

*Министерство высшего и среднего специального
образования Республики Узбекистан*

Самаркандский институт экономики и сервиса



Ш. ИБРАГИМОВ

**ФИНАНСЫ ТУРИСТКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ. ФОРМИРОВАНИЕ И
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИБЫЛИ**

Самарканд - 2012

**Министерство высшего и среднего специального образования
Республики Узбекистан**

Самаркандский институт экономики и сервиса

ИБРАГИМОВ Ш.

**ФИНАНСЫ ТУРИСТКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ. ФОРМИРОВАНИЕ И
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИБЫЛИ**

Самарканд – 2012

Утверждено решением Научно-учебно-методического
Совета института от 30 августа 2012 года
/протокол № 1 /

Ибрагимов Ш. – Финансы туристских предприятий: формирование и распределение прибыли. Самарканд: СамИЭС, 2012

Рецензенты: профессор Ходжаев Э.Н. – СамИЭС,
Бозоров О.Б. – начальник отдела Самаркандского
областного управления

В брошюре рассмотрены вопросы организации финансов туристских предприятий, являющихся одним из важных развивающихся отраслей сферы услуг, областью внедрения инноваций, их структура и особенности. Рассмотрены и раскрыты источники формирования прибыли туристских предприятий, ее виды и методы планирования, механизм распределения и использования. Показатели, рассчитываемые при формировании и распределении прибыли предприятий.

Брошюра рассчитана для широкого круга читателей, в частности, для студентов и практических работников туристских предприятий.

Содержание

| | |
|---|----|
| Введение | 6 |
| 1. Финансовые ресурсы туристского предприятия. | 8 |
| 2. Финансы туристских предприятий различных организационно-правовых форм собственности. | 13 |
| 3. Особенности формирования финансовых ресурсов туристских предприятий. | 18 |
| 4. Доход туристского предприятия, его характеристика | 21 |
| 5. Сущность, источники формирования прибыли туристского предприятия | 24 |
| 6. Виды прибыли и методика их расчета. | 32 |
| 7. Планирование, распределение и использование прибыли. | 36 |
| 8. Рентабельность хозяйственной деятельности туристского предприятия | 41 |
| Заключение | 44 |
| Список литературы | 46 |

Введение

В системе важнейших элементов хозяйственного механизма туризма особое значение имеют вопросы управления экономическим потенциалом туристского предприятия, его финансовыми ресурсами, политикой инвестирования и кредитования, планирования, организации и оплаты труда и др. Поэтому изучение хозяйственного механизма его деятельности как совокупности организационно-экономических форм и методов, с помощью которых осуществляется туристская деятельность, является одним из существенных моментов.

Сегодня признано, что туризм следует развивать на управляемой, контролируемой, комплексной и устойчивой основе, применяя принципы планирования. Благодаря такому подходу туризм может принести республике значительные экономические выгоды. Используя уникальные отечественные ресурсы и возможности международного туризма, наша страна может занять прочные позиции на мировом рынке туристских услуг.

В Узбекистане действует свыше 400 частных туристских фирм. 290 из них базируются в столице, остальные в других областях нашей республики. Узбекистан обладает колоссальным туристическим потенциалом и считается одним из мировых центров туризма.

Только на знаменитом Шелковом пути сосредоточено большое количество памятников культуры разных исторических эпох – Самарканд, Хива, Бухара, Шахрисабз.

По мнению профессионалов в области туризма сервис в Узбекистане сегодня сравним с лучшими мировыми образцами.

Наибольшее количество действующих туристских предприятий и гостиничных хозяйств расположены в г. Ташкенте и Ташкентской области – 54 %, в Самаркандской области – 18,5 %, в Бухарской области 12,6 %, в Хорезмской области – 5,2 % от общего количества предприятий, а

оставшиеся 10 % распределены между другими областями республики. Также хотелось бы отметить, что 90 % всех организаций туристского рынка представлено малыми предприятиями.

В 2011 году прибыль туристских предприятий по республике увеличилась на 1,3 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составила 3,4 млрд. сум. В республиканский бюджет туристскими предприятиями было перечислено 3,8 млрд. сум.¹

Индустрия путешествий активизирует другие секторы экономики, так как вовлекает в свою орбиту авиакомпании, транспорт, индустрию питания, торговли, строительства, развлечений, местную промышленность, СМИ и так далее. По разным экспертным оценкам, один пребывающий в Узбекистан иностранный турист обеспечивает работой до 20 человек. В продвинутых туристических державах один турист за время своего пребывания оставляет в стране около \$2000 и более. Такая высокая планка достижима и в нашей стране, если туристу предоставить высококлассный сервис и дополнительные услуги. Уже сегодня становится явным эффект от интенсивного внутреннего инвестирования частного бизнеса. Строятся комфортабельные гостиницы, создаются транспортные предприятия, расширяется сфера услуг, столь привычных для требовательных иностранных гостей.

В условиях современной глобализации и жесткой конкуренции в сфере туризма, политика, проводимая правительством Узбекистана в области развития, либерализации и привлечения дополнительных иностранных инвестиций в туристическую сферу, сумела реализовать заложенный потенциал, сделав страну одной из самых посещаемых в мире, то есть, туристическая отрасль превратилась в одну из перспективных сфер экономики независимого Узбекистана.

Инфраструктура туристического бизнеса республики уверенно приближается к уровню мировых стандартов. За последние годы в

¹ Источник: Государственный Комитет по статистике Республики Узбекистан.

Узбекистане построено около 20 крупных и средних отелей, свыше 30 мелких частных гостиниц. Подверглись реконструкции гостиницы в Ташкенте, Самарканде, Ургенче, Шахрисабзе и других городах.

1. Финансовые ресурсы туристского предприятия.

Финансы туристской фирмы – это экономические отношения, возникающие в результате движения денег и образующихся на этой основе денежных потоков и связанные с функционированием денежных фондов туристской фирмы.

Материальной основой рыночных отношений выступают деньги, так как они связывают интересы покупателя и продавца.

Наиболее полно сущность финансов проявляется в их функциях. Большинство ученых-экономистов выделяется две основные функции: распределительную и контрольную.

Распределительная функция финансов предполагает, что туристская фирма в оптимальном размере должна быть полностью обеспечена необходимыми средствами при соблюдении принципа: все расходы должны быть покрыты собственными доходами. Временная дополнительная потребность в средствах покрывается за счет кредита или других заемных источников. Часть выручки, поступающей от реализации туристской продукции, направляется на возмещение затрат фирмы по формированию, производству и реализации туристского продукта, а другая ее часть представляет прибыль, из которой выплачиваются налоги в бюджет. Оставшаяся в распоряжении туристской фирмы часть прибыли распределяется между фондами: резервным, накопления, специального назначения и др.

Основной контрольной функцией является ведение стоимостного учета затрат на производство и реализацию туристской продукции, на формирование доходов и учета их использования. Размер получаемых

туристкой фирмой доходов определяет возможности ее дальнейшего развития.

Оптимизация источников денежных средств – одна из главных задач управления финансами туристкой фирмы. Эффективное и рациональное ведение хозяйства предопределяет положительные тенденции в развитии туристкой фирмы (рис.1). И наоборот, нарушение кругооборота средств, рост затрат на производство и реализацию туристской продукции снижают доходы туристской фирмы и возможности ее развития, конкурентоспособность и финансовую устойчивость. В этом случае контрольная функция финансов сигнализирует о недостаточном воздействии распределительных отношений на эффективность производства, недостатках в управлении финансовыми ресурсами и организации производства. Игнорирование таких сигналов может привести к банкротству туристской фирмы.



Рис. 1. Экономические цели предприятия

В процессе предпринимательской деятельности у туристских предприятий возникают хозяйственные взаимосвязи со своими контрагентами (поставщиками и покупателями туристкой продукции,

партнерами по совместной деятельности, объединениями и ассоциациями, финансово-кредитной системой и т.д.), в результате которых появляются финансовые отношения, связанные с организацией производства и реализацией туристского продукта, оказанием дополнительных услуг, формированием финансовых ресурсов.

Финансовые отношения туристской фирмы в зависимости от их экономического содержания можно сгруппировать по определенным направлениям. Они возникают между:

- учредителями, акционерами (пайщиками) и туристской фирмой. Эти отношения связаны с формированием и использованием целевых фондов внутрихозяйственного значения (уставного капитала, фондов накопления, специального назначения и др.), а также с выплатой дивидендов;

- туристской фирмой и государством. Они связаны с формированием бюджетных и внебюджетных фондов и с их использованием. Денежные отношения приобретают форму налогов, обязательных платежей и взносов, а в случае получения средств – форму ассигнований, дотаций, субсидий;

- туристской фирмой и другими организациями. Связаны с производством и реализацией туристского продукта; уплатой и получением штрафов (пени, неустоек); внесением средств в уставные капиталы других организаций; участием в распределении прибыли, полученной в результате совместной деятельности с другими организациями. Эти отношения являются основными в хозяйственной деятельности, поскольку от эффективности их организации во многом зависит финансовый результат деятельности туристской фирмы;

- туристской фирмой и страховыми компаниями и организациями. Эти отношения возникают при страховании имущества, отдельных категорий работников фирмы, коммерческих и предпринимательских рисков;

- туристской фирмой и кредитно-банковской системой при уплате комиссий за расчетно-кассовое обслуживание, получении и погашении

кредитов, а также при уплате процентов за кредит, покупке и продаже валюты и оказании других банковских услуг;

- туристской фирмой и ее работниками при осуществлении: оплаты за труд, премирования, социальных выплат, удержания налогов с физических лиц, взыскания штрафов и компенсаций за причиненный материальный ущерб.

Огромные количества отношений возникает у туристского предприятия на международном уровне (рис.2):



Рис. 2. Структура международных связей и сотрудничества в области туризма

Финансовые отношения, возникающие между туристской фирмой и другими организациями, обусловлены процессами формирования и реализации туристского продукта.

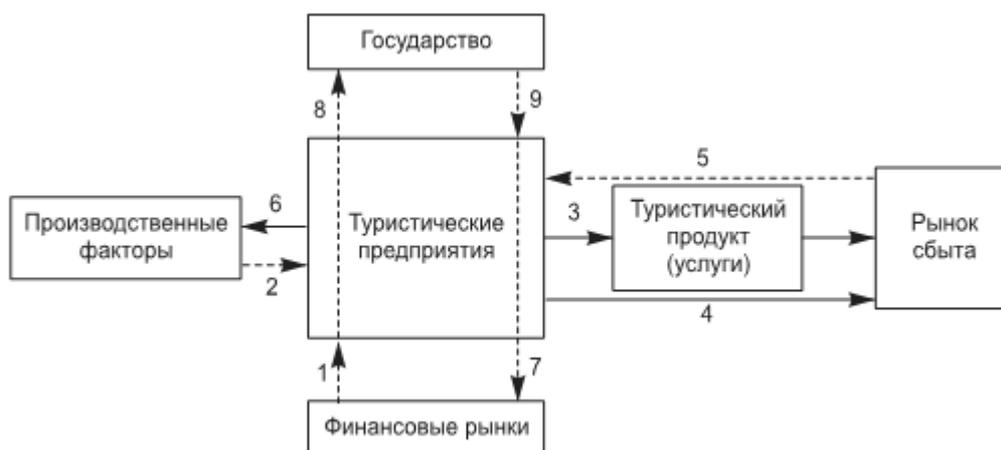
Туристские фирмы по роду своей деятельности разделяются на две категории: туроператоры и турагенты.

Туроператор – это хозяйствующий субъект или индивидуальный

предприниматель, который занимается формированием, продвижением и реализацией туристского продукта.

Туристская фирма, выступающая в качестве туроператора на каком-либо сегменте туристского рынка, формирует турпродукт путем приобретения услуг у различных организаций и лиц (у авиакомпаний, страховых компаний, гостиниц, ресторанов, экскурсоводов и т.п.). В этом случае туристская фирма как туроператор в процессе своей деятельности вступает в финансовые отношения с множеством различных организаций по поводу производства туристского продукта. Готовый туристский продукт она реализует турагентам или непосредственно туристам. На этом этапе хозяйственной деятельности туроператор вступает в финансовые отношения с турагентами или туристами по поводу реализации туристского продукта.

Фирма-туроператор может также формировать туристский продукт путем приобретения услуг у другой фирмы-туроператора по приему туристов, оказывающей весь комплекс услуг. Остальные услуги (доставка туристов к месту пребывания, страхование, обеспечение туристов визами и т.д.) туристское предприятие формирует само. В этом случае фирма-туроператор выступает в качестве и турагента, и туроператора одновременно. Следовательно, на туристском рынке происходит непрерывное движение потоков денежных средств и турпродукта, которые движутся друг другу навстречу (рис.3.).



Для осуществления своей деятельности туристскому предприятию необходимо привлечение капитала (1). Финансовые средства позволяют ему задействовать производственные факторы (2), которые в процессе производства преобразуются в туристический продукт (услуги) (3). Их реализация на рынке (4) дает предприятию поступления (5), используемые для погашения задолженности на рынке закупок, оплаты труда и т.д. (6). С одной стороны, проценты на заемный капитал и образующиеся излишки выплачиваются собственным или посторонним инвесторам (7), а государству – налоги и сборы (8). С другой стороны, государство может предоставлять предприятию дотации (9). Этот кругооборот возобновляется непрерывно.

2. Финансы туристских предприятий различных организационно-правовых форм собственности.

Особенности финансов туристских фирм различных организационно-правовых форм определяются особенностями формирования уставного капитала, распределения полученной прибыли и взаимоотношений с бюджетом.

Правовое их положение определено Гражданским Кодексом РУз и другими Законами Республики Узбекистан.

Хозяйственные товарищества и общества в туризме – это коммерческие организации, имущество которых создается за счет вкладов учредителей (участников), увеличивается в процессе предпринимательской деятельности и принадлежит этим хозяйственным товариществам и обществам на праве собственности.

Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме полного товарищества и товарищества на вере (коммандитного товарищества). Их участниками могут быть индивидуальные предприниматели и (или)

коммерческие организации.

Хозяйственные общества могут создаваться в форме общества с ограниченной или дополнительной ответственностью и акционерного общества (открытое и закрытое).

Полное товарищество – это хозяйственное товарищество, участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенными между ними учредительным договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом.

Уставный капитал полного товарищества создается за счет вкладов участников и является складочным капиталом. Участники полного товарищества солидарно несут субсидиарную ответственность своим имуществом по обязательствам товарищества.

Прибыль (убыток) полного товарищества распределяется между его участниками пропорционально доле их участия в складочном капитале. Если в результате убыточной деятельности товарищества стоимость его чистых активов стала меньше величины, превышающей размер этого капитала.

В сфере туризма наиболее распространенными организационно-правовыми формами коммерческих организаций являются общества с ограниченной ответственностью и акционерные общества.

Общество с ограниченной ответственностью. Обществом с ограниченной ответственностью признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный фонд (уставный 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, не полностью внесшие вклады, несут солидарную ответственность по его обязательствам в пределах стоимости неоплаченной

части вклада каждого из участников.

Уставный капитал (фонд) ООО составляется из номинальной стоимости долей его участников. При его формировании учитывается, что уставный капитал должен быть кратен не менее 50 размерам минимальной заработной платы, установленной законодательством на дату представления документов для государственной регистрации общества (статья 14 Закона "Об обществах с ограниченной и дополнительной ответственностью" от 6 декабря 2001 года N 310-II).

Распределение прибыли в ООО осуществляется в соответствии с законодательством. В первую очередь из прибыли уплачивается налог на прибыль (единый налоговый платеж) и другие платежи в бюджет. Далее прибыль распределяется в соответствии с порядком, установленным в уставе общества, на производственное и социальное развитие. Оставшаяся часть прибыли распределяется между участниками общества пропорционально их доле в уставном капитале, если иное не оговорено в учредительных документах.

Общество с дополнительной ответственностью. Обществом с дополнительной ответственностью признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный фонд которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров. Участники такого общества солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости внесенных ими вкладов, определяемом учредительными документами общества. При несостоятельности (банкротстве) одного из участников его ответственность по обязательствам общества распределяется между остальными участниками пропорционально их вкладам, если иной порядок распределения ответственности не предусмотрен учредительными документами общества. К обществу с дополнительной ответственностью применяются правила об обществе с

ограниченной ответственностью.

Акционерное общество. Акционерным признается общество, уставный фонд которого разделен на определенное число акций. Участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Акционеры, не полностью оплатившие акции, несут солидарную ответственность по обязательствам акционерного общества в пределах неоплаченной части стоимости принадлежащих им акций.

Открытое акционерное общество. Акционерное общество, участники которого могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров, признается открытым акционерным обществом. Такое акционерное общество вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и их свободную продажу на условиях, устанавливаемых законодательством. ОАО обязано ежегодно публиковать для всеобщего сведения годовой отчет, бухгалтерский баланс, счет прибылей и убытков.

Закрытое акционерное общество. Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, признается закрытым акционерным обществом. Такое общество не вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции либо иным образом предлагать их для приобретения неограниченному кругу лиц.

Минимальный состав учредителей и максимальное число акционеров ОАО (Открытое акционерное общество) неограниченны. Минимальный размер уставного фонда (капитала) открытого акционерного общества с 1 января 2009 года должен составлять сумму, эквивалентную не менее 400,0 тыс. долларов США по курсу Центрального банка Республики Узбекистан на дату государственной регистрации общества.

Прибыль акционерного общества определяется и облагается налогом в том же порядке, который существует для обществ с ограниченной ответственностью. Однако дальнейшее распределение прибыли имеет свои особенности. При распределении прибыли в законодательном порядке предусматривается формирование резервного фонда. Этот финансовый резерв предназначен для покрытия убытков акционерного общества и может быть использован на выплату дивидендов по привилегированным акциям в том случае, если прибыли отчетного года для этого недостаточно.

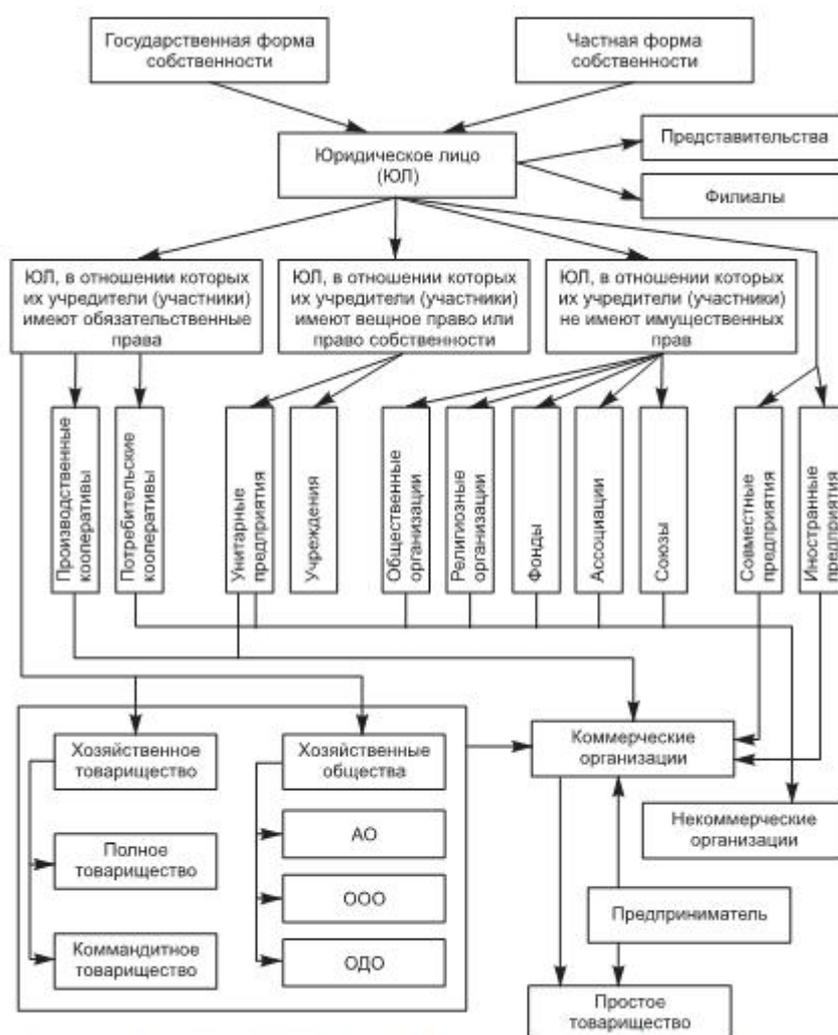
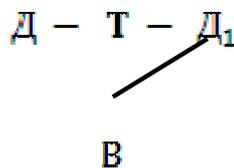


Рис. 4. Организационно-правовые формы и виды туристических предприятий

3. Особенности формирования финансовых ресурсов туристских предприятий.

К основным факторам, в наибольшей степени сдерживающим развитие туризма, можно отнести недостаток собственных финансовых средств, недоступность заемных финансовых ресурсов, отсутствие планомерной поддержки со стороны государства. Эффективность деятельности туристских фирм зависит также и от направления использования финансовых ресурсов: при активном участии финансов достигается повышение эффективности использования имеющегося потенциала предприятий, минимизация издержек и максимизация прибыли.

Для туризма характерна особая схема кругооборота оборотных средств. Она обусловлена тем, что, во-первых, объект деятельности туризма – человек (турист), который покупает туристские впечатления исходя из своего интереса; во-вторых, в туризме процессы производства, реализации и организации потребления туристского продукта соединены вместе в единый производственно-обслуживающий процесс. Поэтому кругооборот оборотных средств в туризме значительно отличается от подобного процесса в промышленности, торговле, общественном питании. Схематично этот процесс в туризме можно представить так:



где Д – денежные средства, авансированные турфирмой на организацию тура, то есть на создание турпродукта;

Т – материальные и нематериальные услуги туризма, а также товары туристско-сувенирного назначения;

В – туристские впечатления;

Д₁ – денежные средства, полученные от реализации услуг, товаров, туристских впечатлений, включающие добавленную стоимость.

Данная схема показывает, что целью туриста, покупающего турпутевку состоит в том, чтобы увидеть то, что его впечатляет (памятники культуры, интересные явления природы). В создание объектов туристского показа турфирма свой капитал не вкладывает, но уже само их существование приносит ей денежный доход. Фирма оплачивает лишь услуги, связанные с показом туристам этих объектов. Изменение или исчезновение объектов туристского интереса приводит к резкому замедлению оборачиваемости денежных средств и уменьшению денежных поступлений в турфирму.

Своеобразие кругооборота оборотных средств в туризме сказывается и на скорости их оборота. Оборачиваемость оборотных средств – это продолжительность прохождения оборотными средствами отдельной стадии производства и обращения. Время, в течение которого оборотные средства находятся в обороте, – период оборота. Оборачиваемость оборотных средств исчисляется продолжительностью одного оборота в днях или количеством оборотов за отчетный период.

Для каждой турфирмы, как и для каждого другого хозяйствующего субъекта, характерна своя скорость оборачиваемости средств, которая определяется многими факторами (постоянными или случайными), в первую очередь ассортиментом произведенного и реализуемого продукта, типом предприятия и т.п. Практика показывает, что в среднем оборачиваемость средств в турфирме происходит быстрее, чем в промтоварном магазине, в ресторане, но медленнее, чем, например в продовольственных магазинах.

Для турфирм характерны особый состав и структура финансовых ресурсов. Этот состав определяется наличием турагентов и туроператоров на туристском рынке. Особенности состава и структуры финансовых средств, а также их источников обусловлены своеобразием потока денег и

задолженности между субъектами туристского рынка, которые, прежде всего, определяются тем, что между моментом продажи турпродукта и актом его потребления имеется значительный разрыв во времени. Туры составляются и продаются обычно за несколько месяцев до начала отдыха, поэтому одновременно возникает кредиторская и дебиторская задолженность у турагентов и туроператоров.

Кроме того, для турфирм характерны особый состав и структура источников финансовых ресурсов. В основном финансирование туристской деятельности (более 2/3) производится за счет привлеченных средств. Заемные средства почти не используются. Это связано с тем, что турфирма получает деньги за проданные туры раньше, чем предоставляет туристу услуги по этой путевке. Среди привлеченных средств основная доля (50% и более) приходится на кредиторскую задолженность.

Турфирмы не пользуются кредитованием под оборотные средства. Это связано с тем, что источником финансовых ресурсов фирмы являются собственные и привлеченные средства. Привлеченные средства являются собственностью других экономических субъектов, но они постоянно находятся в распоряжении турфирмы, которая пользуется ими бесплатно и на долговременной основе. Поэтому все привлеченные средства можно назвать средствами, приравненными к собственным средствам. Потребность в заемных средствах у турфирмы возникает при кредитовании инвестиций, необходимых для строительства гостиниц, приобретения туристских автобусов и т.п.

Особенность финансовых отношений в туризме обуславливается также особенностями ценообразования на продукцию этой отрасли. Цена турпродукта или отдельных услуг является весьма динамичной и зависит от многих факторов: стоимости услуг, входящих в турпакет; числа туродней; вида тура; количества туристов в группе, их возрастного состава; сезонности и др. Расчет цены на турпродукт производится на основе нормативной

калькуляции, которая сводится к определению не себестоимости тура, а его продажной цены. Применение нормативной калькуляции обычно вызывает существенные колебания в уровнях рентабельности турфирм, что отражается на их финансовом положении, в чем также выражаются особенности формирования финансовых ресурсов туристских предприятий.

Например, говоря о финансово-экономических проблемах гостиничного хозяйства, необходимо отметить, что они существуют для всех без исключения отелей, независимо от их уровня и форм собственности. На решение этих проблем большое влияние оказывает специализация гостиницы (туристская, курортная, бизнес-отель и т.п.), которая определяет специфические элементы системы управления финансами. Их следует принимать во внимание при определении ключевых задач, стоящих перед финансовой службой отеля.

Финансовый результат деятельности гостиницы определяется рентабельностью операционной работы конкретных подразделений, вовлеченных в процесс оказания конечной услуги, и эффективностью контроля администрации за общеэксплуатационными и административными расходами. И очевидно, что решение этих задач невозможно без наличия достоверной информации о текущей деятельности гостиницы, а если рассматривать вопрос более широко, – без эффективной системы управления ее финансами.

4. Доход туристского предприятия, его характеристика

Деятельность туристского предприятия, как и любой другой коммерческой организации, в первую очередь направлена на получение экономической выгоды.

Как правило, экономическая выгода – это способность имущества предприятия обеспечивать приток денежных средств или иных активов,

формирующих его **доходы**.

Направления и условия получения доходов туристских предприятий в зависимости от характера подразделяются на:

- ◆доходы от видов деятельности, которыми занимается предприятие;
- ◆операционные доходы;
- ◆внереализационные доходы.

Доходами от видов деятельности предприятия является выручка от реализации, т.е. объем денежных средств, а также иное имущество в денежном выражении, полученные, либо подлежащие получению в результате реализации товара (работ, услуг) по ценам и тарифам в соответствии с договором за определенный период времени (объем продаж).

Говоря о туристских предприятиях, можно сказать, что их продуктом (услугой, работой) является то, что формируется посредством стоимости путевки с учетом приобретенных услуг (проживание, питание и т.д.) в местах проживания и транспортных услуг по отправке и возвращению туристов — это сумма превышения средств, полученных от туристов для оплаты оказываемых туристских услуг, над средствами, перечисленными третьим лицам за оказанные туристам услуги.

Выручкой от реализации туристского предприятия являются доходы от основной деятельности, носящие регулярный характер: производство и реализация туристского продукта; реализация дополнительных услуг.

Выручка от реализации признается таковой, если:

- ◆предприятие в соответствии с договором или иным основанием имеет право на ее получение;
- ◆сумма выручки является принятой на предприятии учетной политикой;
- ◆расходы, включенные в фактическую себестоимость товаров (услуг), соответствуют полученной или подлежащей получению выручке.

Если не выполняется хотя бы одно из перечисленных условий, доходы

признаются не как выручка, а как внереализационные.

В зависимости от учетной политики туристского предприятия выручка от реализации определяется либо *по мере оплаты* продукции (работ, услуг) (дата зачисления денежных средств на расчетный счет), либо *по мере отпуска* и предъявления покупателю (заказчику) расчетных документов (метод зачисления).

Операционными являются доходы от отдельных операций, не относящихся к видам деятельности туристского предприятия, таких как:

- ◆ участие в уставных фондах других организаций;
- ◆ продажа и выбытие основных средств, нематериальных активов, ценных бумаг, иных активов;
- ◆ пользование активами, денежными средствами организации и др.

К внереализационным доходам относятся:

- ◆ доходы от сдачи в аренду (лизинг) имущества;
- ◆ проценты, полученные за пользование денежными средствами другими организациями и банком;
- ◆ суммы штрафов, пеней, неустоек и других видов санкций за нарушение условий договора;
- ◆ поступления в счет возмещения убытков предприятия;
- ◆ сумма стоимости безвозмездно полученных товаров (услуг);
- ◆ стоимость имущества, оказавшегося в излишке по результатам инвентаризации;
- ◆ суммы кредиторской задолженности;
- ◆ положительные курсовые разницы, возникающие при переоценке имущества и обязательств и др.

5. Сущность, источники формирования прибыли туристского предприятия

Прибыль является одним из важнейших оценочных показателей хозяйственной деятельности. Именно прибыль предприятий во многих развитых странах представляет собой главный показатель, обеспечивающий развитие жизнедеятельности общества.

Прибыль – это плата за услуги предпринимательской деятельности, принятие неординарных решений по управлению предприятием, внедрение инновационных видов продуктов, изменения производственного процесса, а также вознаграждение за несение экономического риска. В то же время получение прибыли можно объяснить природой функционирования субъекта, его особым даром предвидения, умением ориентироваться в неопределенной ситуации.

Прибыль как экономическая категория отражает доход туристского предприятия от производства и реализации туристского продукта (услуги), других видов деятельности. Говоря о прибыли, как об оценочном показателе, можно сказать, что она имеет как количественное, так и качественное выражение. В количественном выражении прибыль представляет собой разницу между выручкой от реализации и затратами на производство туристского продукта; в качественном выражении – отражает эффективность деятельности предприятия, которая определяется как отношение результатов реализуемой деятельности к осуществленным затратам, которые необходимы для реализации этой деятельности. А также, прибыль выступает в качестве источника удовлетворения разнообразных потребностей предприятия, общества, владельцев, коллектива работников.

Характерно, что прибыль от туризма отнюдь не всегда получает тот, кто несет издержки.

Роль прибыли:

§ характеризует экономический эффект, полученный в процессе деятельности предприятия, т.е. конечный финансовый результат. Его положительная величина указывает на то, что выручка от реализации продукции превышает все расходы, связанные с ее производством. На величину прибыли воздействуют факторы как зависящие, так и не зависящие от деятельности предприятия. Вне сферы воздействия предприятия находятся конъюнктура рынка, уровень цен, 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, уровень квалификации руководства и менеджеров, организация деятельности и труда, состояние и эффективность хозяйственного и финансового планирования.

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

§ стимулирующая. Показывает, что прибыль является одновременно финансовым результатом и основной структурной единицей финансовых ресурсов туристского предприятия, заинтересованного в получении максимальной прибыли, так как последняя является основным источником расширения его деятельности и решения социальных вопросов коллектива работников. Размер чистой прибыли, оставшейся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных платежей, должна быть достаточной для расширения собственной деятельности, инновационного развития, социального и научно-технического развития предприятия, материального стимулирования работников;

§ источник формирования бюджетов государства. С помощью прибыли формируют бюджеты в виде налогов и отчислений и

удовлетворяют интересы государства – обеспечения выполнения государством своих функций, государственных инвестиционных, производственных и социальных программ, предприятия, владельцев, коллектива работников.

В зависимости от метода исчисления различают следующие *виды* прибыли:

♦*экономическая* — разность между полученной выручкой и экономическими издержками;

♦*бухгалтерская* — разность между полученной выручкой и бухгалтерскими издержками. Данный вид прибыли тождественен балансовой прибыли и прибыли от реализации;

♦*прибыль (убыток) от реализации* товаров (работ, услуг), иного имущества, имущественных прав. Рассчитывается как положительная (отрицательная) разница между выручкой, полученной от реализации, и затратами на производство и реализацию этих товаров (работ, услуг), иных ценностей (за исключением основных средств), имущественных прав, учитываемыми при налогообложении, а также суммами налогов и сборов, уплачиваемых согласно установленному законодательными актами порядку из выручки, полученной от реализации товаров (работ, услуг):

$$P_{\text{реализ.}} = V_p - З - Н$$

♦*номинальная*. Показывает фактически полученный размер прибыли;

♦*реальная*. Представляет собой номинальную прибыль, скорректированную на уровень инфляции;

♦*неявная прибыль (издержки упущенных возможностей)* – денежные доходы, которые могло бы получить предприятие при более выгодном использовании принадлежащих ему ресурсов;

♦*прибыль от реализации основных средств* – положительная (отрицательная) разница между выручкой от реализации основных средств, уменьшенной на сумму налогов и сборов, уплачиваемых из выручки,

полученной от реализации товаров (работ, услуг), и остаточной стоимостью основных средств;

♦ *прибыль до налогообложения* (ПДН) исчисляется исходя из суммы прибыли от реализации товаров (работ, услуг), иного имущества (включая основные средства, товарно-материальные ценности, нематериальные активы), имущественных прав и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям.

♦ *чистая прибыль*, представляет собой прибыль, остающуюся в распоряжении предприятия, за вычетом налогов и отчислений, производимых из нее.

Порядок распределения и использования прибыли на предприятии фиксируется в уставе предприятия и определяется соответствующим положением.

Размер прибыли от реализации зависит от следующих основных факторов:

- ♦ себестоимости туристского продукта;
- ♦ объема реализации;
- ♦ уровня действующих цен на туристский продукт.

Основные пути увеличения прибыли:

- ♦ увеличение объема продаж;
- ♦ расширение перечня туристских продуктов и дополнительных услуг;
- ♦ повышение качества обслуживания потребителей;
- ♦ снижение себестоимости туристского продукта по элементам структуры затрат;
- ♦ расширение рынка сбыта;
- ♦ совершенствование политики управления;
- ♦ продажа (сдача в аренду) излишнего имущества и др.

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. В экономической литературе исследованию природы прибыли отводится значительное место. Все авторы сходятся на том, что прибыль представляет разницу (отклонение, остаток), содержащуюся в выручке от продажи. Разногласия возникают по поводу ее компонентов, то есть тех составляющих, которые следует (или не следует) включать в прибыль. С точки зрения бухгалтерского учета прибыль отдельного предприятия состоит из двух компонентов:

1) доход от основной деятельности предприятия, представляющего собой разницу между выручкой от продажи и необходимыми производственными и иными затратами;

2) доход, полученный предприятием от определенных видов ее активов, приносящих прибыль (ценные бумаги, долговые обязательства), а так же активов, чья стоимость может изменяться в ходе отчетного периода (запасы, земельные участки, оборудование).

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 услуг, созданных 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 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.

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

- общества;
- туристского предприятия;
- владельцев;
- коллектива работников.

Объектом экономических интересов общества служит та часть прибыли, которую предприятие уплачивает в виде налога на прибыль или единого налогового платежа. Это один из первоочередных платежей туристских предприятий, являющийся весомым источником пополнения государственного бюджета. Поэтому государством конкретно определена

экономическая ответственность субъектов хозяйствования.

Экономические интересы туристского предприятия удовлетворяются за счет прибыли, остающейся в его распоряжении (чистая прибыль). Она направляется на решение задач в соответствии с потребностями предприятия. Значение же прибыли для туристского предприятия заключается в том, что она является:

- источником образования различных фондов предприятия;
- средством формирования финансовых ресурсов;
- путем увеличения активов;
- средством материального стимулирования коллектива работников;
- способом предоставления льгот работникам предприятия.

Экономические интересы владельцев направлены на увеличение прибыли предприятия, так как за счет дивидендов, процентов и расширения деятельности значительно увеличивается их средства.

Экономические интересы коллектива работников связаны с увеличением дохода в виде заработной платы и социальными выплатами за счет чистой прибыли предприятия.

Согласованность экономических интересов всех участников функционирования туристского предприятия можно обеспечить при соблюдении таких принципов, как:

- первостепенное выполнение туристским предприятием финансовых обязательств перед государством;
- соответствующее имеющемуся спросу максимальное обеспечение потребностей расширенного воспроизводства;
- создание материальной заинтересованности коллектива работников в увеличении прибыли за счет средств чистой прибыли;
- стремление к максимальному удовлетворению социально-культурных нужд.

Очень долгое время в теории финансов, в практической

деятельности предприятий и в законодательных актах источником прибыли признавался лишь такой фактор производства – труд. Для туризма этот постулат справедлив лишь тогда, когда посредник (турагент) покупает туристский продукт с целью его немедленной перепродажи по более высокой цене. Именно тогда труд турагента выступает источником получения прибыли, поскольку турагент приобрел этот товар с целью реализации.

Источники образования прибыли в туристском предприятии можно сгруппировать по определенным критериям:

- первый источник непосредственно связан с основной хозяйственной деятельностью туристского предприятия. Объем прибыли в этой области зависит от: специфики деятельности и особенностей туристских продуктов и услуг, и их жизненного цикла; объемов продаж туристских услуг; конъюнктуры рынка, конкурентных условий реализации туристского продукта; структуры снижения издержек производства.

- второй источник формируется за счет неповторимости туристского продукта или доминирующего положения туристского предприятия по выпуску того или иного турпродукта. Обеспечение существования такого источника на достаточно высоком уровне полагает постоянное обновление туристского продукта. В данном случае следует все время учитывать такую противодействующую силу, как формирующуюся и увеличивающуюся конкуренцию со стороны других туристских предприятий.

- третий источник формируется из инновационной деятельности туристского предприятия. Именно роль этого источника в последнее время сильно возросла благодаря компьютерным информационным технологиям, созданию глобальной информационной сети Интернет.

6. Виды прибыли и методика их расчета.

Результатом динамичного процесса использования новых технологий, перспектив, монопольного положения, стимулов является экономическая прибыль. Возместив лишь бухгалтерские издержки, туристское предприятие получает лишь нормальную прибыль, иными словами увеличило принадлежащее ему имущество, доход на имеющийся капитал. И в целом, это достаточный стимул для продолжения туристским предприятием имеющейся деятельности, однако, кроме этого, можно получить дополнительную прибыль, которая и является экономической. И ее туристское предприятие может получить лишь при проницательности, оригинальности принимаемых решений и смелости руководства. Источники доходов, полученные посредством использования данного качества, являются прибылью. Конечно же, данные источники доходов меняются в объемах и направлениях и через какое-то время заканчиваются, так как нововведения рано или поздно перестают являться таковыми из-за конкурентов. Другими словами, экономическая прибыль всегда сопровождается неопределенностью и риском.

То есть если экономическая прибыль – это разница между доходом туристского предприятия и его издержками, то бухгалтерская прибыль – это разница между выручкой от реализации туристского продукта, основных средств, другого имущества, в т. ч. нематериальных активов и прибыли (убытков), полученной от внереализационных операций.

Прибыль (убыток) от реализации продукции (товаров, работ, услуг) определяется как разница между выручкой от их реализации в отпускных ценах и издержках производства реализованной продукции, суммами налогов, сборов и отчислений, уплачиваемых в соответствии с установленным законодательством порядком из выручки от реализации продукции.

Процесс формирования прибыли на туристских предприятиях

отражается в форме №2 финансовой отчетности - «Отчет о финансовых результатах». В соответствии с этой формой выделяют 5 видов прибыли:

1. валовая прибыль. Она формируется вычитанием из выручки от реализации продукции (в отпускных ценах без НДС) себестоимости реализованной продукции.

2. прибыль от основной деятельности - характеризует чистый доход, полученный на туристском предприятии от основных видов деятельности, зарегистрированных в уставе. К основным видам деятельности, согласно законодательству, относятся те виды, выручка от которых составляет большую часть общей реализации продукции (работ, услуг, товаров) юридического лица.

Этот вид прибыли находится вычитанием из валовой прибыли от реализации коммерческих и управленческих затрат (расходы периода, прочие доходы и расходы от основной деятельности).

3. прибыль (убыток) от общехозяйственной деятельности получается из прибыли от основной деятельности \pm сальдо от финансовой деятельности. К ней относят проценты к получению, проценты к уплате, доходы от участия в других организациях, прочие операционные расходы.

- проценты к получению и проценты к уплате - это сумма подлежащих в соответствии с договорами к получению (к уплате) дивидендов (процентов) по депозитам, а также суммы причитающиеся от кредитных организаций за пользование остаточными средствами, находящимися на счете предприятия.

- доходы от участия в других организациях – это доходы, подлежащие к получению от участия в совместной деятельности без образования юридического лица, а также доходы от финансовых вложений в ценные бумаги и другие организации.

- прочие операционные доходы и расходы – это доходы и

расходы по операциям, связанные с движением имущества предприятия (основных средств, денежных средств, ценных бумаг, новое имущество, списание основных средств с баланса по причинам морального износа, сдача имущества в аренду, доход и расход по продаже и покупке иностранной валюты)

4. прибыль (убыток) до уплаты налогов – балансовая прибыль, как конечный финансовый результат она выявляется на основании бухгалтерского учета предприятия и оценки статей баланса. Балансовая прибыль включает в себя:

- прибыль (убыток) от реализации туристского продукта, оказанных услуг;
- прибыль от реализации основных фондов, их прочего выбытия, реализации иного имущества;

Формируется из прибыли от общехозяйственной деятельности \pm сальдо чрезвычайных доходов и расходов.

5. чистая прибыль – это разница между прибылью до уплаты налогов и налогами на прибыль.

Недополученная прибыль (вмененный доход) – денежные доходы, которые могло бы получить туристское предприятие при более выгодном использовании принадлежащих ему ресурсов.

Номинальная прибыль характеризует фактически полученную сумму.

Реальная прибыль – номинальная прибыль, скорректированная на уровень инфляции.

Накопленная прибыль – прибыль за вычетом налогов и дивидендов, которую предприятие заработало за все годы. Она включает также нераспределенную прибыль и чистую прибыль отчетного периода.

Этот метод расчета прибыли, используется при определении бухгалтерской прибыли, однако в соответствии с Положением о составе затрат по производству и реализации продукции и о порядке формирования

финансовых результатов РУз от 05.02.1999 г. №54 существует разница между бухгалтерской прибылью и налогооблагаемой, состоящая из вычитаемых и не вычитаемых расходов. В приложении № 1 данного Положения приведены статьи затрат, которые вычитаются из доходов предприятия при расчете чистой прибыли отчетного периода, но включаются в налогооблагаемую базу хозяйствующего субъекта при расчете налога на доходы (прибыль) в соответствии с налоговым законодательством.

Прибыль – это конечный финансовый результат деятельности туристского предприятия. В условиях рыночной экономики результаты деятельности оцениваются системой показателей, основными среди которых являются показатели рентабельности, которые рассчитываются отношением какого-либо вида прибыли к одному из показателей функционирования туристского предприятия. Расчет таких показателей позволяет обнаружить не только общую экономическую эффективность работы предприятия, но и оценить другие стороны его деятельности.

Однако, как правило, для проведения полноценной оценки финансового состояния туристского предприятия, показателей рентабельности не достаточно, т.е. для создания базы для принятия управленческих решений обычно используется структурированная система показателей, ориентированная на определенную цель. Система показателей позволяет избежать опасности одностороннего и неполного отражения деятельности предприятия, поскольку отдельные показатели обладают ограниченной информационной ценностью, что может привести к неадекватной их интерпретации. А также, она является особенно необходимой в тех случаях, когда необходимо учесть несколько целей и установить взаимосвязи между элементами системы. Однако следует подчеркнуть, что чрезмерно большое число показателей засоряет материалы аналитического исследования, а также уводит в сторону от цели анализа.

Кроме того, независимо от вида проводимого анализа система

показателей должна быть гибкой в зависимости от необходимости той или иной информации, а также, она должна постоянно корректироваться как по форме, так и по существу.

В целом, показатель рентабельности отражает соотношение прибыли предприятия и факторов, которые являются, по сути, предпосылками ее возникновения. Бухгалтерская отчетность позволяет рассчитать большое количество показателей рентабельности, поэтому их необходимо систематизировать в аналитические группы с целью упорядочения и обеспечения оптимальности при выполнении аналитических процедур.

7. Планирование, распределение и использование прибыли.

Одним из важнейших вопросов управления процессом формирования прибыли является планирование прибыли и других финансовых результатов. Планирование прибыли – составная часть финансового планирования и важный участок работы финансовых служб на туристском предприятии.

Объектом планирования на туристском предприятии являются планируемые элементы балансовой прибыли, прежде всего – прибыль от реализации туристских продуктов, оказания дополнительных туристских услуг.

Базой для расчета является объем производственной программы, которая базируется на возможностях туристского предприятия, заключенных контрактах и договорах. При планировании прибыли могут быть использованы различные методы:

- метод прямого счета;
- аналитический метод;
- метод экспертных оценок;
- метод определения прибыли на вложенный капитал.

Часто используемыми методами, при этом являются все, за исключением последнего. Используя данные методы можно определить

объем реализуемых туристских продуктов в ценах и по себестоимости, посредством применения индекса потребительских цен. Большое значение при этом имеет достоверность первичных данных о прогнозируемых величинах выручки от реализации (V_p), издержках производства (ИП), налогах и отчислениях (Н). Прогнозируемая величина прибыли ($\Pi_{пр}$) в этом случае рассчитывается следующим образом:

$$\Pi_{пр} = V_p - I_{п} - Н,$$

где $I_{п}$ – издержки производства;

$Н$ – величина налогов и отчислений.

Метод прямого счета является одним из малотрудоемких и быстрых, однако его эффективность не всегда является должной, поскольку не учитывает особенности ассортиментного набора реализуемых туристским предприятием турпродуктов.

Методом, учитывающим особенности ассортимента турпродуктов, является укрупненный метод прямого счета. Он позволяет получить прогнозную величину объема продаж по каждому туристскому продукту, определить эффективность затрат и рентабельность, а также четко проследить доходность каждого туристского продукта на разных этапах его жизненного цикла. Полученная таким образом информация является базой для корректировки стратегии туристского предприятия и способствует определению прибыли по формуле:

$$\Pi_{бал} = \Pi + \Pi_{пр.р.} + \Phi P_{внр.о} - Н,$$

где $\Pi_{бал}$ – прибыль балансовая;

$\Pi_{пр.р.}$ – прибыль от прочей реализации, продажи основных фондов;

$\Phi P_{внр.о}$ – финансовый результат от внереализационных операций.

Соответственно чистая прибыль (ЧП) равна:

$$\text{ЧП} = \Pi_{бал} - Н$$

Определить сумму налогов и обязательных отчислений можно в

краткосрочном периоде исходя из действующей системы налогообложения или по определившейся тенденции – за анализируемые периоды по удельному весу суммы налогов в выручке от реализации.

Финансовый результат от внереализационных операций в планируемом периоде определяется исходя из сложившихся тенденций за анализируемый период и с учетом возможных изменений.

Метод определения прибыли на вложенный капитал определяет прогнозируемый уровень прибыли через принятие во внимание сохранение достигнутого уровня рентабельности на вложенный капитал и его увеличение. Увеличить уровень рентабельности можно различными путями.

Перечисленные методы прогнозирования прибыли достаточно просты, однако они не позволяют проследить влияние на прибыль различных факторов: объем продаж, издержек производства, изменения цен, налоговой нагрузки и др. Поэтому туристскими предприятиями может быть использован аналитический метод расчета прибыли. Он базируется на рентабельности производства туристского продукта в отчетном периоде и росте соответствующих показателей в перспективе. Расчетная величина плановой прибыли ($\Pi_{пл}$) в данном случае может быть определена по формуле:

$$\Pi_{пл} = V_{пл} \times R_{отч} + \Delta\Pi_{ф},$$

где V_p – объем продаж планового периода;

$R_{отч}$ – уровень рентабельности продаж отчетного периода, %;

$\Delta\Pi_{ф}$ – прирост суммы прибыли по базовой рентабельности и результатам влияния факторов (рис. 5).



Рис.5. Формирование, распределение и использование прибыли туристского предприятия.

Объектом распределения на каждом туристском предприятии является балансовая прибыль. При этом механизм распределения основывается на следующих основных принципах:

- полученная прибыль распределяется между государством, собственниками предприятия и работниками;
- доля прибыли для государства поступает в бюджет в виде налогов и сборов, ставки которых устанавливаются законодательно-нормативными актами;
- объем 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 (рис.5).

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

Прежде всего, из прибыли вносятся налоги в бюджет.

Укрупненно основные направления использования прибыли следующие: отчисления в резервный капитал, образование фондов накопления и фондов потребления, отвлечение на инновационные и другие

цели, в акционерных обществах — выплата дивидендов.

Сформированная в фонде накопления 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.

Под фондами потребления понимаются средства направляемые на осуществление мероприятий по социальному развитию (за исключением капитальных вложений), материальному поощрению коллектива предприятия, приобретение путевок в санатории, премировании и иных расходов и работ, не приводящих к образованию новых активов предприятия.

Фонд потребления состоит из двух частей: фонда оплаты труда и 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 работников, индивидуальное жилищное строительство, беспроцентные ссуды молодым семьям и другие цели, предусмотренные мероприятиями по социальному развитию коллектива работников.

Резервный фонд формируется на предприятии с целью обеспечения финансовой стабильности в период временного ухудшения показателей. Он также служит для компенсации ряда непредвиденных затрат, возникающих в процессе производства и потребления продукции.

Для повышения эффективности деятельности туристского предприятия необходимо, 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.

8. Рентабельность хозяйственной деятельности туристского предприятия

Рентабельность — качественный показатель эффективности производства, характеризующий уровень отдачи затрат и степень использования средств на предприятии.

Различают два вида рентабельности:

- ◆рассчитанная на основе балансовой прибыли;
- ◆рассчитанная на основе чистой прибыли.

Рентабельность отражает процентное соотношение суммы прибыли и одного из других показателей.

В практике работы туристских предприятий наибольшее распространение получили следующие показатели:

- ◆ рентабельность реализации и себестоимости

Принципы распределения прибыли:

- ◆полученная прибыль распределяется между государством и предприятием;
- ◆прибыль для государства поступает в бюджет в виде налогов и сборов, ставки которых устанавливаются законодательно;
- ◆прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, в первую очередь направляется на накопление, оставшаяся часть — на потребление.

◆дает возможность определить эффект производственного (операционного) рычага, порог рентабельности и запас финансовой прочности предприятия.

Суть *операционного рычага* (ОР) проявляется в том, что любое изменение выручки от реализации порождает более сильное изменение прибыли.

Порог рентабельности (ПР) (точка самоокупаемости, критическая точка, точка разрыва и т.д.) — это такой уровень выручки от реализации, при котором предприятие уже не имеет убытков, но еще не имеет прибылей.

Показатели рентабельности свидетельствуют о способности туристского предприятия оценивать свое положение на рынке туристских услуг, планировать будущее.

Деятельность туристского предприятия направлена на достижение главной цели — получение максимальной прибыли. Этому способствуют управление механизмом получения прибыли и повышения рентабельности, их планирование и определение возможных путей увеличения.

Экономический анализ прибыли и рентабельности заключается в изучении:

- ◆выполнения плана по прибыли и рентабельности;
- ◆динамики прибыли и рентабельности;
- ◆влияния и условий влияния факторов, воздействующих на прибыль и рентабельность;
- ◆резервов роста прибыли и способов их мобилизации.

Анализ проводится на основании данных бухгалтерского учета (ф. 1) и отчета о прибылях и убытках (ф. 2).

Особое значение в анализе прибыли должно быть уделено операционному анализу, положенному в основу многих методов планирования прибыли и механизма управления прибылью и основанному на делении издержек производства на постоянные и переменные. Такая

классификация способствует решению задачи прироста прибыли за счет относительного сокращения тех или иных расходов. Кроме того, она позволяет судить об окупаемости затрат и где $ИП_{\text{пост}}$ — постоянные издержки производства; $ВМ$ — валовая маржа, или сумма покрытия. Ее должно хватить не только на покрытие постоянных расходов, но и на формирование прибыли.

$$ВМ = В_p - И_{\text{пер}}$$

Запас финансовой прочности (ЗФП)

$В - ПР$

$ЗФП = \frac{В_0 - ПР}{В_p}$, или $ЗФП = \frac{В_0 - ПР}{В_p} \cdot 100 \%$.

$В_p$

Расчет ЗФП показывает, насколько предприятие способно выдержать процентное снижение выручки от реализации без серьезной угрозы для своего финансового положения.

Наиболее приемлемым методом планирования на туристских предприятиях является метод прямого счета.

Заключение

Туристское предприятие, как и любое другое, – субъект хозяйствования, деятельность которого регламентирована законодательством. Оно обладает финансово-экономическим потенциалом: владеет основными и оборотными средствами, финансовыми и трудовыми ресурсами. Занимаясь производством туристского продукта, предприятие стремится эффективно управлять и использовать этот потенциал путем анализа, планирования, экономии издержек производства, стимулирования труда с целью укрепления финансового состояния, повышения конкурентоспособности и достижения установленных целей.

Туризм развивается не обособленно, а под влиянием внешних и внутренних факторов, которые с учетом имеющихся условий оказывают непосредственное влияние на развитие конкретного туристского предприятия. Развитие туризма происходит в соответствии с нормами и правилами, регулирующими его деятельность. Это предопределяет туристская политика.

Республика Узбекистан располагает огромным потенциалом для развития международного и регионального туризма. Центром развития туризма в нашей республике, прежде всего, являются такие уникальные центры древней культуры и зодчества, как Самарканд, Бухара, Хива, Шахрисабз и другие, где находятся удивляющие весь мир памятники старины.

В современных экономических условиях политика, проводимая правительством Узбекистана в области туризма, его развития, либерализации и привлечения дополнительных иностранных инвестиций, сумела реализовать заложенный потенциал, сделав страну одной из самых посещаемых. Отрасль туризма превратилась в одну из перспективных сфер экономики нашей республики, в том числе инфраструктура туризма уверенно

приближается к уровню международных стандартов. В последние годы в Узбекистане построено около 20 крупных и средних отелей, свыше 30 мелких частных гостиниц. Реконструированы гостиницы в Ташкенте, Самарканде, Ургенче, Шахрисабзе и других городах.

Широкое развитие туризма в Узбекистане является приоритетом государственной важности. Его значение огромно в современных экономических условиях, когда средств государственного бюджета недостаточно для удовлетворения всех нужд нашей страны.

Туризм во всем мире развивается быстрыми темпами и занимает значительное место в сфере услуг. Существуют государства, которые формируют свои доходы, процветают и развиваются в основном на основе развития туризма. Доходы, поступающие от развития туризма в некоторых странах мира, составляют не менее половины их валового внутреннего продукта. Посредством оказания туристических услуг процветают не только крупные, но и не большие государства. К таким относятся такие страны, как Монако, Сан-Марино, Лихтенштейн. Их валовой внутренний продукт на 25-50 процентов состоит из доходов, полученных от оказания туристических услуг.

Таким образом, развитие международного туризма в Республике Узбекистан необходимо рассматривать как одно из основных и важных направлений внешнеэкономической деятельности. Этот вид деятельности при правильной ее организации является рентабельной формой экспорта. Являясь источником дохода, туризм может способствовать притоку иностранной валюты и сыграть роль источника повышения эффективности производства. Вложения в туризм, окупаются быстрее всех других расходов.

Список литературы:

1. Налоговый Кодекс Республики Узбекистан. Утвержден Законом Республики Узбекистан от 25.12.2007г. № ЗРУ-136, 2007., № 52
2. Закон Республики Узбекистан «О туризме» от 20 августа 1999 года № 830-I «О туризме» (Ведомости Олий Мажлиса Республики Узбекистан, 1999 г., № 9, ст. 227).
3. Положение о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг) и о порядке формирования финансовых результатов – Т.: МФ РУз, 2001.
4. Абрамова М.А., Александрова Л.С. Финансы и кредит: Вопросы и ответы. –М.: ИД «Юриспруденция», 2006.
5. Барулин С. В. Финансы : учеб. для вузов / С. В. Барулин. - М. : КноРус, 2010. – 640с.
6. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма: Учеб.пособие. М., 2003.
7. Боголюбов В.С. Экономика туризма. Издательство: Академия, 2005.
8. Большухина И.С. Экономика предприятия: учебное пособие/ Под общ.ред. В.В. Кузнецова. – Ульяновск: УлГТУ, 2007. – 118 с.
9. Бочелюк В.Й., Бочелюк В.В. Дозвіллєзнавство. Навчальний посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 208 с.
10. Буйленко В.Ф. Туризм. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 416 с.
11. Воронина В.М., Лапаев А.П., Михайлова О.П. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Сборник задач, заданий, тестов. – Оренбург: ГОУ ОГУ, 2004 – 65 с.
12. Гаврилова А. Н. Финансы организаций (предприятий) : учеб. пособие для вузов по специальностям "Финансы и кредит", "Бухгалт. учет, анализ и аудит", "Мировая экономика"/ А. Н. Гаврилова, А. А. Попов. - 4-е изд. -М.: КноРус, 2010. - 606 с.

13. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Учебник. - Мн.: Новое знание, 2002. - 409 с.
14. Квартальнов В.А. Туризм. М.: Финансы и статистика, 2002. - 320 с.
15. Лапуста М. Г. Финансы организаций (предприятий) : учеб. для вузов / М. Г. Лапуста, Т. Ю. Мазурина, Л. Г. Скамай. -Изд. испр. -М.: ИНФРА-М, 2011. -575 с.
16. Наумова, Н.В., Жарикова Л.А. Бюджетирование в деятельности предприятия: учебное пособие / Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 112 с.
17. Сенин В.С. Организация международного туризма. Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 400 с.
18. Сокол Т.Г. Основы туристичної діяльності. Підручник / Під ред. доктора пед. наук, проф. Орлова В. Ф. - К.: Грамота, 2004. – 327 с.
19. Туризм и гостиничное хозяйство. Москва, Ростов-на-Дону: "МарТ", 2005. - 352 с.
Под редакцией Шматько Л.П.
20. Фролова Т.А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010.
21. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций/ Фролова Т.А. Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010.
22. Экономика предприятий туризма: Метод. указания к курсовой работе / Владим. гос. ун-т.; Сост. Л.В. Коровин. Владимир, 2003. 24 с.
23. Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма: Учеб.пособие. М., 2003.
24. Интернет-сайты:
www.lex.uz – Законодательный портал РУз
www.mf.uz – сайт МФ РУз
www.gov.uz – Сайт Правительства РУз
www.mfer.uz – сайт Министерства Внешнеэкономических связей, инвестиций и торговли РУз.

Самарқанд иқтисодиёт
ва сервис институти
Институт босмахонаси,
Шохрух кўчаси, 60

Буюртма № 101
Ҳажми 2,25 б.т.
Адади 100 нусха