Курсовая работа на тему: «Анализ источников прибыли в туризме»

 (по курсу Менеджмент в туризме)

Выполнила:

Студентка 4-го курса,

группы МО-07

Тимкова Мария Михайловна

Научный руководитель:

Москва 2010

**Содержание.**

**Введение…………………………………………………………………………3**

**Глава 1. Сущность, источники получения и функции прибыли туристского предприятия…………………………………………….……….5**

**1.1. Основные источники получения прибыли…………………………….5**

**1.2. Сущность и функции прибыли туристского предприятия…………………………………………………………………….7**

**Глава 2. Виды прибыли, факторы и пути её получения. Распределение и использование прибыли туристского предприятия.………………………………………………………………….12**

**2.1. Виды прибыли………………………………………………..………….12**

**2.2. Факторы и пути получения прибыли…….…………………………..14**

**2.3. Распределение и использование прибыли туристского предприятия…………………………………………………………………..16**

**Заключение……………………………………………………………………19**

**Список использованной литературы……………………………………...21**

**Приложение 1…………………………………………………………………22**

**Приложение 2…………………………………………………………………23**

**Приложение 3…………………………………………………………………24**

**Введение.**

**Актуальность исследования.** Актуальность изучения источников прибыли сферы туруслуг подтверждается наличествующим в настоящее время перенасыщением рынка туруслуг вообще и г.Москвы в частности. От турпредприятий требуются решительные маркетинговые усилия по сохранению или увеличению доли рынка, продвижению предлагаемых услуг, увеличению выручки и прибыли от реализации турпродукта.
Одним из основных искусств управления является увеличение прибыли в сочетании с активной борьбой с затратами и неэффективностью. Важно стремление менеджеров понимать, что они выполняют нужную работу, удерживая снижение затрат близко к общепринятому, хотя это часто оказывается необоснованным. Начавшееся движение по снижению затрат в туризме приносит иногда прямо противоположные результаты. За несколько месяцев старые привычки и отношения начинают преобладать, и снова накапливается вес лишних расходов. Формально планирование прибыли некоторыми компаниями было осуществлено с большим успехом, другие же вовсе потерпели неудачу.
Человек все более активно участвует в разработке путей достижения прибыли в отдельной функциональной области, в частности в туризме. Творческое исследование и наступательный маркетинг могут формировать объем продаж, но реализация все еще далека от того огромного импульса, каким можно достичь прибыли при этом объеме. Технологические усовершенствования редко вызывают соответствующие улучшения эффективности туристских операций. Однако чрезмерно высокие подготовительные затраты не могут быть приемлемы, когда в распоряжении имеется ряд проверенных корректирующих мер, являющихся несколько традиционными, а остальные переплетаются с новыми аналитическими технологиями.

**Объект исследования:** источники прибыли в туризме.

**Предмет исследования:** основные источники, сущность и функции прибыли.

**Цель исследования:** подробное изучение источников прибыли, факторов и путей её получения.

**Задачи исследования:**

1) Изучить научно-теоретические основы по источникам прибыли в туризме.

2) Рассмотреть основные источники получения прибыли и её функции.

3) Рассмотреть виды прибыли, факторы и пути её получения.
Структурно курсовая работа включает: введение, 2 главы, заключение, список использованной литературы, 3 приложения: 3 рисунка.

**Глава 1.** **Сущность, источники получения и функции прибыли туристского предприятия.**

* 1. **. Основные источники получения прибыли.**

Долгое время в теории, на практике и в официальных документах источником прибыли признавался единственный фактор производства - труд. Для туризма этот постулат справедлив в тех редких случаях, когда посредник (турагент) покупает туристский продукт с целью его немедленной перепродажи по более высокой цене. Тогда труд турагента выступает источником получения прибыли, поскольку турагент приобрел этот товар с целью реализации. Как свидетельствует опыт стран с развитой экономикой, получение прибыли основано на привлечении нескольких факторов производства, прежде всего труда и капитала. При этом понятие прибыли связывается не только со стоимостью используемого капитала, но и с его обесцениванием, а также с периодом, в течение которого происходит это обесценивание.

С развитием рыночных отношений все чаще стали говорить и о других версиях происхождения прибыли:

- прибыль, заработанная благодаря инициативе;

- прибыль, полученная при неблагоприятных обстоятельствах (по сути - понесенный вследствие неблагоприятных условий убыток);

- прибыль, извлечение которой возможно благодаря ее признанию общественными институтами, среди которых важную роль играют органы государственной власти («допускаемая прибыль»).

Такая классификация весьма приблизительна. Очень часто конкретный случай происхождения прибыли трудно отнести к той или иной категории. Порой прибыль компании является результатом совпадения всех трех ситуаций.

Все многообразие источников образования прибыли в туристском предприятии можно сгруппировать по определенным признакам и в укрупненном виде представить основные.

Одним из источников прибыли является монопольное положение туристского предприятия по выпуску той или иной продукции или уникальности продукта. Поддержания этого источника на относительно высоком уровне предполагает проведение постоянной новации продукта. Здесь следует учитывать такие противодействующие силы, как антимонопольную политику государства и растущую конкуренцию со стороны других предприятий.
Еще один источник прибыли связан с производственной и предпринимательской деятельностью, поэтому касается практически всех предприятий. Эффективность его использования зависит от знания конъюнктуры рынка и умения постоянно адаптировать под нее развитие производства. Здесь, по сути, все сводится к маркетингу. Прибыль, ее величина в данном случае зависит:

1. во-первых, от правильности выбора производственной направленности предприятия по выпуску продукции (выбор продуктов, пользующихся стабильным и высоким спросом);
2. во-вторых, от создания конкурентоспособных условий продажи своих товаров и оказания услуг (цена, сроки поставок, обслуживание покупателей, послепродажное обслуживания и т.д.);
3. в-третьих, от объемов производства (чем больше объем продаж, тем больше масса прибыли);
4. в-четвертых, от ассортимента продукции и снижения издержек производства.

Третий источник проистекает из инновационной деятельности туристского предприятия. Его роль в последнее время резко возрастает благодаря компьютерным информационным технологиям, созданию глобальной информационной сети Интернет. [2; 354]

**1.2. Сущность и функции прибыли туристского предприятия.**

Прибыль в туризме создается только трудом работников данной отрасли, независимо от его характера. Произведенный в этой сфере продукт станет товаром тогда, когда дойдет до потребителя. Процесс создания стоимости туристского продукта не заканчивается в сфере производства, а продолжается на последующих стадиях его реализации. И на всех этапах его стоимость растет, хотя потребительская стоимость остается при этом неизменной. Поэтому в туризме прибыль является непосредственно созданной в данной отрасли.

Таким образом, можно полагать, что прибыль, созданная в туризме, независимо от соотношения производительного и непроизводительного труда, создается непосредственно в данной отрасли и занимает значительное место в рассматриваемом воспроизводстве.

Конечный результат деятельности туристского предприятия характеризуется не одним, а группой показателей. Но среди них только прибыль отражает превышение полученного результата от реализации туристского продукта и других видов деятельности над всеми его затратами. Совершенствование хозяйственного механизма туристского предприятия в нынешних условиях требует тщательного теоретического и практического анализа как всей системы используемых экономических категорий, так и отдельных ее элементов. К числу наиболее важных категорий, определяющих основу механизма хозяйствования, относится прибыль предприятия [2; 350]

С точки зрения бухгалтерского учета, прибыль отдельного предприятия состоит из двух компонентов:

1) дохода от обычной деятельности предприятия, представляющего собой разницу между выручкой от продаж и необходимыми производственными и иными затратами;

2) дохода, получаемого компанией от определенных видов ее активов, приносящих прибыль (ценные бумаги, долговые обязательства), а также активов, чья стоимость может изменяться в ходе отчетного периода (запасы, земельные участки, оборудование, ценные бумаги) [2; 351].

Прибыль за отчетный период должна в идеале полностью учитывать оба вида доходов.

Прибыль как экономическая категория отражает доход туристского предприятия от реализации туристского продукта или услуги, созданных в производительной деятельности путем соединения факторов производства (труд, капитал, рекреационные ресурсы). Она имеет количественное и качественное выражение. В первом случае прибыль представляет собой разность между выручкой от реализации и издержками производства туристского предприятия. Во втором - характеризует эффективность его деятельности.

Эффективность (от латин. effectus - исполнение, действие) означает результат, следствие каких-либо причин, действий. Эффективность деятельности туристского предприятия можно определить как отношение результатов хозяйственной деятельности к затратам ресурсов, которые необходимы для осуществления этой деятельности. Экономическая эффективность отражает уровень развития предприятия и степень использования издержек производства и характеризуется успехами в достижении прибыли - конечного результата хозяйственно-финансовой деятельности [2; 352].

Показатель прибыли, сохранив свою значимость как критерий оценки результата работы туристского предприятия, его конечных финансовых результатов, выступает в качестве источника удовлетворения разнообразных потребностей как предприятия, так и общества в целом. Поэтому в системе распределения прибыли должны учитываться интересы:

- общества;

- туристского предприятия;

- собственника;

- работников [2; 353].

Объектом экономических интересов общества служит та часть прибыли, которую предприятие уплачивает в виде налога на прибыль по твердо установленной фиксированной процентной ставке. Это один из первоочередных платежей туристских предприятий, являющийся весомым источником пополнения государственного бюджета. Поэтому государством конкретно определена экономическая ответственность субъектов хозяйствования и регламентированы их действия по исполнительской дисциплине.

Экономические интересы туристского предприятия удовлетворяются за счет прибыли, остающейся в его распоряжении (чистая прибыль). Она направляется на решение задач производственного и социального характера. Значение прибыли для туристского предприятия заключается в том, что она выступает:

- фондообразующим показателем;

- источником финансовых ресурсов;

- источником образования имущества;

- источником материального стимулирования трудового коллектива;

- источником предоставления льгот работникам предприятия.

Экономические интересы собственника направлены на увеличение прибыли предприятия, так как за счет дивидендов и расширения туристского бизнеса значительно увеличивается его капитал.

Экономические интересы работников связаны с увеличением их дохода и социальными выплатами за счет чистой прибыли предприятия.

Сбалансированность экономических интересов всех уровней может быть достигнута при соблюдении таких принципов, как:

- первоочередное выполнение туристским предприятием финансовых обязательств перед государством;

- максимальное обеспечение потребностей расширенного воспроизводства;

- материальная заинтересованность работников в увеличении прибыли за счет средств чистой прибыли;

- стремление к максимальному удовлетворению социально-культурных нужд [2; 353].

Прибыль как экономическая категория выполняет определенные функции:

- Во-первых, прибыль характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия. На величину прибыли и ее динамику воздействуют факторы как зависящие, так и не зависящие от усилий предприятия. Практически вне сферы воздействия предприятия находятся конъюнктура рынка, уровень цен на потребляемые материально-сырьевые и топливно-энергетические ресурсы, нормы амортизационных отчислений. В известной степени от предприятия зависят такие факторы, как уровень цен на реализуемую продукцию и заработная плата; в полной мере - уровень хозяйствования, компетентность руководства и менеджеров, конкурентоспособность продукции, организация производства и труда, его производительность, состояние и эффективность производственного и финансового планирования.

Перечисленные факторы влияют на прибыль не прямо, а через объем реализуемой продукции и себестоимость, поэтому для выявления конечного финансового результата необходимо сопоставить стоимость объема реализуемой продукции и стоимость затрат и ресурсов, используемых в производстве.

Вместе с тем прибыль не является универсальным показателем и потому не отражает все аспекты деятельности предприятия. Чтобы оценить производственно-хозяйственную и финансовую деятельность предприятия, используют систему показателей.

- Во-вторых, прибыль обладает стимулирующей функцией. Ее содержание состоит в том, что прибыль одновременно является финансовым результатом и основным элементом финансовых ресурсов предприятия. Реальное обеспечение принципа самофинансирования определяется полученной прибылью. Доля чистой прибыли, оставшейся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных платежей, должна быть достаточной для финансирования расширения производственной деятельности, научно-технического и социального развития предприятия, материального поощрения работников.

- В-третьих, прибыль является одним из источников формирования бюджетов разных уровней. Она поступает в бюджеты в виде налогов и наряду с другими доходными поступлениями используется для финансирования удовлетворения совместных общественных потребностей, обеспечения выполнения государством своих функций, государственных инвестиционных, производственных, научно-технических и социальных программ [2; 354].

**Глава 2. Виды прибыли, факторы и пути её получения. Распределение и использование прибыли туристского предприятия.**

**2.1. Виды прибыли.**

Рассматривая прибыль как экономическую категорию, мы говорим о ней абстрактно Но при планировании и оценке хозяйственной и финансовой деятельности предприятия, распределении прибыли, оставшейся в распоряжении предприятия, используются конкретные показатели прибыли. Важными информативными показателями деятельности предприятия являются налогооблагаемая и чистая прибыль (прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия).

Основным объектом при взимании навага на прибыль выступает налогооблагаемая прибыль. Поэтому важное значение приобретает управление формированием этой прибыли, исходя из изменений в валовых расходах производства и обращения и в валовых доходах предприятия.

**Налогооблагаемая прибыль** — это прибыль, которая определяется путем уменьшения суммы скорригированного валового дохода предприятия на сумму валовых расходов предприятия и сумму амортизационных отчислений.

В соответствии с принятым Законом «О налогообложении прибыли предприятий» прибыль предприятия облагается валового дохода предприятия на сумму валовых расходов предприятия, основанные на собственности отдельного физического лица. При этом предприятия самостоятельно определяют сумму налога на прибыль, подлежащую уплате в бюджет (в настоящее время в бюджеты территориальных громад по месту нахождения предприятия) (приложение 1) [1; 110].

В соответствии с данным законом можно выделить следующие виды налога на прибыль: налог на дивиденды, налог на репатриацию доходов, налог на выплату выигрышей, налог на доходы от страховой деятельности, другие налоги, которые удерживаются при выплате доходов (прибылей). Отнесение вышеперечисленных налогов к разным видам налога на прибыль дает возможность избежать двойного налогообложения доходов (прибылей) в финансовой практике отечественных предприятий. Уплатив в бюджет соответствующий налог с прибыли, предприятие получает в свое распоряжение оставшуюся, так называемую чистую прибыль.

**Чистая прибыль** — это прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия после уплаты налога на прибыль

Прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, используется им самостоятельно и направляется на дальнейшее развитие предпринимательской деятельности. Никакие органы, в том числе государственные, не имеют права вмешиваться в процесс использования чистой прибыли предприятия. Рыночные условия хозяйствования определяют приоритетные направления собственной (чистой) прибыли. Развитие конкуренции вызывает необходимость расширения производства, его совершенствования, удовлетворения материальных и социальных потребностей трудовых коллективов (приложение 2) [1; 113].

Вся прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, подразделяется на две части. Первая увеличивает имущество предприятия и участвует в процессе накопления. При этом не обязательно всю прибыль, направляемую на накопление, использовать полностью. Остаток прибыли, не использованной на увеличение имущества, имеет важное резервное значение и может быть использована в последующие годы для покрытия возможных убытков, финансирования различных затрат. Такая прибыль называется нераспределенной. Прибыль, использованная на накопление, и нераспределенная прибыль прошлых лет свидетельствует о финансовой устойчивости предприятия, о наличии источника для последующего развития. Вторая характеризует долю прибыли, используемой на потребление. Прибыль, направленная на накопление и потребление, называется распределенной. Направления распределения и использования полученной прибыли предприятием определяются самостоятельно [1; 114].

**2.2. Факторы и пути получения прибыли.**

На изменение прибыли влияют две группы факторов: внешние и внутренние. К внешним факторам относятся:

1. природные условия;
2. транспортные условия;
3. социально-экономические условия;
4. уровень развития внешнеэкономических связей;
5. цены на производственные ресурсы и др.

Внутренними факторами изменения прибыли могут быть:

1. основные факторы (объем продаж, себестоимость продукции, структура продукции и затрат, цена продукции);
2. неосновные факторы, связанные с нарушением хозяйственной дисциплины (неправильное установление цен, нарушения условий труда и качества продукции, ведущие к штрафам и экономическим санкциям и др.) (приложение 3) [8; 206].

В анализе факторов, влияющих на величину прибыли, лежат резервы увеличения прибыли предприятия, основными из которых являются:

1. Обеспечение роста объема производства продукции на основе технического его обновления и повышения эффективности производства.
2. Улучшение условий продажи продукции, в том числе за счет совершенствования расчетно-платежных отношений между предприятиями.
3. Изменение структуры производимой и продаваемой продукции за счет увеличения доли более рентабельной.
4. Снижение валовых расходов на производство и обращение продукции.
5. Установление реальной зависимости уровня цен от качества производимой продукции, ее конкурентоспособности, спроса и предложения аналогичной продукции другими производителями.
6. Увеличение прибыли от прочей деятельности предприятия (от продажи основных фондов, иного имущества предприятия, валютных ценностей, ценных бумаг и т. д.) [10; 216].

При выборе путей увеличения прибыли ориентируются в основном на внутренние факторы, влияющие на величину прибыли. Увеличение прибыли предприятия может быть достигнуто за счет:

1. увеличения выпуска продукции;
2. улучшения качества продукции;
3. продажи излишнего оборудования и другого имущества или сдачи его в аренду;
4. снижения себестоимости продукции за счет более рационального использования материальных ресурсов, производственных мощностей и площадей, рабочей силы и рабочего времени;
5. диверсификации производства;
6. расширения рынка продаж и т.д. [9; 129].

**2.3. Распределение и использование прибыли туристского предприятия**.

Балансовая прибыль является объектом распределения на конкретном туристском предприятии. Механизм распределения базируется на следующих основных принципах:

- полученная прибыль распределяется между государством и предприятием;

- прибыль для государства поступает в бюджет в виде налогов и сборов, ставки которых устанавливаются законодательством

- размер прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, должен стимулировать его хозяйственную деятельность;

- прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, в первую очередь направляется на накопление, оставшаяся часть – на потребление.

Предприятие самостоятельно определяет направления использования чистой прибыли. Однако государство воздействует на его выбор через налоги, налоговые льготы, экономические санкции.

Прежде всего из нее вносится налог в бюджеты (федеральный, субъектов РФ и местные). Для определения прибыли, облагаемой налогом, прибыль отчетного года уменьшается на сумму: доходов в виде дивидендов, процентов, полученных по акциям, облигациям и иным ценным бумагам, принадлежащим предприятию; доходов, полученных от долевого участия в деятельности других предприятий; доходов игорного бизнеса и видеосалонов; прибыли от посреднических операций; страховой деятельности и др.

По действующему законодательству прибыль облагается налогом по ставке 24%, из них сумма налога из прибыли по ставке 6,5 % перечисляется в федеральный бюджет, а остальная часть – в субъекты РФ [5; 191].

Основные направления использования прибыли следующие: отчисления в резервный капитал, образование фондов накопления и фондов потребления, отвлечение на благотворительные и другие цели, в акционерных обществах — выплата дивидендов.

Отчисления от прибыли в специальные фонды производятся ежеквартально. На сумму произведенных отчислений от прибыли происходит перераспределение прибыли внутри предприятия: уменьшается сумма нераспределенной прибыли и увеличиваются образуемые из нее фонды и резервы.

 Эта прибыль направляется на капитальные вложения и прирост основного и оборотного капитала; на покрытие убытков прошлых лет, на отчисления в резервный капитал, на расходы социального характера; а также на выплату дивидендов и доходов.

При этом под фондом накопления понимаются средства, направленные на производственное развитие предприятия, техническое перевооружение, реконструкцию, расширение, освоение производства новой продукции, на строительство и обновление основных производственных фондов, освоение новой техники и технологий в действующих организациях и иные аналогичные цели, предусмотренные учредительными документами предприятия (на создание нового имущества предприятия).

За счет средств фондов накопления финансируются главным образом капитальные вложения на производственное развитие. При этом осуществление капитальных вложений за счет собственной прибыли не уменьшает величину фонда накопления. Происходит преобразование финансовых средств в имущественные ценности. Фонд накопления уменьшается только при использовании его средств на погашение убытков отчетного года, а также в результате списания за счет накопительных фондов расходов, не включенных в первоначальную стоимость вводимых в эксплуатацию объектов основных средств.

Под фондами потребления понимаются средства направляемые на осуществление мероприятий по социальному развитию (кроме капитальных вложений), материальному поощрению коллектива предприятия, приобретение проездных билетов, путевок в санатории, единовременном премировании и иных аналогичных мероприятий и работ, не приводящих к образованию нового имущества предприятия.

Фонд потребления складывается из двух частей: фонд оплаты труда и выплаты из фонда социального развития. Фонд оплаты труда является источником оплаты по труду, любых видов вознаграждения и стимулирования работников предприятия. Выплаты из фонда социального развития расходуются на проведение оздоровительных мероприятий, частичное погашение кредитов за кооператив, индивидуальное жилищное строительство, беспроцентные ссуды молодым семьям и другие цели, предусмотренные мероприятиями по социальному развитию трудовых коллективов.

Резервный фонд предназначен для обеспечения финансовой устойчивости в период временного ухудшения производственно – финансовых показателей. Он также служит для компенсации ряда денежных затрат, возникающих в процессе производства и потребления продукции [7; 93].

Для повышения эффективности производства очень важно, чтобы при распределении прибыли была достигнута оптимальность в сумме отчислений.

Распределение чистой прибыли позволяет расширять деятельность организации за счет собственных, более дешевых источников финансирования. При этом снижаются финансовые расходы организации на привлечение дополнительных источников.

**Заключение.**

В ходе своей работы, я сделала следующие выводы:

Все источники образования прибыли в туристском предприятии можно сгруппировать в виде трех основных групп:

- связанный с основной производственно-хозяйственной деятельностью туристского предприятия;

- связанный либо с уникальностью туристского продукта, либо с монопольным положением предприятия по выпуску того или иного продукта;

- связанный с инновационной деятельностью туристского предприятия.

Основными источниками увеличения суммы прибыли является увеличение объема реализации продукции, снижение ее себестоимости, повышение качества продукции, реализация ее на более выгодных рынках сбыта. Также для этого необходимо:

- проведение масштабной и эффективной политики в области подготовки персонала, что представляет собой особую форму вложения капитала.

- улучшать качество выполняемых работ, что приведет к конкурентоспособности и заинтересованности выбора данного предприятия заказчиками работ.

- так же не последнюю роль занимает увеличение объема производства выполняемых работ за счет более полного использования производственных мощностей предприятия.

- сокращение затрат на производство за счет повышения уровня производительности труда, материалов, электроэнергии, оборудования

- сокращение не производственных расходов.

- применение самых современных механизированных и автоматизированных средств для выполнения работ.

Выполнение этих предложений значительно повысит получаемую прибыль на предприятии.

**Список использованной литературы.**

1. Быстров С. А. Финансовый менеджмент в туризме. СПб., 2006. – 305 с.

2. Горбылева З.М. Экономика туризма. – Мн.: БГЭУ, 2005. – 478 с.

3. Жукова М. А., Чудновский А. Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. М., 2005.

4. Жукова М. А. Менеджмент в туристском бизнесе. М., 2005.

5. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учебное пособие. Мн:, БГЭУ,2006.

6. Маслова Е. В., Широкова Г. В. Управление туристской фирмой. СПб., 2005.

7. Менеджмент туризма: Основы менеджмента: Учебник. М.: Финансы и статистика, 2007. – 358 с.

8. Моиссева Н.К. Стратегическое управление туристической фирмой. – М.:

Финансы и статистика, 2005.

9. Попов Е.В. Продвижение товаров и услуг. – М.: Финансы и статистика,

2006. – 425 с.

10. Туризм и гостиничное хозяйство. /Учебное пособие. Под ред. Шматько Л.П. М., ИКЦ МарТ; Ростов н/Д, Изд. центр МарТ, 2005.- 352 с.

**Приложение 1.**

Рис.1 - Формирование налогооблагаемой прибыли предприятия.

**Приложение 2.**

**Валовой доход**

1. НДС
2. АКЦИЗ
3. Доходы, не относящиеся к валовым доходам предприятия

**Скорригированный валовой доход**

1. Валовые расходы
2. Амортизация

**Налогооблагаемая прибыль**

 1. Налог на прибыль.

**Чистая прибыль (остающаяся в распоряжении предприятия)**

Рис.2 - Формирование чистой прибыли предприятия.

**Приложение 3.**

Рис.3 - Факторы, влияющие на изменение прибыли.