализ финансового состояния ООО «ЛайтТур».

**Таблица№1.** Показатели, необходимые для расчёта.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | **2007 год** | **2008** год | **2009 год** |
| Выручка от реализации услуг, тыс. руб. | 70561 | 82250 | 93800 |
| Стоимость товарной продукции в ценах реализации, тыс. руб. | 25366 | 32292 | 40680 |
| Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб. | 25366 | 32292 | 38911 |
| Хозяйственных средств всего (сумма баланса), тыс. руб. | 30543 | 35930 | 28698 |
| Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб. | 42981 | 52980 | 70700 |
| Стоимость оборотных средств, тыс. руб. | 46650 | 52450 | 62000 |
| Среднесписочная численность работников, чел. | 24 | 15 | 20 |
| Денежные средства, млн. руб. | 45 | 394 | 399 |
| Краткосрочные финансовые вложения, млн. руб. | 28 | 33 | 33,5 |
| Чистая прибыль, тыс. руб. | 282 | 401 | 532 |

**Таблица№2. Результаты анализа.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | **2007 год** | **2008 год** | **2009 год** |
| Фондоотдача | 1,64 | 1,55 | 1,32 |
| Фондоемкость | 0,61 | 0,64 | 0,75 |
| Фондовооруженность | 1790 | 3532 | 3635 |
| Производительность труда | 1056 | 2152 | 2034 |
| Среднемесячная плата | 13800 | 15700 | 17500 |
| Оборачиваемость оборотных средств | 0,54 | 0,61 | 0,65 |
| Коэффициент автономии (независимости) | 0,648 | 0,624 | 0,611 |
| Коэффициент ликвидности  -коэффициент текущей ликвидности  -коэффициент абсолютной ликвидности | 1,829  0,036 | 1,778  0,074 | 1,851  0,091 |
| Коэффициент платежеспособности | 6,41 | 8,57 | 7,09 |
| Рентабельность продаж | 31,1 % | 32,41% | 34,21% |

1) Фондоотдача показывает какова отдача от использования каждого рубля, вложенного в основные средства, т.е. насколько эффективно это вложение. Из таблицы видно, что от использования одного рубля в 2007 году отдача составила 1,64 руб., в 2008 году- 1, 55 руб., а в 2009 году - 1,32руб.

2) Фондоёмкость определяет необходимую величину основных средств для производства продукции заданного объёма на перспективный период. Из таблицы видно, что на производство одного рубля продукции в 2007 году было затрачено 0,61 рубля, в 2008 году – 0,64 руб., в 2009 году - 0,75руб.

3) Фондовооруженность показывает, какое количество основных средств приходится на одного работника предприятия. В организации «ЛайтТур» в 2007 году на одного работника предприятия приходится 1790 основных средств, в 2008 году - 3532, в 2009 году - 3635.

4) Производительность труда характеризует эффективность использования трудовых ресурсов. В 2007 году производительность труда равна 1056, в 2008 – 2152, в 2009 – 2034.

5) Под оборачиваемостью средств понимается продолжительность прохождения средствами отдельных стадий производства и обращения. В 2007 году оборачиваемость оборотных средств равна 0,54, в 2008 году – 0,61, в 2009 году – 0,65

6) Рентабельность – это относительный показатель уровня доходности бизнеса. Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (производственной, коммерческой, инвестиционной и т.д.). В 2007 году рентабельность продаж равна 31,1 %, в 2008 году – 32,41%, в 2009 – 34,21%

7) Коэффициент автономии (коэффициент концентрации собственного капитала, коэффициент собственности) - характеризует долю собственности владельцев предприятия в общей сумме авансированных средств. Чем выше значение коэффициента, тем финансово более устойчиво и независимо от внешних кредиторов предприятие. Коэффициент автономии в 2007 году равен 0,648, в 2008 году - 0,61, в 2009 - 0,611.

8) Коэффициент ликвидности :

Коэффициент текущей ликвидности (или общий коэффициент покрытия долгов, или коэффициент покрытия) характеризует степень покрытия оборотных активов оборотными пассивами, и применяется для оценки способности предприятия выполнить свои краткосрочные обязательства.

Коэффициенты ликвидности характеризуют платежеспособность предприятия не только на данный момент, но и в случае чрезвычайных обстоятельств. Исходя из таблицы, в 2007 году коэффициент текущей ликвидности равен 1,829, в 2008 году – 1,778, в 2009 – 1,851.

Коэффициент абсолютной ликвидности — финансовый коэффициент, равный отношению денежных средств и краткосрочных финансовых вложений к краткосрочным обязательствам (текущим пассивам). Исходя из таблицы, в 2007 году коэффициент абсолютной ликвидности равен 0,036, в 2008 году – 0,074, в 2009 – 0,091.

9) Коэффициент платежеспособности – в 2007 году равен 6,41, в 2008 году – 8,57, в 2009 году – 7,09.

**2.3 Финансирование ООО «ЛайтТур»**

Источниками финансирования ООО «ЛайтТур» являются:

* 1. заемные финансовые средства (облигационные займы, банковские и бюджетные кредиты);
  2. иностранные инвестиции;
  3. основным финансовым обеспеченим Туристической фирмы ООО «ЛайтТур» является договор страхования гражданской ответственности за неисполнение либо ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта.

Размер Финансового обеспечения составляет 30 000 000 (тридцать миллионов) рублей.

Финансовое обеспечение предоставлено ЗАО «Страховая группа «Спасские ворота».

4) бесплатные и благотворительные взносы организаций и граждан

**3. Рекомендации оптимизации функционирования ООО «ЛайтТур»**

Как уже было указано финансовое состояние туристской фирмы ООО «ЛайтТур» является достаточно прочным.

Объем реализации и величина прибыли, уровень рентабельности зависят от производственной, снабженческой, маркетинговой и финансовой деятельности предприятия, иначе говоря, эти показатели характеризуют все стороны хозяйствования.

Туристская фирма, как и любое предприятие, осуществляет свою деятельность в условиях непрерывно изменяющейся внешней среды: нормативно-правовой базы, определяющей законодательные рамки; взаимодействия со всеми субъектами экономических отношений; налогового регулирования; спроса и предложения работ и услуг; цен и тарифов на потребляемые сырье и материалы, работы и услуги и т.д. Более того, принимаемые управленческие решения приводят к изменению самой организации: применяемой ею технологии, состава и количества клиентов и многого другого. В конечном счете все внешние и внутренние изменения условий деятельности туристских предприятий влияют на их результативность. Повышение результативности функционирующего предприятия означает, что в постоянно изменяющихся условиях менеджеры фирмы способны находить правильные пути решения, ведущие к увеличению эффективности, что привлеченные дополнительные финансовые средства использованы рационально и т.д.

На каждом предприятии должны предусматриваться плановые мероприятия по увеличению прибыли. Основными источниками ее увеличения являются увеличение объема реализации продукции, снижение ее себестоимости, повышение качества продукции, реализация ее на более выгодных рынках сбыта и т.д. В условиях развития предпринимательской деятельности создаются объективные предпосылки реального претворения в жизнь приведенных факторов.

Существует 3 основных вида увеличения прибыли предприятия: увеличение объемов реализации, снижение себестоимости, увеличение качества и разнообразия услуг

В условиях жесткой конкуренции, в которых находится ООО «ЛайтТур» необходимо использовать эти три метода в совокупности.

Во-первых, для увеличения объемов реализации необходимо расширять деятельность организации. Так, возможными шагами для этого могут стать открытие филиалов в крупных региональных городах, таких как Новгород, Вологда, Череповец, где уровень конкуренции значительно ниже, чем в Санкт-петербурге. Однако, расширение бизнеса потребует значительных вложений, но т.к. предприятие не обладает большим запасом собственных средств, этот вариант может рассматриваться в долгосрочной перспективе.

Во-вторых, путем увеличения прибыли может стать уменьшение себестоимости. В настоящее время у ООО «ЛайтТур» заключены договора не только с непосредственно принимающей стороной, но и с посредниками. Использование посредников увеличивает себестоимость услуг на 10-15%. То есть за вычетом налогов отказ от посредников способен увеличить прибыль на 5-7%.

Наконец, третьим фактором увеличения прибыли может стать увеличение качества, расширение перечня предоставляемых услуг. Возможности фирмы в данном аспекте деятельности не ограничены. В данном аспекте деятельности можно рекомендовать специальные туры, посвященные крупнейшим международным событиям, таким, в частности, как:

* Крупнейшие спортивные соревнования (Олимпиады, Чемпионаты мира по футболу, хоккею, другим популярным видам спорта)
* Крупнейшие кинофорумы
* Крупнейшие музыкальные мероприятия (Фестивали, концерты, вручение наград)

Данное направление слабо развито в ООО «ЛайтТур». В то же время за счет этого можно увеличить прибыль на 10-15%

Теперь сведем все мероприятия по увеличению прибыли в таблицу.

Мероприятия по увеличению прибыли

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Мероприятие | Описание | Ожидаемое увеличение прибыли, % |
| 1. Снижение издержек   2. Расширение перечня услуг, увеличение качества обслуживания | Отказ от посредников  Организация поездок на крупнейшие международные мероприятия | 5-7%  10-15% |

Основными источниками повышения уровня рентабельности предприятия являются увеличение суммы прибыли от реализации продукции и снижение себестоимости продукции. Туристская фирма ООО «ЛайтТур» в процессе своей деятельности стремится к снижению себестоимости путем прямого выхода на иностранных поставщиков тур. услуг минуя посредников – туроператоров, что позволяет снизить себестоимость тур. пакета на 8-12%, и следовательно, увеличить уровень прибыли и рентабельности услуг.

**Заключение**

В заключении можно сделать ряд выводов, связанных с финансированием и финансовым планированием предприятий туристской сферы:

## 1) Финансирование - обеспечение необходимыми финансовыми ресурсами всего хозяйства страны, регионов, предприятий, предпринимателей, граждан, а также различных экономических программ и видов экономической деятельности. Финансирование организуется на принципах: плановости; целевой направленности средств; безвозвратности ассигнований, выделяемых из бюджетов всех уровней; расходования средств в соответствии с бизнес-планом предприятия или сметой организаций; соблюдения режима экономии. Виды финансирования:

## 1)возмездное (платное): заем, кредит;

2)безвозмездное (бесплатное): дарение, субсидия, субвенция, дотация, грант, ссуда.

2)финансирование Туристической деятельности осуществляется за счет:

- собственных финансовых ресурсов субъектов туристической деятельности, денежных взносов граждан и юридических лиц;

- заемных финансовых средств (облигационные займы, банковские и бюджетные кредиты);

- бесплатных и благотворительных взносов, пожертвований предприятий, учреждений, организаций и граждан;

- внебюджетных фондов;

- средств фонда развития РФ, который формируется за счет отчислений субъектов предпринимательства независимо от форм собственности;

- иностранных инвестиций;

- поступлений от туристических лотерей;

- других источников, не запрещенных законодательством РФ.

3)Финансовая деятельность туристического предприятия характеризуется степенью его прибыльности и оборачиваемости капитала, финансовой устойчивости и динамики структуры источников финансирования, способности рассчитываться по долговым обязательствам.

4) одной из важных задач для предприятия системы туризма является повышение эффективности производства. Главная роль в ее решении принадлежит оценке хозяйственной деятельности, или экономическому анализу как средству выявления резервов повышения эффективности хозяйствования.

**Список литературы**

1. Морозова Е.Я./ экономика и организация предприятий туристской сферы. Учебное пособие./ Е.Я. Морозова, Э.Д. Тихонова – Санкт-Петербург: Издательство Михайлова, 2002.
2. Волошин Н.И./ Правовое регулирование туристской деятельности./ Н.И. Волошин – м.: 1997.
3. Экономика и культура/под ред. А.В. Барышева - М.: Институт экономики РАН, 1992.
4. Афинян Б.Б./ Финансирование туристской сферы. Новые методы хозяйствования в сфере культуры./ Б.Б. Афинян - СПБ.: издательство Спб ГИК, 1992.
5. Бабич А. М./ Экономика и финансирование туристской сферы. / Бабич А. М., Егоров Е. В.-Казань. 1996.
6. Антонов Н.Г./ Денежное обращение, кредит и банки./ Антонов Н.Г., Пессель М.А. - М.: Финстатин-форм, 1995.
7. Блауг М./ Экономическая мысль в ретроспективе./Блауг М.- М.: Дело,1994.
8. Носкова И.Я. Международные кредитно-финансовые отношения: Учебное пособие. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2005.
9. Курс экономики / Под ред. Б.А. Райзберга. - М.: Инфра-М, 2005.

10) Курс экономической теории / Под ред. М.Н. Чепурина, Е.А. Киселевой. - Киров: АСА, 1999.

11) Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма. - М.: Академия,

12) Фролова Т.А. Экономика и предпринимательство в сфере социально-культурного сервиса и туризма - СПБ.: издательство Спб ГИК, 2005.

13) Соболева Е.А., Соболев И.И. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы - М.: Институт экономики РАН, 2007.

14) Вахмистров В.П., Вахмистрова С.И. Правовое обеспечение туризма: Учебное пособие – М.: Просвещение – 2007.