

АНАЛІТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ РІШЕНЬ ЩОДО УПРАВЛІННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ДОХОДІВ І ПРИБУТКУ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В статті розглянуто проблемні питання та можливості застосування методів економічного аналізу під час вирішення питань щодо управління та оптимізації доходів і прибутку підприємств готельного господарства з метою досягнення достовірності та якості інформації, яка надається користувачам звітності.

In the article problems questions and possibilities of application of methods of economic analysis are considered during the decision of questions in relation to the management and optimization of profits and income of enterprises of hotel economy with the purpose of achievement of authenticity and quality of information which accounting users get.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У ринкових умовах готельне підприємство і його структурні підрозділи здійснюють свою виробничо-експлуатаційну діяльність на основі самоокуповування витрат на виробництво і реалізацію продукції і послуг. Для забезпечення стійкого розвитку і подальшого відтворення в процесі експлуатаційної діяльності готельне підприємство повинне одержати прибуток, який виступає критерієм ефективності підприємницької діяльності.

Аналіз публікацій та досліджень останніх років. Проблема формування прибутку З.А.Балченко, А.П. Дурович, Г.А. Яковлев [1, с. 133-155; 2, с. 183-200; 3, с. 134-140] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Викладене вище, дає змогу зауважити, що остаються не вирішеними питання аналітичного обґрунтування рішень, щодо управління та оптимізації доходів і прибутку готельних господарств.

Постановка завдання. Мета статті полягає у тому, щоб проаналізувати зміни в системі вимог щодо управління та оптимізації доходів та прибутку готельних господарств, їх впливу на розширення можливостей використання методів економічного аналізу під час аналізу фінансової звітності з метою підвищення його ефективності, досягнення достовірності та якості інформації, яка надається користувачам звітності.

Виклад основного матеріалу дослідження базується на окремих напрямках і вимогах аналітичного обґрунтування щодо ефективного управління та оптимізації доходів та прибутку на підприємствах готельного господарства, так як прибуток надає стимулюючу дію на зміцнення госпрозрахунку, дозволяє задовольняти економічні інтереси держави, підприємства, працівників і власників. Об'єктом економічних інтересів держави є та частина прибутку, яку підприємство сплачує у вигляді податку на прибуток, а суспільство використовує для розвитку економіки країни. Економічні інтереси підприємства задовольняються за рахунок чистого прибутку. За рахунок цього прибутку підприємство вирішує виробничі і соціальні задачі свого розвитку. Економічні інтереси працівників пов'язані з матеріальним стимулюванням і

соціальними виплатами, джерелом яких є чистий прибуток підприємства. Власники також зацікавлені в збільшенні прибутку підприємства, оскільки збільшуються їх дивіденди і капітал [3, 134].

Прибуток в готельному господарстві визначається як різниця між виручкою (доходом) від реалізації продукції і послуг (за вирахуванням непрямих податків) і витратами на виробництво і реалізацію, що включаються в собівартість продукції і послуг готелю.

Тому, основним показником господарської діяльності готельних господарств є доход (виручка) від реалізації послуг. На державному рівні він характеризує ступінь задоволення потреб населення в культурних благах. Крім того, обсяг виручки від продажу послуг впливає на стан грошового обігу в державі, так як більша частина туристичних послуг надається за готівку.

Поряд з показником грошової виручки (доходу) в готельних господарствах використовують кількісний показник – кількість людино-днів. Застосування цього показника дозволяє визначити ступінь задоволення конкретних культурних потреб, а також оцінити якість роботи готельного підприємства [1, 40].

Поточна інформація про фактичний доход (виручку) від надання готельних послуг відображається в реєстрах бухгалтерського обліку та в фінансовій звітності (форма № 2 “Звіт про фінансові результати”). Більш конкретна інформація про обсяг наданих послуг міститься в спеціальній статистичній формі № 1-готель “Звіт про роботу готелю”. Вона складається із чотирьох розділів і додатку.

В першому розділі надається характеристика підприємства (площа, місткість, кількість номерів на кінець року”.

В другому розділі вказуються структурні підрозділи сфери сервісу (ресторан, кафе, бар, пральні і т.д).

В третьому розділі освітлюється діяльність готельного підприємства (скільки обслуговано приїжджих, час їх перебування).

В четвертому розділі наводяться основні фінансові показники (доходи, експлуатаційні витрати, кількість працюючих).

В додатку показується технічне оснащення номерів.

Інформація, що вказується у названих звітах, використовується керівництвом готельних господарств та фахівцями для аналізу ефективності діяльності готельного підприємства.

Так як, одержання прибутку у готельних підприємствах забезпечується виручкою (доходом) від реалізації послуг, тому основою стратегії розвитку готельного підприємства є оптимізація доходу від реалізації послуг. Без підвищення прибутковості готельних підприємств не може бути вирішена проблема організації і розвитку туризму в Україні, виведення його на світовий рівень, який забезпечує величезні прибутки підприємцям і доходи державі [2, 156]. Стратегія оптимізації доходу передбачає розробку заходів для його збільшення.

Доход вважається оптимальним, якщо його вистачає для сплати податків, покриття витрат і утворення фонду саморозвитку підприємства. Така оптимізація вимагає обґрунтування ефективної структури джерел формування і напрямів використання доходу з виділенням тієї частки прибутку, яка необхідна для реінвестування.

І тому серед проблем управління прибутком готельного господарства найгостріше встає питання розробки стратегії формування доходу.

Стратегія формування доходу – це логічно побудована програма перспективних заходів, спираючись на яку підприємець зможе досягти поставлених цілей. Така стратегія передбачає розробку правил і прийомів, за допомогою яких досягається основна мета підприємництва – отримання прибутку.

Прибуток у діяльності готельних господарств забезпечується насамперед за рахунок доходу від реалізації послуг. У такій ролі доход сам стає стратегічною метою суб'єкта підприємництва і потребує обґрунтування.

В умовах низької рентабельності та збитковості готельних господарств гостро стоїть проблема збільшення доходів. Вирішення цієї проблеми вимагає розробки стратегії розвитку підприємств на основі вибору ефективних джерел формування доходу й обґрунтування раціональних напрямів його використання. Особливе місце в такій стратегії посідає прогнозування оптимального рівня й обсягу доходу. Бажання одержати більший доход веде до розширення і розмаїтості готельної діяльності. Крім основних послуг: розміщення і харчування; з'являються: додаткові послуги: послуги підприємств сервісу, торгівлі, транспорту й ін., а також специфічні послуги: екскурсії, медичне обслуговування, розваги, ділові зустрічі та ін [4, 274]. Тому кінцевою метою прогнозування є визначення ефективних джерел одержання і доцільних напрямів розподілу доходів підприємства. При цьому стратегія доходу охоплює програму дій підприємців, спрямовану на пошуки стійких та ефективних джерел його формування і розробки раціональної системи використання. Проводиться періодичний аналіз співвідношення слабких і сильних сторін підприємства: сильні сторони підкреслюють, слабкі намагаються усунути.

Механізм розробки стратегії доходу підприємства неможливий без повної, точної, систематизованої інформації про практику його формування, розподілу та використання. Таку інформацію дає моніторинг.

Моніторинг доходу підприємств готельного господарства – це механізм постійного спостереження, аналізу та підготовки даних для прогнозування можливостей розвитку підприємства на власній доходній основі.

Система моніторингу охоплює такі три етапи (Рис. 1).

З наведеної схеми видно, що спостереження виступає вихідним моментом, аналіз – центральним етапом, а підготовка даних для оцінювання перспектив розвитку – завершальним етапом процесу моніторингу діяльності готельного підприємства взагалі і доходу зокрема.

Результати аналізу доходу є інформаційною базою для коригування діючої або вибору нової стратегії формування та використання доходу. Без усебічного аналізу неможливо обґрунтування стратегії і тактики формування та розподілу доходу готельного підприємства.

При розробці стратегії необхідно пам'ятати: ринкові відносини визначають самостійність стратегічних розробок підприємств, але не анархію. Самостійність знаходиться під регулюючим впливом держави.

Загалом під стратегією доходу суб'єктів готельної діяльності слід розуміти систему довгострокових цільових завдань, спрямованих на одержання такого обсягу доходів, якого вистачить для сплати податків і обов'язкових зборів, відшкодування витрат і одержання прибутку для забезпечення саморозвитку підприємства та винагороди праці й капіталу.

Стратегія в такому розумінні передбачає форму розімкнутого кола, в якому завершальний етап – використання доходу – потребує виходу на новий, вищий, рівень його формування. Стратегія повинна базуватися на розвитку готельної діяльності по

спіралі. Спіралеподобна стратегія здатна вивести підприємство на вищий рівень прибутковості і забезпечити поступальні темпи розвитку.



Рис. 1. Етапи моніторингу доходу готельного підприємства

Центром розробки стратегії формування та розподілу доходу готельного господарства виступає вироблення політики оптимізації всіх джерел утворення і напрямків використання доходу.

Вихідним моментом оптимізації доходів є оцінка витратомісткості послуг готельного господарства. За умов збитковості діяльності готельних господарств першою проблемою оптимізації доходу стає ліквідація збитковості і перехід до стабілізації фінансів і міцності.

Серед інших завдань оптимізації доходів готельних підприємств виділяються такі:

- розрахунок потреби в доході для досягнення стратегічних цілей підприємницької діяльності;
- раціоналізація структури джерел утворення доходу на основі пріоритетності й ефективності різних видів діяльності;
- розробка ефективної системи розподілу й використання доходу;
- визначення величини доходу, необхідної для одержання цільового прибутку від реалізації послуг;
- обґрунтування обсягів реалізації послуг, що забезпечать одержання цільового доходу і досягнення стратегічного рівня запасу фінансової міцності;

- максимізація інших джерел доходу готельного підприємства.

Перераховані завдання можуть змінюватися залежно від стратегічних цілей, обсягів і видів діяльності підприємства, економічної ситуації в країні та інших внутрішніх та зовнішніх факторів.

Після визначення оптимізаційних завдань повинні розроблятися і впроваджуватися в практику найбільш ефективні способи їхнього вирішення, тобто оптимізаційні моделі. Політика впровадження таких моделей передбачає концентрацію зусиль на мобілізацію потенційних можливостей збільшення доходу і раціонального його використання. Правильність та ефективність оптимізаційних моделей перевіряються практикою, в результаті чого політика може коригуватися.

Оскільки основним джерелом доходу підприємств готельного господарства є реалізація послуг, то з виручки від реалізації слід починати оптимізацію доходу, але обов'язково у взаємозв'язку з витратами на послуги, які надаються.

Одним із методів оптимізації доходу від основної діяльності в готельному господарстві є орієнтація на цільовий прибуток, тобто оптимізація доходу на основі заздалегідь установленної суми цільового прибутку. Початком оптимізації доходу на основі цільового прибутку є визначення порога рентабельності (беззбитковості) підприємства на базовий період. Особлива увага в такій моделі повинна приділятися оптимізації запасу фінансової стійкості, яка забезпечується сумою доходу від реалізації послуг понад суму реалізації так званої точки беззбитковості. Розроблена стратегія збільшення доходу на основі оптимізації прибутку буде орієнтиром для розвитку підприємства.

Здійснення стратегії доходу в готельному господарстві являє собою розтягнутий у часі процес реалізації базової економічної стратегії розвитку підприємства. При цьому враховуються сильні сторони існуючих видів і форм готельного господарства і сильні сторони самого підприємства, які можуть відігравати вирішальну роль при виборі стратегії нарощування доходів. Важливо також вишукати можливості розширення діяльності в нових для турпідприємства умовах, які мають резерви для росту доходу. Вибір стратегії росту повинен спиратися на стратегію концентрованого або інтегрованого росту.

Для ухвалення остаточного рішення і затвердження розробленої стратегії формування й розподілу доходу необхідно оцінювати її дієздатність, щоб заздалегідь виключити нездійсненні варіанти. При оцінюванні дієздатності стратегії необхідно установити, наскільки вона спроможна забезпечити виконання базової стратегії і чи вписується вона в ринкову ситуацію, чи враховує комерційний ризик і способи його мінімізації.

Досягнення стратегічних цілей ефективного нарощування доходу не можливе без підвищення ролі економічного аналізу. Це пояснюється тим, що при формуванні доходів у ринкових умовах готельним підприємствам необхідно знати насамперед обсяг своїх витрат; постійно володіти інформацією про ціни конкурентів; вивчати, за якою ціною туристи готові купувати послуги; знати реальну платоспроможність потенційних покупців послуг; порівнювати ціни на нові види турпродукту з цінами традиційних послуг і т.д.

Крім того, слід мати на увазі, що обсяг прибутку багато в чому залежить і від звітної політики підприємства. Закон про бухгалтерський облік та інші нормативні документи надають право суб'єктам господарювання самостійно обирати деякі методи обліку, що здатні істотно вплинути на формування фінансового результату діяльності готельного підприємства [6, с. 273 - 309].

Таким чином, облікова політика, формована адміністрацією, відкриває великий простір для вибору методологічних прийомів, здатних радикально змінювати всю картину фінансових результатів, а також фінансового стану підприємства. Тому необхідно встановити відповідність прийнятої облікової політики підприємства чинним нормативним положенням з ведення бухгалтерського обліку і визначити вплив змін в обліковій політиці на суму оподаткованого і чистого прибутку.

Усе це потребує аналітичного підходу до обґрунтування обсягу і структури реалізації туристичного продукту та послуг.

Висновки даного дослідження і перспективи подальших розробок. Механізм розробки стратегії доходу підприємства неможливий без повної, точної, систематизованої інформації про практику його формування, розподілу та використання. Таку інформацію дає моніторинг на основі аналізу джерел формування та напрямів використання доходу та прибутку підприємств готельного господарства – це механізм постійного спостереження, аналізу та підготовки даних для прогнозування можливостей розвитку підприємств на власній доходній основі.

Результати аналізу доходу та прибутку є інформаційною базою для коригування діючої або вибору нової стратегії формування та використання доходу та прибутку. Без усебічного аналізу неможливо обґрунтування стратегії і тактики управління та оптимізації доходу і прибутку готельних підприємств.

Література

1. Балченко З.А. Бухгалтерський облік в туризмі і готелях України: Навч. посіб. – К.: КУТЕП, 2006. – 232 с.
2. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
3. Яковлев Г.А. Экономика гостиничного хозяйства. Учеб. пособ. – М.: Издательство РДЛ, 2006. – 224 с.
4. Вісник соціально-економічних досліджень. Вип.10 / Одес.держ.екон.ун-т; Редкол.: д.е.н., проф. Зверяков М.І., к.е.н., доц. Ковальов А.І., проф. Валувєв Б.І. та ін. – Одеса: АТЗТ ІРЕНТТ, 2001. – 422 с.
5. Мних Є.В. Економічний аналіз: Підручник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 412 с.
6. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. – К.: Знання, 2004. – 654 с.
7. Економічний аналіз: Навч. посіб. / М.А. Болюх, В.З. Бурчевський, М.І. Горбаток та ін.; За ред. акад. НАНУ, проф. М.Г. Чумаченка. – Вид. 2-ге, пререроб. І доп. – К.: КНЕУ, 2003. – 556 с.