

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛЕСОТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

БОРОВСКИХ Л.Л.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по экономическому обоснованию дипломной работы

на тему: «Оценка экономической эффективности функционирования

предприятий гостиничного комплекса»

для студентов специальности 100103

Екатеринбург

2008

Печатается по рекомендации методической комиссии Гуманитарного факультета, протокол № 1 от 08.09.2007 г.

Решение кафедры, протокол № 1 от 08.09.2007 г.

Редактор

Оператор

---

Подписано в печать

Поз.

Плоская печать

Формат 60x84 1/16

Тираж 50 экз.

Заказ №

Печ. л.

Цена руб. коп.

---

Редакционно-издательский отдел УГЛТУ

Отдел оперативной полиграфии УГЛТУ

Дипломные работы на тему «Оценка экономической эффективности функционирования предприятий гостиничного комплекса» содержат, кроме основных разделов, экономический раздел.

В этом разделе студенту необходимо провести экономический анализ, рассчитать полную себестоимость и продажную цену услуги. Кроме этого нужно рассчитать эффективность производства.

Зарубежные специалисты по туризму в своих исследованиях разделяют все систему предпринимательства на две части: туристская индустрия и индустрия гостеприимства, каждая из которых включает специфические виды обслуживания. К индустрии гостеприимства относятся: индустрия услуг; индустрия развлечений; индустрия питания.

В толковом словаре Уэбстера дается такое определение: «Индустрия гостеприимства – это сфера предпринимательства, состоящая из видов обслуживания, которые опираются на принципы гостеприимства, характеризующиеся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям». Индустрия гостеприимства прежде всего ассоциируется с предприятиями, обеспечивающими путешественников ночлегом, - гостиницами, и с теми слугами, которые в совокупности они могут предоставить.

Под гостиничной деятельностью в России понимается деятельность юридических и физических лиц, обладающих или наделенных в установленном порядке имущественными правами на какое-либо коллективное средство размещения (вместимостью не менее 10 мест) по непосредственному распоряжению и управлению им для предоставления услуг по временному размещению и обслуживанию.

Основными признаками гостиницы является: наличие номеров, причем их количество должно быть не менее установленного законом минимума (для России – 10); подчинение всех номеров единому руководству; наличие определенного набора услуг (уборка номеров,

ежедневная заправка постелей, уборка санузлов, дополнительные услуги); соответствие определенному классу или категории.

Гостиницы классифицируются по различным признакам:

1. По режиму эксплуатации выделяют гостиницы круглогодичного, сезонного и смешанного действия;
2. По месту расположения выделяют гостиницы, расположенные в городе, вне города, придорожные, расположенные на воде и др.;
3. По вместимости (количество спальных мест): малые – менее 100 мест; средние – от 100 до 500; крупные – более 500 мест;
4. По уровню комфорта – от одной до пяти звезд.

В России согласно действующему законодательству классификация гостиниц осуществляется по категориям, каждая категория соответствует одной звезде, и чем категория выше, тем больше звезд. Гостиницы классифицируются по пяти категориям, мотели – по четырем.

5. По принципу управления гостиницы подразделяются: на зависимые и независимые.

При написании бизнес-плана для гостиницы в раздел «Техническое оснащение предприятия» следует включить стоимость работ по строительству или реконструкции здания, стоимость внутренней отделки помещений, стоимость оборудования.

В состав производственных затрат входят все затраты, необходимые для производства единицы услуги: продукты питания для гостей; расходные материалы (т/б, мыло, шампунь); зарплата обслуживающего персонала; косвенные налоги.

Структура административных затрат одинакова для всех предприятий:

аренда земли; аренда помещения; канцелярские расходы; транспортные расходы; расходы на электроэнергию; расходы на воду; расходы на рекламу;

зарплата управленческого персонала; прочие коммерческие расходы.

Калькулирование полной себестоимости турпродукта предполагает расчет всех издержек, связанных с формированием и реализацией единицы турпродукта.

В основе данного расчета лежит группировка расходов по способу включения в себестоимость отдельных видов услуг.

Обычно представляется скидка для массовой оптовой сделки в зависимости от объема операции – до 10%, по срокам и продолжительности – до 5%, в зависимости от продолжительности проживания туристов в гостиничном предприятии – до 10%. Скидки могут также производиться при предварительной оплате туристского обслуживания. В целом цена на туристское обслуживание групп может быть ниже рыночной цены для разовых сделок в среднем на 10-20%.

Себестоимость продукции может определяться как на весь объем, так и на единицу продукции (удельная себестоимость). При определении себестоимости общего объема выпуска продукции все затраты группируются по принципу однородности по следующим элементам: материальные затраты (за вычетом стоимости возвратных отходов); затраты на оплату труда; отчисления на социальные нужды; амортизация основных фондов; прочие затраты. Каждая из вышперечисленных групп объединяет однородные по экономическому содержанию затраты, которые не могут быть разложены на собственные части и рассчитываются независимо от того, где они произведены и каково их производственное назначение. Классификация затрат по экономическим элементам позволяет определить структуру себестоимости. Для этого исчисляют процентное соотношение удельного веса каждого вида затрат и всей себестоимости.

Группировка затрат по калькуляционным статьям используется при составлении расчета себестоимости единицы продукции. По калькуляционным статьям расходы группируются в зависимости от места их возникновения и относятся на каждый вид продукции прямым или косвенным методом. Для туристских организаций перечень калькуляционных статей утвержден приказом Государственного комитета Российской Федерации по физической культуре и туризму от 08.06.98 г. № 210, зарегистрированным Минюстом России от 24.08.98 г. № 1595, «Об утверждении особенностей состава затрат, включаемых в себестоимость туристского продукта организациями, занимающимися туристской деятельностью».

Калькуляцию рекомендуется оформлять в виде таблицы 2.

Рассмотрим более подробно, что включается в **производственные затраты** (см. таблицу 1)

**Транспортные расходы** включают стоимость: перевозки туристов от места сборов до аэропорта вылета, от аэропорта прилета до гостиницы или иного места проживания, транспортных расходов на экскурсионное обслуживание при автобусных экскурсиях и т.д.

**Расходы на проживание** рассчитываются исходя из стоимости номера, которая зависит от класса гостиницы, расселения, сезона заезда, количества человек в группе и предоставляемых групповых скидок, количества суток проживания.

**Расходы на питание** рассчитываются в зависимости от вида туризма. При выездном туризме стоимость питания зависит от условий тура: завтрак, полупансион, полный пансион. Как правило, стоимость питания включается в стоимость проживания. В большинстве гостиниц завтрак входит в стоимость номера в сутки. В некоторых гостиницах стоимость завтрака, обеда и ужина указывается отдельно от стоимости

Таблица 1. Калькуляция производственных затрат

Наименование калькуляционных статей	Ед. изм.	Стоимость ед. услуги	Показатели в стоимостном выражении			
			Min кол. тур.	На 1 тур.	Мак кол. тур.	На 1 тур.
Продукты питания, в т.ч. - и т.д.						
Итого затрат на продукты питания						
Расходные материалы, в т.ч. - и т.д.						
Итого затрат на расходные материалы						
Зарплата обслуживающего персонала в т.ч. - основная - дополнительная - и т.д.						
Итого заработная плата						
Проживание						
Итого затрат на проживание						
Косвенные налоги						
Итого затрат на косвенные налоги						
Всего производственных затрат:						

номера. При внутреннем туризме расчет питания делается в зависимости от условий тура.

Таблица 2. Калькуляция себестоимости

Наименование калькуляционных статей	Ед. изм.	Показатели в стоимостном выражении			
		Min кол-во туристов	На 1 туриста	Мак кол-во туристов	На 1 туриста
1	2	3	4	5	6
1. Питание					
2. Расходные материалы					
3. Зарплата обслуживающего персонала					
4. Проживание					
5. Косвенные налоги					
Итого производственных затрат					
6. Аренда земли					
7. Аренда помещения					
8. Канцелярские расходы					
9. Расходы на электроэнергию					
10. Расходы на воду					
11. Зарплата управленческого персонала					
12. Расходы на рекламу					



Продолжение таблица 2

1	2	3	4	5	6
13. Прочие коммерческие расходы					
Полная себестоимость					
Налоги					
Прибыль					
Стоимость обслуживания группы					
Стоимость (цена) одной туристской услуги					

**Косвенные затраты** включают расходы по организации набора группы, амортизации основных средств и нематериальных активов, плату за аренду, оплату услуг банков и предприятий связи, расходы по содержанию офиса, заработную плату с обязательными отчислениями управленческого персонала, агентов и т.д. Они могут распределяться по объектам калькулирования следующими вариантами:

- 1) пропорционально одному виду прямых затрат;
- 2) пропорционально общей величине прямых затрат. В среднем в туристских фирмах уровень косвенных расходов составляет от 5 до 20 % прямых затрат;
- 3) пропорционально нормативным величинам косвенных расходов. Нормативная величина косвенных расходов берется из анализа фактических косвенных расходов за предшествующий отчетный период, например за 3 месяца, а при условии равномерного объема реализации туристских услуг – по месяцам либо по сезонам;

- 4) по методу прямого счета;
- 5) дифференцированным способом с использованием процента.

Таким образом, процесс распределения косвенных расходов зависит от двух моментов: прогноза их общей величины; выбора базы распределения.

**Расходы на рекламу** представляют собой расходы по целенаправленному информационному воздействию на потребителя и включают следующие виды затрат: на разработку и издание рекламных изданий; изготовление стендов, рекламных щитов, указателей; оформление витрин, выставок-продаж; световую и иную наружную рекламу; разработку и изготовление образцов оригинальных фирменных пакетов; приобретение, копирование, дублирование, демонстрацию рекламных кино-, видеофильмов; хранение и экспедирование рекламных материалов; проведение иных рекламных мероприятий, связанных с предпринимательской деятельностью. Расходы на рекламу относятся к категории нормируемых расходов. Поэтому, в пределах установленных законодательством норм они возмещаются за счет себестоимости услуг, а сверх норм – за счет чистой прибыли предприятия. Расходы на рекламу сверх установленных норм при расчете налога на прибыль присоединяются к налогооблагаемой прибыли отчетного периода.

Нормы расходов на рекламу для целей налогообложения установлены в зависимости от объема выручки от реализации услуг вместе с НДС. Турфирмам разрешено увеличивать предельную возмещаемую за счет себестоимости туруслуг норму расходов на рекламу в три раза (таблица 3).

Налог на рекламу не должен превышать 5% стоимости услуг по рекламе (без учета НДС и спецналога).

Таблица 3. Нормы для расчета предельных размеров расходов на рекламу в год

Объем выручки от реализации товаров, продукции, работ, услуг, включая НДС	Предельный размер расходов на рекламу для турфирм
До 2 млн. руб. включительно	6% от объема
От 2 млн. руб. до 50 млн. руб. включительно	120 тыс. руб. + 1% от объема, превышающего 2 млн. руб.
Свыше 50 млн. руб.	1 млн. 584 тыс. руб. + 1,5% от объема, превышающего 50 млн. руб.

***Особенности налогообложения туристских фирм.***

**Налогом на добавленную стоимость** не облагается реализация путевок (курсовок) в санаторно-курортные и оздоровительные учреждения, учреждения отдыха, расположенные на территории РФ.

Путевки на туристские базы облагаются НДС по ставке 20%.

За экскурсионные путевки для посещения культурно-просветительских и зрелищно-развлекательных мероприятий туроператоры и турагенты уплачивают НДС со стоимости реализованного посреднического продукта по ставке 20%.

**Налогом на имущество** облагается остаточная стоимость основных средств, которая отражается в бухгалтерском балансе. Остаточная стоимость основных средств рассчитывается как разность между первоначальной стоимостью основных средств и суммой начисленной амортизации по данным бухгалтерского учета.

**Налог на прибыль.** С 2002 года затраты должны учитываться согласно требованиям главы 25 Налогового кодекса РФ. Расходы предприятия разделены на две группы: расходы, связанные с реализацией, и внереализованные расходы. Налоговый кодекс РФ установил, что расходы, связанные с реализацией, должны быть обоснованными,

экономически оправданными, документально подтвержденными и выраженными в денежной форме.

В налоговом учете применяются два метода учета полученных доходов: кассовый метод; метод по начислению.

***Расчет экономической эффективности формирования и реализации туруслуги.***

Основными показателями характеризующими эффективность производства услуги являются: рентабельность производства единицы услуги; прибыль с продажи одной услуги; доля налогов в единице услуги.

Для того, чтобы рассчитать вышеуказанные показатели, необходимо знать все операционные расходы по производству и реализации единицы услуги и ее рыночную стоимость.

Все общие показатели, включая доходы, расходы и налоги, удобно разместить в одной таблице расчета экономической эффективности тура (таблица 4).

Таблица 4. Расчет экономической эффективности производства услуги

Наименование статей	Ед. изм.	Показатели в стоимостном выражении			
		Min кол-во туристов	На 1 туриста	Мак кол-во туристов	На 1 туриста
Выручка от реализации					
Полная себестоимость					
Прибыль					
Налоги					
Продажная стоимость 1 путевки					
Рентабельность продаж					