

МЕТОДИ УРАХУВАННЯ ЦІЛЬОВОГО ПРИБУТКУ В КОНТЕКСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПОСЛУГИ ПРОЖИВАННЯ В ГОТЕЛІ

Найважливішою складовою інформаційної бази процесу встановлення гнучких тарифів на основні послуги підприємств індустрії гостинності є інформація про величину цільового прибутку. Обґрунтування способу урахування останнього в контексті вирішення зазначеного завдання відноситься до однієї з основних проблем сучасної теорії й практики ціноутворення на послуги проживання в готелі.

Усе різноманіття підходів до урахування цільового прибутку як складової механізму гнучкого ціноутворення в готельних підприємствах, на наш погляд, правомірно звести до двох принципово різних методів - відносного та абсолютного (рисунок).



Рисунок. Методи урахування цільового прибутку в процесі ціноутворення на послуги проживання в готельних підприємствах.

Суть відносного методу «полягає в додаванні на витрати певного відсотка з метою отримання прибутку після покриття витрат на створення продукту і його просування на ринок». При його застосуванні цільовий прибуток може враховуватися в ціні двома способами:

1) на основі *цільової рентабельності послуг*:

$$Цп = В \times \left(1 + \frac{Pп}{100}\right) \quad (1)$$

2) на основі *цільової рентабельності продажів*:

$$Цп = \frac{В}{1 - Pпр / 100} \quad (2)$$

де Цп – ціна, що забезпечує отримання цільового прибутку, грн.; В – поточні витрати, грн.; Pп – рівень цільової рентабельності послуг (%); Pпр – рівень цільової рентабельності продажів (%).

Абсолютний метод полягає в додаванні до витрат абсолютної величини цільового прибутку, який може бути розраховий одним із двох способів:

1) на основі *прямого розрахунку цільової суми прибутку*. В цьому випадку, на думку І. Бланка, цільова сума прибутку є плановою потребою у фінансових ресурсах, що формуються за рахунок чистого прибутку підприємства, який забезпечує реалізацію цілей його розвитку в майбутньому періоді [1, с. 451].

2) на основі *норми прибутку на вкладений капітал*:

$$ЦП = C \times Nп / 100, \quad (3)$$

де ЦП- сума цільового прибутку, грн.; С – розмір коштів, інвестованих в будівництво готелю, грн.; Nп – норма прибутку на вкладений капітал %.

Другий спосіб, на наш погляд, неприйнятний для практичного застосування, оскільки не забезпечує ув'язку розрахованого на його основі цільового прибутку з плановою потребою у фінансових ресурсах.

Слід зазначити, що при всій своїй видимій відмінності відносний і абсолютний методи обліку цільового прибутку в процесі ціноутворення мають багато спільного, оскільки засновані на використанні єдиної інформаційної бази, що включає інформацію про суму постійних і змінних витрат у розрізі окремих категорій номерного фонду готелю; рівень завантаження номерного фонду в розрахунковому періоді; абсолютну величину цільового прибутку, що повинен бути забезпечений доходами від експлуатації окремих категорій номерного фонду готелю в розрахунковому періоді.

Для розрахунку цільової рентабельності послуг і продажів (у контексті використання відносного методу) необхідна інформація про абсолютну величину цільового прибутку.

Звідси, на наш погляд, зручнішим для практичного застосування є абсолютний метод з використанням прямого способу розрахунку цільового прибутку (виходячи з потреби в грошових ресурсах). При цьому розрахунок цільової суми прибутку, як відзначає І. Бланк, необхідно здійснювати в розрізі кожного елементу цієї потреби [1, с. 451]. Провідна роль у процесі планування цільової суми прибутку, на його думку, повинна відводитися визначенню потреби в капіталізованій її частині, яка розраховується в розрізі наступних основних елементів [1, с. 451]: приріст основних фондів; приріст нематеріальних активів; приріст власних оборотних коштів; відрахування до резервного фонду.

До основних елементів, у розрізі яких планується сума частини цільового прибутку, що споживається, відносяться: виплати доходів власникам підприємства; бюджет участі найнятих робітників в прибутку; витрати на реалізацію внутрішньої і зовнішньої соціальної програми [1, с. 460].

Література

1. Бланк И.А. Управление прибылью. / Бланк И.А. – К.: «Ника-Центр», 1998. – 544 с.