



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
филиал в г.Туапсе

Кафедра «Экономики и управления»

## БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

На тему «Экономический анализ как фактор повышения эффективности функционирования предприятия курортной сферы (на примере ООО «Колизей»)»

Исполнитель Назарова Татьяна Андреевна

Руководитель к.э.н., доцент Шутов Василий Васильевич

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

доктор экономических наук, профессор

Темиров Д.С.

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2017 г.

Туапсе  
2017

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение .....</b>	<b>3</b>
<b>Глава 1 Теоретические и методические основы комплексного экономического анализа предприятия .....</b>	<b>6</b>
1.1 Понятие и виды экономического анализа .....	6
1.2 Методика комплексного экономического анализа.....	12
1.3 Особенности экономического анализа на предприятиях курортной сферы .....	17
<b>Глава 2 Анализ и оценка финансово-хозяйственной деятельности ООО «Колизей» .....</b>	<b>24</b>
2.1 Организационно-экономическая характеристика исследуемого объекта .....	24
2.2 Комплексный экономический анализ деятельности ООО «Колизей» ..	40
2.3 Оценка действующей системы бухгалтерского учета предприятия .....	67
<b>Глава 3 Разработка направлений повышения эффективности деятельности ООО «Колизей» .....</b>	<b>73</b>
<b>Заключение .....</b>	<b>80</b>
<b>Список использованной литературы .....</b>	<b>82</b>

## Введение

Важной составляющей туристической деятельности является гостиничное хозяйство. Развитие отечественного и международного туризма в значительной мере связано с уровнем материально-технической базы, разветвленности и разнообразию сети, качеством обслуживания в гостиничном хозяйстве. Именно гостиничные предприятия выполняют одну из основных функций в сфере обслуживания туристов: обеспечивают их современным жильем и бытовыми услугами. Отсюда вытекает важность этапа изучения содержания понятия «гостиничное хозяйство». Глубина теоретического понимания этого вопроса способствует эффективной организации деятельности, развития материально-технической базы, правильному укомплектованию штатов, полному удовлетворению потребностей туристов. Наряду с понятием «гостиница» широко применяется международное понятие «отель» (от французского слова «хотел»). Сначала под «гостиничным хозяйством» понималась такая хозяйственная деятельность, которая производила и предоставляла платные услуги по размещению. Впоследствии, с ростом требований туристов и стремлением гостиниц расширить комплексность обслуживания, услуги размещения начали дополняться расходами, связанными с питанием и продажей напитков. Это дает основания и сегодня рассматривать гостиничное хозяйство в двух направлениях деятельности, а именно в широком и узком его соображениях. В первом случае гостиничное хозяйство включает две основные группы услуг - размещение и питание, а во втором - только размещение.

Последние десять лет в России рассматривается стремительное развитие гостиничной индустрии. В крупных городах растет число маленьких частных отелей, хостелов, реконструируются старые большие гостиницы. Но далеко не всегда количественный рост сопровождается повышением качества обслуживания и уровня сервиса. Гостиничная индустрия – это динамично развивающаяся отрасль сферы обслуживания, приносящая многомиллионные прибыли и выступает, как один из главных факторов социально-культурного

развития, благодаря которым повышается качество и уровень жизни людей.

В условиях глобализации и интенсификации международных связей, туристских и миграционных потоков развивающаяся гостиничная индустрия превращается в катализатор ускоренного развития социальной экономики, формируя новые критерии эффективности гостиничных организаций.

**Актуальность** выбранной темы бакалаврской работы заключается в том, что в настоящее время в условиях сферы услуг особую роль приобретает анализ обоснованности целей деятельности организации, а также критериев эффективности, что переводит рассматриваемую проблему на более высокий уровень теоретического рассмотрения.

**Объект исследования** ООО «Колизей» гостиница «Колизей».

**Предмет исследования** – эффективность функционирования предприятия.

**Цель бакалаврской работы** – разработка направлений повышения эффективности деятельности гостиницы «Колизей» на основе проведения комплексного экономического анализа.

Достижению поставленной цели бакалаврской работы способствует решение следующих **задач**:

1. Изучить теоретические и методические основы комплексного экономического анализа предприятия.
2. Дать организационно-экономическую характеристику объекта исследования.
3. Провести комплексный экономический анализ деятельности ООО «Колизей».
4. Провести оценку действующей системы бухгалтерского учета предприятия.
5. Разработать план мероприятий по повышению экономической эффективности деятельности гостиницы «Колизей».

**Структура бакалаврской работы** сформулирована с учетом указанной цели и поставленных задач исследования. Во введении обосновывается

актуальность выбранной темы дипломного исследования, раскрываются цель и задачи, определяется объект и предмет исследования. В первой главе изучены теоретические и методические основы комплексного экономического анализа. Глава 2 представляет собой анализ и оценку финансово-хозяйственной деятельности ООО «Колизей». В Главе 3 разработаны направления повышения эффективности деятельности предприятия, а также произведен расчет экономической эффективности предлагаемых мероприятий. В заключении представлены основные выводы, сделанные в процессе написания бакалаврской работы.

**Теоретической и методической основой данного исследования** послужила различная научная литература в области финансово-экономического анализа, экономики предприятия, бухгалтерского учета, экономической теории, менеджмента, маркетинга.

**Информационной базой** для написания бакалаврской работы послужили годовые отчеты о результатах финансово-экономической деятельности ООО «Колизей» за период 2015-2016 гг.

**Общий объем работы** составляет 83 страниц, включая введение, заключение и список использованной литературы. В целях увеличения информационной составляющей исследования в бакалаврской работе использованы 4 рисунка и 15 таблиц.

# **Глава 1 Теоретические и методические основы комплексного экономического анализа предприятия**

## **1.1 Понятие и виды экономического анализа**

Практика аналитического отношения к своим хозяйственно-финансовым результатам и к итогам деятельности своих конкурентов-смежников у производителей и предпринимателей всего мира существует с момента зарождения общественных экономических отношений. Определение сравнительных результатов деятельности, стремление снизить свой предпринимательский риск, желание выявить причины ослабления производства, снижения дохода побуждали распорядителей и владельцев доходных дел строго следить за накоплением деловой информации, за правильностью сопоставляемых хозяйственно-финансовых отчетов, за соблюдением интересов своего хозяйства, что в целом создавало базу для периодического анализа полученных данных. Подходы к проведению анализа этих результатов, его концепции, методы проведения изменялись, совершенствовались с течением времени в соответствии с изменением многих рыночных факторов, которые определялись сформировавшимися на тот период производственными отношениями и уровнем производительных сил.

Слово «анализ» (греч. analysis - разложение) в самом общем смысле означает процесс мысленного или фактического разложения целого на составные части, что играет важную роль в познавательном процессе и осуществляется на всех его ступенях. Процедурой, обратной анализу, является синтез (греч. synthesis - соединение). Что касается отдельного вида анализа - экономического анализа, то он представляет собой совокупность специальных экономических, математических и других знаний, определяющих экономические процессы. Исследованию экономического анализа в нашей стране и за рубежом уделялось и уделяется большое внимание. Как известно, экономический анализ на уровне фирмы, предприятия имеет много направлений, их может быть до десяти и более. Они основываются на теории

познания, важнейших принципах диалектики экономической теории (политэкономии). Эти направления экономического анализа охватывают всю хозяйственно-финансовую деятельность фирмы, предприятия, бизнеса. Экономический анализ классифицируется по функциональному назначению, которое созвучно с функциями экономического управления. Управленческое воздействие результатов экономического анализа сопряжено с интересами фирмы, предприятия. Следовательно, экономический анализ как метод исследования, который функционально связан с процессом управленческого воздействия, имеет тесную связь с защитой, отстаиванием интересов фирмы, которые формируются на основе мотивационной значимости результатов производственной, коммерческой деятельности фирмы. Эти результаты должны располагаться в мотивационном поле интересов руководства фирмы и тем более ее владельцев (собственников). Для уточнения версии о мотивационной значимости экономического анализа предлагаем несколько подробнее рассмотреть его мотивационное поле, систему его задач, целей и интересов, основываясь на системно-информационном подходе к функционированию иерархических структур управления[2, с. 73].

Экономический анализ «питается» экономической информацией, поступающей для его реализации из различных по уровням иерархии источников. На этом этапе экономического анализа выполняется исследование информационной структуры рассматриваемой экономической системы. При этом в экономической системе следует выделить уровень иерархии управления, отдельные центры управления и связывающие их информационные потоки различного мотивационного содержания. Вся экономическая система представляется в виде, условно говоря, направленного мотивационного графа, вершинами которого служат центры управления, а ребрами - потоки экономической информации. Направление ребер соответствует направлению экономических информационных потоков по прямой и обратной связи, и, следовательно, в общем случае следует рассматривать два мотивационных графа.

Продолжение экономического анализа сводится к выявлению целей функционирования экономической системы и определению иерархии (уровней) этих целей, задач, интересов. Функционирование экономической системы (например, предприятия) характеризуется причинно-следственными связями, имея множество экономических параметров.

Качество функционирования экономической системы зависит от выполнения некоторой совокупности критериев, параметров, а закладываемые цели, задачи, интересы - это фактическое отображение каких-либо существенных параметров и критериев на такие пространства (мотивационные, экономические, социальные и др.), которые удобны для наблюдения за функционированием экономической системы и осуществления управленческого воздействия. Следовательно, задачи, интересы, мотивы прямо или косвенно связаны с возможностью измерения текущего функционирования экономической системы и сопоставления этих измерений с определенными значениями параметров, показателей, принятых за базовые[22, с. 83].

Уровни целей, задач, интересов (иерархия целей) могут строиться как снизу вверх, путем обобщения интересов (массовая доля интересов с большим значением может поглотить интересы составляющих систем), - индуктивный способ, так и сверху вниз, путем конкретизации, детализации общих интересов, целей, задач, - дедуктивный подход. В ходе экономического анализа функционирования предприятия, фирмы целесообразно пользоваться комбинированным способом: дедуктивным путем построения структуры дерева целей, интересов, а индуктивным пользоваться для уточнения связей между целями, задачами, интересами.

Основной целью рассматриваемой экономической системы (фирмы, предприятия), как вариант мотивации, можно принять прибыль или эффективность предприятия. Показатели прибыли, эффективности могут определяться с учетом того, в каком «режиме» в данное время работает экономическая система (т. е. в какой зоне финансовой устойчивости она находится). Такими показателями могут быть, например, характеристики



финансового состояния фирмы, показатели ликвидности и др. Строго говоря, каждый «режим» должен удовлетворять нескольким показателям, мотивационная значимость которых неодинакова и каждый из которых входит в общий критерий со своим определенным «весом». Но в каждом режиме основным показателем будет какой-то один, который в сравнении с его допустимыми значениями будет сигнализировать о нарушении интересов фирмы в условиях данного мотивационного поля. Фирма как экономическая система может по разным внешним и внутренним причинам переходить из одного «режима» (состояния) в другой, при этом удельные веса показателей могут меняться и показатель с малой характеристикой может стать основным, сигнализирующим в новом режиме. Можно предположить, что если величины, характеризующие эффективность экономической системы в отдельных режимах (состояниях), выразить в некоторых относительных единицах, то функционирование этой системы в целом на довольно длительном отрезке времени (Т) можно определить эффективностью системы во всех отдельных режимах с учетом их относительного времени существования. Для того чтобы сформировать мотивацию, определить цели, формализовать их и оценить эффективность экономической системы в каких-то единицах, необходимо определить мотивационное пространство, определить граничные условия, в которых будут сооружаться, строиться интересы, цели, измеряемые в натуральных различных или стоимостных единицах [18, с. 118].

Целью комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности является повышение эффективности работы предприятия на основе системного изучения всех видов деятельности и обобщения их результатов.

Объектом исследования выступают результаты хозяйственной деятельности предприятия.

Предметом комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности являются хозяйственные процессы предприятий, объединений, ассоциаций, складывающиеся под воздействием объективных и субъективных,

внешних и внутренних факторов производственной системы. Эти процессы могут характеризоваться определенными результатами: объемом производства, его эффективностью, издержками, финансовым состоянием. Объективные внешние и внутренние факторы, воздействующие на хозяйственную деятельность предприятия, связаны с действиями экономических законов. К ним можно отнести спрос и предложение, цены, тарифы и ставки. На промышленных предприятиях изменяются показатели валовой, товарной, реализованной и чистой продукции, показатели себестоимости и доходов.

Задачи комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности меняются в зависимости от его вида.

Первый вид анализа - оценка хозяйственной деятельности предприятия - включает следующие основные задачи:

- повышение научно-экономической обоснованности бизнес-планов и нормативов;
- объективное и всестороннее исследование выполнения бизнес-планов и соблюдения нормативов;
- определение экономической эффективности использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов;
- выявление и измерение внутренних резервов на всех этапах производственного процесса;
- оценку управленческих решений.

Второй вид анализа - оценка финансового состояния предприятия - включает в себя следующие задачи:

- контроль осуществления требований коммерческого расчета;
- оценку оперативного и стратегического планирования финансовой деятельности;
- диагностику финансового состояния (равновесие, задолженности, автономия);
- финансовый анализ деятельности, рентабельности, риска;
- финансовую оценку предприятия.

Третий вид анализа - это анализ нововведений и их инвестирования.

Задачами данного анализа являются:

- анализ финансовых потоков инвестирования;
- кратковременное финансовое прогнозирование;
- анализ финансовых проблем в области инвестирования;
- планирование и осуществление нововведений.

К принципам (основным чертам) анализа и диагностики финансово-хозяйственной деятельности предприятия относятся:

- достоверное отражение реального состояния;
- научная обоснованность;
- отражение определенной цели;
- взаимосвязь с другими видами анализа;
- системность;
- комплексность;
- вариантность;
- согласованность отдельных элементов;
- отражение отраслевой и территориальной специфики [11, с. 68-69].

Главными приемами (способами) анализа и диагностики финансово-хозяйственной деятельности предприятия, наиболее часто применяемыми на практике, являются:

1) анализ производственной структуры экономической системы; производственных процессов, включая анализ системы разделения и кооперации труда работников по выполнению производственных процессов и всей хозяйственной деятельности;

2) анализ структуры управляющей системы, процессов управления (положений об отделах и службах, функционально-должностных инструкций, схем документооборота, рабочих инструкций, схем распределения ответственности, организационных операций и процедур, технологии процессов управления данным звеном производства в целом и отдельных

технологических циклов управления, рабочих мест в аппарате управления, трудовых процессов);

3) комплексный анализ управления производством с применением различных технических средств для сбора, переработки, хранения и передачи информации, необходимой для оперативного принятия решений, учета и контроля за ходом производства [8, с. 92-93].

## **1.2 Методика комплексного экономического анализа**

Принципы метода экономического анализа: сравнение, детализация, элиминирование, использование объективных основ взаимосвязи экономических показателей.

Методологическую основу экономического анализа предприятия представляет моделирование характера взаимосвязи результативного показателя с показателями-факторами.

Метод экономического анализа представляет собой системное, комплексное изучение, измерение и обобщение влияния факторов на результаты деятельности предприятия путем обработки специальными и традиционными приемами системы показателей с целью повышения эффективности производства.

Характерными особенностями метода являются: определение системы показателей, характеризующих хозяйственную деятельность; установление соподчиненности показателей с выделением совокупных результативных факторов и факторов, на них влияющих; выявление формы взаимосвязи между факторами; выбор приемов и способов для изучения взаимосвязи; количественное измерение влияния факторов на совокупный показатель.

Совокупность приемов и способов, которые применяются при изучении хозяйственных процессов, составляет методику экономического анализа.

Методика экономического анализа базируется на пересечении трех областей знаний: экономики, статистики и математики.

К экономическим методам анализа относят: сравнение, группировку, балансовый и графический методы [25, с. 119].

Статистические методы включают в себя использование средних и относительных величин, индексный метод, корреляционный и регрессивный анализ и др.

Математические методы можно разделить на три группы: методы моделирования (матричные методы, теория производственных функций, теория межотраслевого баланса); методы математического программирования (линейное, нелинейное, динамическое программирование); методы исследования операций (теория графов, теория игр, теория массового обслуживания).

Методы экономического анализа находят свое практическое отображение в конкретных приемах или инструментах. Среди них можно выделить традиционные приемы, которые широко применяются и в других дисциплинах для обработки и изучения информации, и нетрадиционные (специальные) приемы экономического анализа.

К традиционным приемам относятся [5, с. 126]:

- сравнение (сопоставление изучаемых данных и фактов хозяйственной жизни);
- относительные (проценты, удельные веса, коэффициенты, индексы) и средние статистические величины;
- способ группировки (используется для исследования зависимости в сложных явлениях, характеристика которых отражается однородными показателями и разными значениями);
- балансовый метод (соизмерение двух комплексов показателей, стремящихся к определенному равновесию);
- графический способ (построение масштабных изображений показателей и их зависимости с помощью геометрических фигур).

В специальных приемах экономического анализа раскрывается специфичность метода экономического анализа, отражается его системный,

синтетический характер. Специальные методы экономического анализа используются для изучения влияния факторов на результаты хозяйствования:

- способ цепных подстановок (определение ряда промежуточных значений обобщающего показателя путем последовательной замены базисных значений факторов на отчетные);
- способ абсолютных разниц (изменение результативного признака определяется как произведение отклонения изучаемого фактора на базисное или отчетное значение другого фактора);
- процентных, или относительных, разниц (применяется для измерения влияния факторов на прирост результативного показателя);
- сокращенных подстановок (используются подстановки промежуточных произведений факторов);
- метод выявления изолированного влияния факторов (основан на вычитании результирующего признака при единственном изменяющемся факторе);
- интегральный метод (основан на логарифмическом законе перераспределения факторных нагрузок).

Управленческим анализом занимаются все службы (технические, финансовые, налоговые кредитные и т.д.) с целью предоставления информации, необходимой для планирования, контроля и принятия оптимальных управленческих решений.

Управленческий анализ подразделяется на социологические и аналитические методы[15, с. 164-165].

Социологические методы:

1) Метод опроса - ориентирован на получение информации от непосредственных участников исследуемых процессов или явлений. Этот метод имеет несколько видов: групповое и индивидуальное анкетирование; почтовый, прессовый и телефонный опрос; формализованное, фокусированное и свободное интервьюирование.

2) Метод наблюдения - ориентирован на достаточно протяженный сбор

информации, осуществляемый одновременно с развитием исследуемых явлений (проблем). Виды наблюдения: полевое и лабораторное, систематическое и несистематическое, включенное и невключенное, структурализованное и неструктурализованное.

3) Метод эксперимента - ориентирован на проверку жизнеспособности исследуемого явления (проблемы). Виды экспериментов: полевые, лабораторные, линейные, параллельные и т.д.

4) Метод анализа документов - ориентирован на задействование всей полноты информации, которая может содержаться в документе. Виды: качественный (традиционный) и формализованный (контент-анализ) анализ.

Аналитические методы включают в себя [10, с. 59-61]:

Метод сравнения (сравнение сопоставимых показателей для определения отклонений от плановых показателей, установления их причины и выявления резервов). Основные виды сравнений, применяемые при анализе: отчетные показатели с плановыми показателями; плановые показатели с показателями предшествующего периода; отчетные показатели с показателями предшествующих периодов; показатели работы за каждый день; показатели сравнения со среднеотраслевыми данными; показатели технического уровня и качества продукции данного предприятия с показателями аналогичных предприятий; показатели работы одного подразделения с аналогичными показателями работы других подразделений; показатели сравнения деловых и личных качеств одних работников с аналогичными качествами других (возможно попарное сравнение); показатели сравнения индивидуальных показателей со средними по подразделению; показатели результатов работы до и после введения каких-либо новшеств, нововведений. Сравнение требует обеспечения сопоставимости сравниваемых показателей (единство оценки, сравнимость календарных сроков, устранение влияния различий в объеме и ассортименте, качестве, сезонных особенностей и территориальных различий, географических условий и т.д.).

Индексный метод (разложение по факторам относительных и

абсолютных отклонений обобщающего показателя). Он применяется при изучении сложных явлений, отдельные элементы которых неизмеримы. Как относительные показатели индексы необходимы для оценки выполнения плановых заданий, для определения динамики явлений и процессов.

Балансовый метод (сопоставление взаимосвязанных показателей с целью выяснения и измерения их взаимного влияния, а также подсчета резервов повышения эффективности производства). При применении балансового метода анализа связь между отдельными показателями выражается в форме равенства итогов, полученных в результате различных сопоставлений.

Метод статистики (отражение цифровых показателей, характеризующих протекание различных процессов, состояний объектов с установленной для целей исследования периодичностью). В статистическом исследовании выделяют следующие этапы: регистрация, учет первичных данных с использованием специальных форм; систематизация и группировка данных по определенным признакам; представление данных в удобном для восприятия и анализа виде; проведение анализа по выяснению сути происходящих процессов и взаимосвязей составляющих их элементов.

Метод цепных подстановок (получение скорректированных значений обобщающего показателя путем сравнения значений двух стоящих рядом показателей в цепи подстановок).

Метод элиминирования (выделение действия одного фактора на обобщающие показатели организационной деятельности).

Графический метод (средство иллюстрации процессов, исчисления ряда показателей, оформления результатов анализа). Графическое изображение экономических показателей различают по назначению (диаграммы сравнения, хронологические и контрольно-плановые графики), а также по способу построения (линейные, столбиковые, круговые, объемные, координатные и др.). При правильном построении графические средства обладают наглядностью, выразительностью, доступностью, способствуют анализу явлений, их обобщению и изучению.



Функционально-стоимостной анализ (выбор наиболее оптимальных вариантов, определяющих решения в сложившихся или планируемых условиях) [1, с. 137].

Особенностями управленческого анализа являются: ориентация результатов анализа на свое руководство; использование всех источников информации для анализа; отсутствие регламентации анализа со стороны; комплексность анализа, изучение всех сторон деятельности предприятия; интеграция учета, анализа, планирования и принятия решения; максимальная закрытость результатов анализа в целях сохранения коммерческой тайны.

### **1.3 Особенности экономического анализа на предприятиях курортной сферы**

До настоящего времени система финансовых отношений в туризме еще полностью не изучена, что создает определенные трудности. Однако на основе анализа практической работы фирм, построенной на нормах государственного регулирования, можно определить главные аспекты финансово-экономической деятельности туроператоров и соответственно объекты бухгалтерского учета.

Объектами бухгалтерского учета в турфирмах, как и во всех других видах коммерческих организаций, являются основные средства, материальные запасы, денежные средства, расчеты с покупателями, поставщиками персоналом и бюджетом, капитал и резервы, финансовые результаты. Однако специфическим объектом бухгалтерского учета для турфирм является туристический продукт – тур.

Туроператоры выполняют ведущую роль в международном туризме, так как именно они формируют туристский продукт - бронируют и проплачивают отель, заказывают авиарейс, обеспечивают услуги по предоставлению транспорта, экскурсионные услуги и т.д., а именно то, что обычно входит в тур. Кроме того туроператор определяет цены на сформированный им тур и политику скидок. Кроме формирования туров туроператоры осуществляют их

продвижение на рынке путем участия в специализированных ярмарках, выставках, организации рекламы, издания каталогов, буклетов и т.п.

Способы формирования тура разнообразны. Существуют туроператоры, которые отправляют туристов за рубеж по договоренности с принимающими операторами - зарубежными турфирмами или с поставщиками услуг - отелями. Такой туроператор формирует сложные маршрутные туры, комплектуя их из услуг местных туроператоров в разных местах посещения, обеспечивает проезд и организует предоставление внутримаршрутного транспорта. Другие туроператоры работают на приеме, то есть формируют туры и программу обслуживания в месте приема туристов. При этом используются прямые договоры с поставщиками услуг (гостиницами, развлекательными заведениями и т.п.). Туроператор, являющийся заказчиком чартерного авиарейса (консолидатором), включает в тур перелет, устанавливает цены на билеты, время и аэропорт вылета и прилета.

Надлежащий бухгалтерский учет очень важен для туристской организации и составляет существенную часть деятельности финансовой службы, поэтому далее в работе необходимо рассмотреть цели и задачи бухгалтерского учета в туризме [17, с. 358].

В соответствии с п. 1 ст. 1 Федерального закона от 06.12.2011 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», бухгалтерский учет представляет собой упорядоченную систему сбора, регистрации и обобщения информации в денежном выражении об имуществе, обязательствах организаций и их движении путем сплошного, непрерывного и документального учета всех хозяйственных операций.

Целью бухгалтерского учета в туристских организациях является обеспечение полной, достоверной и своевременной информацией о состоянии имущества и обязательств всех заинтересованных пользователей - внутренних и внешних. Бухгалтерская служба турфирмы должна обеспечить постановку и надлежащее ведение всех видов учета (бухгалтерского, налогового, управленческого и финансового). При этом задачами бухгалтерского учета являются [12, с. 16-17]:

- рациональное формирование учетной политики;
- контроль за движением денежных средств;
- учет дебиторской и кредиторской задолженности, своевременное осуществление платежей;
- подготовка отчетности и статистических данных, отражающих итоги финансово-хозяйственной деятельности турфирмы;
- разработка финансовых показателей и нормативов;
- бюджетирование (формирование операционных бюджетов и отчетов об их исполнении, финансового календаря, бюджета доходов и расходов, отчет об исполнении бюджета, бюджетный контроль);
- работа с кредитными и иными финансовыми структурами (привлечение заемных средств, размещение свободных средств);
- экономический анализ результатов финансовой деятельности; - разработка предложений по стратегическому развитию компании и др.

Для того, чтобы обеспечить выполнение всех вышеперечисленных целей и задач, бухгалтер должен знать и выполнять требования нормативных актов, регулирующих бухгалтерский и налоговый учет в туристской деятельности.

В России в настоящее время система нормативного регулирования бухгалтерского учета состоит из документов четырех уровней. Основные документы, регулирующие бухгалтерский учет в туризме, отражены в табл. 1.1.

**Таблица 1.1**

**Перечень нормативных актов, на основании которых организуется бухгалтерский учет в туризме [20, с. 284]**

Название документа	Дата и № утверждения	Примечание
Налоговый кодекс Российской Федерации, часть вторая	Утвержден 5.08. 2000 г. № 117-ФЗ (с изм. и доп.)	Устанавливает порядок налогообложения турфирм
«О бухгалтерском учете»	Федеральный закон от 06.12.2011 402-ФЗ	Устанавливает все основные требования и допущения бухгалтерского учета
План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций	Приказ МФ РФ от 31.10.2000 г. № 94н	Предусматривает синтетические счета для учета объектов бухгалтерского учета

## Продолжение таблицы 1.1

Методические рекомендации по планированию, учету и калькулированию себестоимости туристского продукта и формированию финансовых результатов у организаций, занимающихся туристской деятельностью		
Порядок ведения кассовых операций в РФ утвержден решением совета директоров ЦБ РФ	22.09.93 г. № 40 П.11	устанавливает основные принципы работы с наличными денежными средствами
Учетная политика и другие внутренние локальные нормативные акты	Разрабатываются и утверждаются на предприятии	Устанавливают способы учета объектов, вариантность которых предусмотрена действующим законодательством

Первый уровень документов составляют законы и законодательные акты (Указы Президента РФ, постановления Правительства РФ), регулирующие прямо или косвенно постановку бухгалтерского учета в организации, а также представление бухгалтерской отчетности. Весьма важным документом системы первого уровня для турфирм является Гражданский кодекс Российской Федерации, в котором раскрыт механизм договорной работы, являющейся основой формирования оправдательной и первичной учетной документации.

Основным нормативным документом в области налогообложения турфирм является Налоговый Кодекс Российской Федерации. Как правило, турфирмы относятся к субъектам малого предпринимательства и имеют право либо применять общеустановленную систему налогообложения, либо применять налогообложения по упрощенной системе, в случае если они соответствуют критериям статьи 346 Налогового кодекса РФ.

Общая система налогообложения турфирм состоит из федеральных, региональных и местных налогов. Федеральные налоги действуют на территории всех регионов России, а региональные - только в тех, где законодательный орган принял специальный закон об их введении. В этом законе устанавливаются ставка, формы отчетности, сроки уплаты. Местные

налоги вводятся в действие актами местных органов власти. Взносы в Пенсионный фонд уплачиваются в составе единого социального налога. Кроме того, все организации и предприниматели уплачивают взносы на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве.

Уплата единого налога в связи с применением упрощенной системы налогообложения регулируется главой 26.2 «Упрощенная система налогообложения» Налогового кодекса РФ. Упрощенная система налогообложения позволяет предприятиям уплачивать один налог вместо четырех (налог на добавленную стоимость, налог на прибыль, единый социальный налог, налог на имущество).

Налогоплательщики вправе самостоятельно выбрать объект налогообложения единым налогом. На основании ст.346.14 Налогового кодекса объектом налогообложения могут быть только доходы или доходы, уменьшенные на величину расходов.

Чтобы перейти на упрощенную систему налогообложения, необходимо соблюсти пять обязательных условий. Доход от реализации за 9 месяцев не должен превышать 11 000 000 руб. Средняя численность работников не должна превышать 100 человек. Стоимость основных средств и нематериальных активов должна быть меньше 100000000 руб. либо равна этой сумме. Доля уставного капитала организации, принадлежащая другим юридическим лицам, должна быть меньше 25 % либо равна этой величине.

Особое место в первой группе документов Федеральный закон «О бухгалтерском учете» и Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности, где закреплен ряд важных принципов и правил бухгалтерского учета, изложены основы его ведения [7, с. 126].

Второй уровень системы нормативного регулирования формируют положения (стандарты) по бухгалтерскому учету, утверждаемые Минфином России, которые фиксируют минимальные требования государства к ведению бухгалтерского учета и составлению бухгалтерской отчетности исходя из потребностей рыночной экономики и мировой практики для всех фирм,

включая туристскую отрасль.

Документы третьего уровня – методические указания, инструкции и рекомендации по ведению бухгалтерского учета, методические указания по инвентаризации имущества и финансовых обязательств, инструкции по заполнению форм бухгалтерской отчетности. Важнейшими документами этого уровня являются План счетов бухгалтерского учета и Инструкция по его применению.

Туристские организации для целей организации учета затрат в бухгалтерском учете могут применять «Методические рекомендации по планированию, учету и калькулированию себестоимости туристского продукта и формированию финансовых результатов у организаций, занимающихся туристской деятельностью», утвержденные приказом Государственного комитета РФ по физической культуре и туризму от 4 декабря 1998 года № 402 с учетом требований, принципов и правил признания в бухгалтерском учете показателей, раскрытия информации в бухгалтерской отчетности в соответствии с принятыми стандартами бухгалтерского учета. Четвертый уровень в системе регулирования занимают рабочие документы организации, формирующие ее учетную политику в методическом, техническом и организационном аспектах.

Рациональное формирование учетной политики имеет огромное значение для предприятия. Прежде всего, турфирме нужно утвердить формы первичных документов, применяемых для оформления хозяйственных операций, по которым не предусмотрены типовые формы (п. 2 ст. 9 Федерального закона от 06.12.2011 402-ФЗ «06.12.2011 402-ФЗ»). Это относится к ваучерам, листам бронирования, анкетам, документам по паспортным, визовым и другим формальностям [23, с. 149].

Турфирме нужно обязательно разработать рабочий план счетов. Это предусмотрено пунктом 3 статьи 6 Федерального закона «О бухгалтерском учете» и пунктом 9 Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации (утверждено приказом

Минфина России от 29 июля 1998 г. N 34н). В законодательстве нет четкого толкования того, что такое турпродукт, поэтому туроператор может учитывать стоимость сформированного тура на счете 20 «Основное производство» или 43 «Готовая продукция». Турагенты, которые приобретают путевки для перепродажи по договорам купли-продажи, могут отражать их стоимость на счете 41 «Товары». Этот счет рекомендовал использовать Минфин России в письме от 29 декабря 1997 г. № 04-03-07.

В учетной политике турфирме также нужно отразить порядок отражения выручки. У турагента выручка отражается:

- в день оказания услуги по продаже турпродукта, который оговорен в договоре (при осуществлении посреднической деятельности);
- в день передачи туристу путевки и полного комплекта документов (при перепродаже турпродукта).

У туроператоров выручка отражается:

- в день передачи туристу путевки и полного комплекта документов (при продаже турпродукта населению или организациям);
- в день получения отчета турагента о продаже турпродукта (при продаже путевок по посредническим договорам).

Если туроператор занимается выездным туризмом, то он должен организовать отдельный учет выручки по услугам, облагаемым и не облагаемым НДС, входящим в туристский продукт. При этом турфирма должна отдельно учитывать не только реализацию услуг, но и расходы по их формированию.

Наряду с документами об учетной политике организации имеется и ряд других документов – внутренние инструкции, необходимые для успешной организации и ведения бухгалтерского учета в системе управления турфирмой и решения задач ее функционирования [14, с. 271-272].

## **Глава 2 Анализ и оценка финансово-хозяйственной деятельности ООО «Колизей»**

### **2.1 Организационно-экономическая характеристика исследуемого объекта**

Общество с ограниченной ответственностью «Колизей» было образовано в 2014 году на базе аквапарка гостиничного комплекса «Колизей».

ООО «Колизей» зарегистрировано по адресу Краснодарский край, г.Сочи, ул.Армавирская, д.18, 354207. Учредитель и директор организации Оганесян АртакСережаевич. Основным видом деятельности компании является деятельность гостиниц с ресторанами. Также ООО «Колизей» работает еще по 39 направлениям. Размер уставного капитала 10 000 руб.

Предприятие принимает активное участие в общественной жизни поселения. Традицией стало проведение дня открытых дверей в аквапарке «АкваЛoo» приуроченного к открытию курортного сезона. Оказывается постоянная спонсорская помощь детскому футбольному клубу «Дагомыс». Оказывается благотворительная помощь детским домам, проводящим летний отдых в нашем регионе в виде бесплатного посещения аквапарка «АкваЛoo».

Отель «Колизей» предлагает своим постояльцам качественный сервис и комфортный отдых в поселке Дагомыс. «Колизей» представляет собой современное пятиэтажное здание с элементами античности. Отель «Колизей» расположен примерно в 5 минутах ходьбы от морского побережья поселка Дагомыс, с его многочисленными кафе, ресторанами и прочими развлекательными местами. Благодаря развитой инфраструктуре, отель «Колизей» является отличным выбором места отдыха, как для взрослых, так и для детей. Дабы избежать неприятных казусов вся территория отеля находится под круглосуточным видео наблюдением.

Номерной фонд отеля «Колизей» представлен 48-ю номерами различной вместимости:

1. Стандарт (24).
2. Стандарт-Плюс (10).



3. 2-х ком.семейные номера Люкс (4).

4. Люкс-Студия (10).

«Стандарт» представляет собой однокомнатный двухместный номер, площадью 20 кв.м. с балконом и без него по выбору гостей отеля, с видом на море или горы.

«Стандарт Плюс» - это однокомнатный, двухместный номер площадью 30 кв.м. с балконом, с видом на море или горы.

«Люкс-студия» двухкомнатный, двухместный номер площадью 36 кв.м. с балконом с видом на горы или море. Номер состоит из двух комнат: спальня с большой двуспальной кроватью и гостиная с комплектом мягкой и кухонной мебели.

«Семейный люкс» двухкомнатные апартаменты, двухместные площадью 43 кв.м. с балконом и без него, вид на открытый бассейн.

Все здание отеля оборудовано единой канальной системой кондиционирования. На первом этаже отеля расположен кафе, площадью 150 м<sup>2</sup>, салон красоты.

Каждый желающий сможет поправить свое здоровье или просто отдохнуть и набраться свежих сил, посетив лечебно-профилактическую сауну «Кедровая здравница». К услугам отдыхающих также работа термотерапевтического массажера-стимулятора, который помимо массажа обладает функциями точечного прогревания и инфракрасного излучения.

К услугам отдыхающих в гостинице за доп. плату предлагается:

- комплексное питание;
- экскурсионные поездки;
- развлекательные мероприятия;
- массажный и косметический кабинеты;
- мини-сауны;
- услуги салона красоты;
- кафе;
- автостоянка.

- отдельный пляж, оборудованный местами для загара, душевыми и туалетами;
- бесплатный WI-FI

Организационная структура гостиницы является отражением полномочий и обязанностей, которые возложены на каждого его работника. Она представлена на рис. 2.1.



**Рис. 2.1. Организационная структура управления гостиницы «Коллизей»<sup>1</sup>**

Каждый день назначается Дежурный менеджер. Им может быть менеджер (заместитель менеджера) любого отдела. В этот день он отвечает за стабильное функционирование всей гостиницы, решает все спорные вопросы, рассматривает жалобы гостей. За ним остается право действовать на свое усмотрение в ситуациях, требующих немедленного реагирования.

В непосредственном подчинении у Генерального директора (1-й уровень) находятся менеджеры / директора отделов (2-й уровень). Менеджерам отделов подчиняются заместители (3-й уровень). На 4-м уровне - старшие смены. На 5-м - рядовые сотрудники.

Права и обязанности руководства определяются, исходя из потребностей удовлетворения желаний клиентов через имеющиеся возможности и ресурсы.

<sup>1</sup>Схема составлена автором

Оперативные решения, обусловленные необходимостью удовлетворения потребностей клиентов, опираются на строго зафиксированную управленческую иерархию. Ответственность за принятие общих управленческих решений лежит на высшем звене управления. Подразделения являются функциональными звеньями, каждое из которых использует свою специфическую технологию, но все вместе они имеют общую цель – удовлетворение потребностей клиентов.

Подразделения могут быть ориентированы на производство продукции, например, кухня или прачечная, предоставление услуг, например, ресторан или служба горничных, либо на информационное обслуживание, например, служба портье, служба бронирования и т.п. Анализ оргструктуры гостиницы начинается с рассмотрения роли высшего управленческого звена. В это звено входят владельцы гостиницы, генеральный директор.

Общие решения стратегического характера принимаются владельцами предприятия и генеральным директором. Стратегической целью предприятия, которая определяется самими владельцами является ориентация на прием и обслуживание в основном бизнес туристов. Гостиница предоставляет питание своим гостям в ресторане, расположенном в гостинице.

Генеральный директор является посредником между владельцами предприятия и управленческим персоналом, с одной стороны, и гостями, с другой. Принципиально эта функция может быть охарактеризована как функция перевода общих постановочных задач, определяемых владельцами, в конкретные управленческие решения. Кроме того на генеральном директоре лежит решение огромного числа задач, например, принятие ориентированных на выбранный сегмент рынка решений, направленных на удовлетворение потребностей клиентов, определение общих направлений политики гостиницы в рамках поставленных целей и задач, в том числе проведение финансовой политики, к которой могут быть отнесены такие вопросы, как определение лимитов расходов на содержание персонала, предельных ассигнований на административные и хозяйственные нужды. К ведению генерального директора

можно отнести принципиальные вопросы закупочной политики, в частности ориентацию на определенных поставщиков. Владельцы предприятия и генеральный директор вправе определить круг поставщиков, деловые отношения с которыми гостиница будет поддерживать в первую очередь.

Высшее руководство вправе также решать, какая система расчетов с клиентами наиболее предпочтительна, какие кредитные карточки будут приниматься в первую очередь и т.п. Часть этих вопросов может быть передана на решение нижестоящим управленческим звеньям, если объем полномочий и обязанностей генерального директора велик и он, в силу объективных причин, не в состоянии все их выполнять.

Далее, если мы будем двигаться вниз по административной лестнице, мы увидим руководителей структурных подразделений, которые обладают полномочиями принятия оперативных решений в рамках своих подразделений.

**Номерной фонд.** Самым ответственным в гостиничном хозяйстве, бесспорно, является подразделение, заведующее номерным фондом. Весь успех гостиницы, даже если доходы ресторана и оказывают на него позитивное действие, полностью зависит от того, насколько прибыльным и успешным является этот сектор. Доходы от продажи размещения составляют от 50% до 70% всех доходов предприятия и дают 70%-80% чистой прибыли.

Служба управления номерным фондом (Roomsdivision) включает в свой состав подразделения и персонал, играющий важную роль в процессе регистрации прибытия и организации размещения клиента в гостинице. К подразделению номерного фонда обычно относят сотрудников службы приема и размещения и подразделений хозяйственного обеспечения и обслуживания гостиницы, а также так называемый обслуживающий персонал в униформе гостиницы: парковщиков автомашин, швейцаров, носильщиков.

**Служба приема и размещения.** Служба приема и размещения (Frontoffice) – одно из главных подразделений гостиницы, находится в вестибюле, на 1 этаже, осуществляющая регистрацию пребывающих гостей, распределение номерного фонда, выписка и расчеты с клиентами, прием

телефонных звонков, соединение с номерами гостей, передача различного рода информации и многое другое. Это место является по существу центром контроля за предоставляемыми услугами и разрешением технических и организационных проблем. Кроме того, в случае возникновения критических ситуаций (пожар, необходимость оказания медицинской помощи клиентам и т.п.) стойка администратора служит местом организации оперативных действий. К другим функциям службы приема и размещения относится прием и распределение почтовых, факсимильных и электронных (e-mail) сообщений, а также кассовое обслуживание клиентов. Кассиры осуществляют обработку и начисление платежей за предоставленные услуги, включая их на счет гостя, который позже проверяется службой ночного аудита (nightaudit), проводящего бухгалтерские операции, в которых суммируются расходы гостей по всем подразделениям (рестораны, бары, и т.п.) отеля. Персонал стойки администратора проверяет также все непогашенные дебиторские задолженности и ежедневно уведомляет об этом руководство отеля.

**Работа службы приема и размещения.** Как было отмечено выше, в обязанности сотрудников службы приема и размещения входит бронирование номеров, регистрация и расселение гостей, координация и контроль предоставляемых услуг, составление отчета о статусе номеров, операции со счетами клиентов, работа с клиентской базой данных и предоставление гостям и посетителям всей необходимой информации о гостинице.

**Цели и стратегия.** Цели и стратегия работы службы приема и размещения напрямую связаны с миссией и основной целью гостиничного предприятия. Например, одной из целей этой службы может быть увеличение числа гостей, размещающихся в гостинице без предварительного бронирования. Эта цель отражает желание гостиницы увеличить процент загрузки. В этом случае стратегия гостиницы будет строиться на повышении эффективности продаж. Для достижения этой стратегической задачи целесообразно применить прием детального описания предлагаемых номеров и услуг отеля. Другая цель гостиницы может состоять в сокращении времени,

требующегося для регистрации гостя. В этом случае задачей службы приема и размещения будет устранение различных отвлекающих факторов. В частности, необходимо убедиться, что сотрудник, осуществляющий регистрацию гостей (портье), не отвлекается на телефонные звонки и др. Несмотря на простоту этого метода, он приносит ощутимые результаты. Проще говоря, цели службы приема и размещения должны соотноситься с целями гостиницы в целом, а стратегия должна способствовать их достижению.

**Рабочие смены.** В зависимости от потребностей службы и наличия сотрудников составляется график сменной работы. Традиционно смены подразделяются на:

- дневную – 09.00 – 21.00
- ночную – 21.00 – 09.00

Регистрация гостей – основная функция службы приема. Здесь происходит процесс оформления аренды номеров, сопровождающийся регистрационными записями. Эти записи содержат информацию о госте, включая его или ее домашний адрес (для граждан РФ и СНГ), дату въезда и предполагаемую дату выезда, способ оплаты (наличный (СА), по кредитной карте (С/С) или по безналичному расчету (ДВ)).

Персонал секции кассовых операций работает в первую очередь с файлами гостя – документами, где фиксируются все начисления на счет клиента за текущий визит. Кассовые аппараты соединены с центральной компьютерной системой, и начисления за приобретение различного рода услуг автоматически отражаются на счете гостя в компьютере службы приема и размещения. Кассовые аппараты расположены в местах, где гость может совершить покупку. Они помогают экономить огромное количество времени и избежать бумажной работы. Ежедневная расшифровка дебиторских счетов, проводимая ночным аудитором, одновременно является и проверкой операций отделов и полной распечаткой счетов гостей. Эта расшифровка позволяет также проводить расчеты с клиентами, которые хотят выехать рано утром.

Таким образом, качество предоставляемых услуг является критерием для

оценки функционирования всей гостиничной инфраструктуры. Гость остановится в отеле во второй раз или прорекламирует свой положительный опыт кому-то еще только в случае, если его проживание было приятным. Как было отмечено выше, миссия является отражением философии, политики и стратегии развития гостиничного предприятия. Она должна соответствовать интересам нескольких целевых групп предприятия: клиентуры, акционеров, управления и персонала. Другими словами, она отражает ожидания гостя, философию управления и цель работы персонала.

Служба приема и размещения обычно отвечает за информационное обслуживание, координацию и контроль ад всей совокупностью услуг, предоставляемых отелем. Как отмечалось, все функциональные службы гостиницы подразделяются на центры прибыли и вспомогательные. По определению, центры прибыли продают услуги гостям и посетителям, принося прибыль. Вспомогательные центры сами по себе прибыль не приносят, но обеспечивают работу первых. Другим критерием классификации подразделений служит их взаимодействие с гостями: прямое или косвенное. Но даже если персонал не общается напрямую с гостями, например не принимает заказы, не регистрирует гостей при въезде и т.п., тем не менее им оказываются услуги по уборке комнат, ремонту оборудования и исправлению ошибок в счете клиента.

Стандарты гостеприимства – не просто уровень сервиса, это своего рода философия, которая проявляется в отношении к гостю и его запросам, но главное ее содержание концентрируется во внутренней организации работы гостиницы, ее персонала, во взаимоотношении ее служб между собой и постояльцами гостиницы.

Главное, на что нацелены стандарты, - установление оптимальных отношений между различными службами гостиницы, что позволили бы удовлетворить запросы гостей не только с наименьшими затратами времени и средств, но и с наибольшей эффективностью. При этом качество сервиса является производным, с одной стороны, об общей слаженности в работе

гостиницы, с другой – от ответственности и усердия каждого ее работника. Поэтому вежливость сотрудника за стойкой приема гостей, предупредительность швейцара – лишь видимая и небольшая часть того, что включают в себя стандарты гостеприимства.

**Отдел кадров.** Персонал отдела занимается тем, что пытается правильно организовать работу всего персонала гостиницы, рационально распределить имеющийся персонал, нанимает новый персонал, выполняет функции профсоюза, пытается разрешить все конфликтные ситуации, предотвратить их появление.

**Отдел продаж.** Занимается планированием загрузки. Заключение договоров с компаниями. Организация групповых бронирований.

**Отдел спортивной активности.** Отвечает за организацию развлекательной программы для гостей (спортивные мероприятия), а также за развитие прилегающей к гостинице территории.

**Финансовый отдел.** Система взаиморасчетов с клиентами, осуществляющих оплату услуг по безналичному расчету. Финансовые операции внутри гостиницы. Финансовое планирование.

**Хозяйственный отдел.** Обслуживание номерного фонда (уборка, стирка, глажение), уборка общественной территории, уборка служебных помещений.

**Отдел общественного питания.** Организация питания (регулярное, банкеты) как гостей, так и персонала.

**Инженерный отдел.** Организация бесперебойного функционирования систем электроснабжения, водоснабжения, вентиляции, отопления. Устранение неполадок.

**Отдел информационных технологий.** Организация бесперебойного функционирования информационных систем, оргтехники, системы коммуникаций.

**Отдел закупок.** Закупки, складирование, распределение/расход ресурсов.

Никакой из отделов не функционирует автономно. Действия всех отделов скоординированы. В гостинице существует не только вертикальная связь



внутри отделов, но и очень развита неформальная горизонтальная связь между отделами.

**Бронирование номеров.** Более половины всех клиентов гостиницы перед приездом предварительно бронируют номера. Процедура бронирования может быть осуществлена по телефону, а также через коммерческих представителей гостиницы (турагентов и туроператоров), через центральную систему бронирования гостиницы «Колизей», почтой, телексом, факсом, электронной почтой и другими коммуникационными средствами. Отдел бронирования ответственен за получение и обработку запросов на будущие услуги проживания. Цель: максимизировать загрузку номерного фонда и соответственно доход гостиницы.

Современные компьютерные технологии позволяют автоматически дать служащему, осуществляющему бронирование, информацию о клиенте, его вкусах и предпочтениях, если бы он обратился повторно. Компьютеры позволяют также обеспечивать служащих этого подразделения многообразной иллюстративной и технической информацией относительно запрашиваемого номера. С помощью компьютеров персонал службы бронирования превратился в специалистов по продажам. Служащие, осуществляющие процедуры бронирования, должны не просто обработать заявки на размещение, а передать клиенту характеристики гостиничного номера и рассказать о преимуществах пребывания именно в этом отеле, чтобы у него возникло желание воспользоваться услугами данной гостиницы. Сегодня нет особой необходимости лишней раз обращаться в службу администратора за информацией о доступных номерах. Подобный перенос функций от службы администратора к службе бронирования весьма важен, поскольку позволяет управленцам прогнозировать не только загрузку, но и доход. Резервируя номер, персонал службы бронирования должен подтверждать его стоимость. Это требование исходит из реальной деловой практики, поскольку большинство гостей, запрашивая бронь, не подтверждает заказ, не зная его стоимости. Служащие отеля, принимая заказ от клиента, должны укрепить решение

клиента остановиться в этой гостинице и поблагодарить его или ее за обращение.

Существенным моментом для персонала службы бронирования является совместная работа с подразделением маркетинга и продаж, когда имеется большой объем группового бронирования. Сегодня многие гостиничные компании передают функции бронирования из службы приема и размещения в службу маркетинга и продаж. В любом случае, представители отдела маркетинга и продаж должны владеть информацией об имеющемся объеме номеров для реализации в любой день, когда возникает потенциальный спрос на них. В связи с этим персонал службы бронирования на ежедневной основе должен поддерживать данные о заказанных и доступных номерах для исключения повторного бронирования (overbooking). Повторное бронирование создает негативное впечатление о гостинице и напрямую влияет на успешность бизнеса в будущем. Более того, сегодня многие государства подписали соглашение о борьбе с повторным бронированием.

**Загрузка гостиницы.** Загрузка гостиницы за сезон 2016 года показана в табл. 2.1.

Г – гарантированное бронирование

Н – негарантированное бронирование

**Таблица 2.1**

**Загрузки гостиницы с учетом гарантии бронирования за июль, август, сентябрь 2016 года, %<sup>2</sup>**

Дата	Процент загрузки					
	июль		август		сентябрь	
	Г	Н	Г	Н	Г	Н
1	96	0	100	0	98	0
2	92	0	64	0	0	16
3	97	0	30	0	0	26
4	74	0	25	0	99	11
5	29	0	25	0	99	0
6	66	0	26	50	80	39
7	26	0	12	50	1	91
8	64	0	22	0	1	92
9	52	0	11	0	0	71

<sup>2</sup>Таблица составлена автором

**Продолжение таблицы 2.1**

10	82	0	4	0	0	28
11	86	0	8	0	0	20
12	90	0	2	0	0	17
13	67	0	98	0	0	77
14	75	0	97	0	4	36
15	100	0	97	0	94	18
16	92	0	32	40	3	0
17	100	0	4	12	17	61
18	53	0	3	14	11	57
81	81	0	93	14	0	50
20	74	0	92	0	0	50
21	35	0	2	0	95	0
22	96	0	21	0	1	100
23	68	0	21	0	25	72
24	53	0	51	0	0	40
25	96	0	33	0	41	42
26	96	0	90	0	0	93
27	99	0	50	0	0	93
28	18	0	14	0	1	9
29	98	0	14	0	1	91
30	75	0	98	0	6	84
31	99	0			7	93
Сумма	2329	0	1239	180	684	1478
Макс. Возм.	4774		4620		4774	
% Г	48,79		26,82		14,33	
% Г+Н	48,79		30,71		45,29	

В деловой практике процедура резервирования имеет множество нюансов и форм, среди которых можно выделить две основных.

**Гарантированное бронирование.** Гарантированное бронирование услуг размещения предполагает ответственность гостиницы за сохранение свободного номера для гостя до определенного времени после предполагаемой даты его прибытия. Это может быть время начала рабочего дня (т.е. время завершения работы ночного аудитора) или любое другое время по усмотрению гостиницы. Гость в свою очередь берет на себя обязательства оплаты зарезервированного номера даже в случае его неиспользования, если не была осуществлена процедура отмены брони.

Таким образом, гарантированное бронирование представляет собой одну из разновидностей бронирования, при котором клиенту гарантируется предоставление номера на дату бронирования плюс одни сутки до времени

выписки на следующий день. Клиент в свою очередь гарантирует оплату зарезервированного номера на случай своего опоздания или невозможности приезда, если отмена бронирования не была произведена с соблюдением необходимых формальностей. Обычно гарантированное бронирование обеспечивается после предоплаты услуг размещения, осуществляемой одним из нижеприведенных способов.

**Предварительная оплата услуг.** Гарантированное бронирование с предварительной оплатой предполагает расчет клиента с отелем в полном объеме до времени его прибытия. По понятным причинам для службы управления номерным фондом этот вид бронирования является наиболее удобным.

**Оплата услуг кредитной картой.** В настоящее время в отелях широко распространена практика гарантированного бронирования номеров с помощью кредитной карты клиента. Использование кредитной карты позволяет отелю страховать свой производственный процесс от не прибывших и не снявших бронь клиентов посредством блокирования на банковском счету гостя определенного депозита, обычно в размере оплаты за одну ночь пребывания плюс налоги.

**Авансовый депозит.** Гарантированное бронирование с использованием авансового платежа предполагает внесение клиентом определенного размера денежных средств перед своим прибытием. Обычно сумма аванса составляет стоимость одних суток проживания плюс налоги и может быть увеличена пропорционально увеличению срока пребывания клиента. Если гость не прибыл в установленное время и не отменил бронирование, отель вправе оставить этот аванс у себя и отменить бронирование. Изменение размера авансового платежа может быть также связано с желанием гостя уехать ранее запланированного времени.

**Гарантия туристских агентств.** Гарантированное бронирование с использованием поручительства туристских агентств в настоящее время не имеет широкого распространения, поскольку и гостиницы, и сами туристские

агентства для защиты своих финансовых интересов предпочитают гарантии, обеспечиваемые кредитными картами или авансовыми платежами. В данном случае гарантом бронирования выступает туристское агентство и в случае срыва заказа берет на себя ответственность за покрытие расходов, перекладывая на себя бремя дальнейшего их взыскания с клиента.

**Туристский ваучер.** Другим видом гарантии турагентств перед гостиничным предприятием является туристский ваучер. Этот документ свидетельствует о предварительной оплате клиентом услуг размещения турагентству. Туристский ваучер в свою очередь является гарантией турагентства перед гостиницей за оплату предоставленных ею услуг после его возврата последнему. Обычно сумма, посылаемая турагентством гостинице, уменьшается на заранее согласованный процент.

**Негарантированное бронирование.** В случае негарантированного бронирования гостиница берет на себя ответственность за сохранение номера за гостем до заявленного часа отмены резервирования. Этот тип бронирования не гарантирует, что гостиница сможет получить оплату за не прибывшего клиента. Если гость не прибыл до согласованного срока, то гостиница имеет право выставить этот номер на продажу. В случае прибытия гостя после заявленного часа отмены бронирования гостиница может предоставить ему услуги размещения, если в наличии имеются свободные номера.

Таким образом, негарантированное бронирование представляет собой форму договорных отношений, при которых гостиница оставляет за клиентом номер до часа отмены бронирования на день заезда. В случае неприбытия гостя гарантия оплаты услуг весьма проблематична.

Обычно гостиница, имеющая высокий уровень заполняемости, при достижении определенного количества ожидаемых прибытий принимает только гарантированное бронирование. В случае максимальной загрузки от эффективности и точности процедуры бронирования зависит рыночная репутация отеля. Основной стратегией гостиницы в данном случае является максимизация дохода за счет сокращения неявившихся клиентов.

Одновременно с этим важно учитывать особенности местного законодательства по вопросам ответственности отелей за услуги бронирования. В некоторых странах документ, подтверждающий гарантию, является формой договорных отношений, предусматривающих обоюдную ответственность сторон. В случае непредоставления зарезервированного номера на гостиницу могут быть наложены штрафные санкции.

Таким образом, создается более точная картина наличия свободных номеров. Это позволяет избежать простоя комнат, своего рода способ борьбы с «неявками», так называемые «NoShow».

**Сегментация доходов гостиницы от продажиномеров.** На рис. 2.2 показана дифференциация клиентов гостиницы.

Сегмент «Служба приема и размещения» означает то, что заявка на бронирование была принята сотрудником этой службы.

«Контракты» заключаются между Отделом продаж и другими организациями (крупными корпорациями, туристическими компаниями)

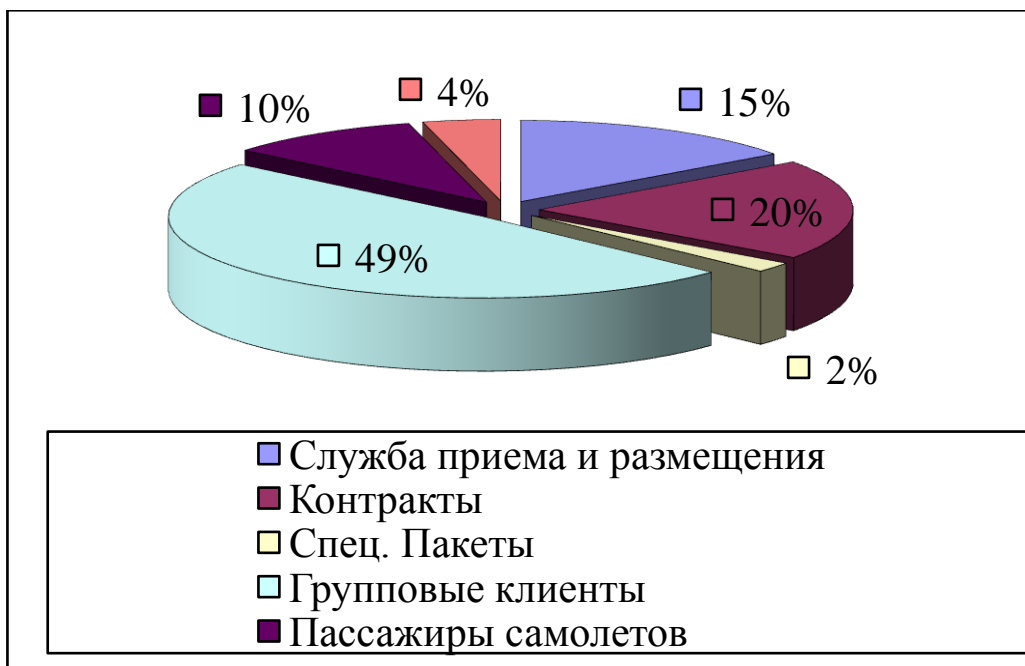
«Спец. Пакеты» - это различные специальные предложения, связанные с определенными событиями, такими как, Новый год, 8 марта, 23 февраля, свадьба.

Заявки на групповое бронирование поступают из Отдела продаж в Отдел бронирования.

Гостиница заключает контракты с авиакомпаниями и принимает пассажиров (при наличии гарантийного письма и ваучера для каждого) в случае задержки и отмены рейса.

Несмотря на небольшую стоимость номера при длительном проживании, администрация гостиницы старается увеличить этот сегмент для повышения процента загрузки гостиницы.

**Социально – демографическая характеристика персонала гостиницы.** В гостинице на постоянной основе работают 15 человек, с которыми заключены бессрочные договора. В период курортного сезона численность персонала увеличивается до 50 чел.



**Рис. 2.2. Сегментация доходов гостиницы от продажи номеров 2016 году<sup>3</sup>**

Структура персонала в сезон:

А) По полу:

- мужчины –41%
- женщины –59%

Б) По образованию:

- с высшим образованием - 36%;
- с неоконченным высшим образованием - 47%;
- без высшего образования - 17%.

В) по возрасту

- 21-25 лет – 47%
- 26-30 лет – 14.10%
- 31-40 лет – 15%
- 41-50 лет – 15.20%
- 51-60 лет – 3.60%

Большинство обслуживающего персонала - женщины. Но в таких отделах как, например, Служба безопасности, Инженерный отдел, Отдел

<sup>3</sup>Схема составлена автором

информационных технологий, весь состав - мужчины.

Гостиница придерживается политики привлечения молодых специалистов. Необходимые требования при этом - опыт работы и знание иностранного языка. Хотя многие сотрудники имеют (или скоро будут иметь) высшее образование, это образование не всегда по профилю, и иногда не имеет никакого отношения к деятельности гостиницы.

## **2.2 Комплексный экономический анализ деятельности ООО «Колизей»**

**Анализ показателей финансовой устойчивости.** Финансовая устойчивость является интегральным, обобщающим показателем, отражающим состояние и результаты деятельности организации.

Финансовая устойчивость – это состояние счетов предприятия, гарантирующие его постоянную платежеспособность. В результате осуществления какой-либо хозяйственной операции финансовое состояние предприятия может остаться неизменным, либо ухудшится. Отток хозяйственных операций, совершаемых ежедневно, являются как бы «возмутителем» определенного состояния финансовой устойчивости, причиной перехода из одного типа устойчивости в другой. Значение предельных границ изменения источников средств для покрытия вложений капитала в основные фонды и производственные запасы позволяет генерировать такие потоки хозяйственных операций, которые ведут к улучшению финансового состояния предприятия к повышению его устойчивости.

При оценке финансовой устойчивости необходимо определить состояние счетов организации, которое гарантирует его платежеспособность.

Разграничение факторов, влияющих на финансовую устойчивость, позволит установить приоритеты в управлении финансами организации в зависимости от конкретных обстоятельств.

Абсолютными показателями финансовой устойчивости являются показатели, характеризующие степень обеспеченности запасов и затрат



источниками их формирования. Анализ абсолютных показателей заключается в том, что трем показателям наличия источников формирования запасов соответствуют три показателя обеспеченности запасов источниками их формирования. Расчет сводится в таблицу, после чего определяем трехкомпонентный показатель ситуации, который показывает степень финансовой устойчивости предприятия [9, с. 153].

Общая величина запасов (строка 1210 актива баланса) = 3

Для характеристики источников формирования запасов используется несколько показателей, которые отражают различные виды источников:

1. Наличие собственных оборотных средств (СОС). Его увеличение по сравнению с предыдущим периодом свидетельствует о дальнейшем развитии деятельности предприятия. В формализованном виде наличие оборотных средств можно записать (1-3).

$$\text{СОС} = \text{IрП} - \text{IрА} = \text{стр. 1300} - \text{стр. 1100} \quad (1)$$

где, IрП – I раздел пассива баланса (капитал и резервы)

IрА – I раздел актива баланса (внеоборотные активы)

$$\text{СОС}_H = 504 - 833 = -329 \text{ тыс. руб.} \quad (2)$$

$$\text{СОС}_K = 958 - 920 = 38 \text{ тыс.руб.} \quad (3)$$

**Вывод:** получили увеличение собственных оборотных активов за отчетный период, что свидетельствует о стабильности развития деятельности предприятия.

2. Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат (СД) или функционирующий капитал, определяемый путем увеличения предыдущего показателя на сумму долгосрочных обязательств (ДО – III раздел пассива баланса) (4):

$$\text{СД} = \text{СОС} + \text{ДО} = \text{IрП} - \text{IрА} + \text{IIIрП} = \text{стр. 1300} - \text{стр. 1100} + \text{стр. 1400} \quad (4)$$

Организация не нуждается в отчетном периоде в долгосрочных заемных источниках, поэтому  $\text{СД} = \text{СОС} = 38$  тыс. руб.

3. Общая величина основных источников формирования запасов и затрат (ОИ), определяемая путем увеличения предыдущего показателя на сумму краткосрочных кредитов банков (КК) (5):

$$\text{ОИ} = \text{СД} + \text{КК} = \text{стр. 1300} - \text{стр. 1100} + \text{стр. 1400} + \text{стр. 1510} \quad (5)$$

Гостиницы «Колизей» не нуждается в отчетном периоде в краткосрочных заемных источниках, поэтому  $\text{ОИ} = \text{СОС} = 38$  тыс. руб.

Показатель общей величины основных источников формирования запасов и затрат является приближенным, так как часть краткосрочных кредитов выдается под товары отгруженные (то есть они не предназначены для формирования запасов и затрат), а для покрытия запасов и затрат привлекается часть кредиторской задолженности.

Несмотря на эти недостатки, показатель общей величины основных источников формирования запасов и затрат дает существенный ориентир для определения степени финансовой устойчивости.

- а) Соотношение стоимости запасов и величин собственных и заемных источников их формирования – один из важнейших факторов устойчивости финансового состояния предприятия. Степень обеспеченности запасов источниками формирования выступает в качестве причины той или иной степени текущей платежеспособности (или неплатежеспособности) организации.

Для расчета этого показателя сопоставляется общая величина запасов и затрат предприятия и источники средств для их формирования (6-8):

$$\text{ЗЗ} = \text{З} + \text{НДС} = \text{стр. 1210} + \text{стр. 1220} \quad (6)$$

где,  $ЗЗ$  – величина запасов и затрат;

$З$  – запасы (строка 1210);

НДС – налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям (стр. 1220), не облагается НДС – ООО «КОЛИЗЕЙ» находится на упрощенной системе налогообложения.

$$ЗЗ_{Н}=39 \quad (7)$$

$$ЗЗ_{К}=68 \quad (8)$$

б) перманентный капитал: наличие собственных оборотных средств и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат, то есть с учетом долгосрочных кредитов и заемных средств (9) [3, с. 83].

$$ПК=(СС+ДЗС)-ВА-(У)=(\text{стр. 1300}+\text{стр. 1400})-\text{стр.1100} - (\text{стр. 1400}) \quad (9)$$

где, ПК – перманентный капитал;

ДЗС – долгосрочные заемные средства.

$$ПК_{Н}=СОС_{Н} = -320 \text{ тыс. руб.}$$

$$ПК_{К}=СОС_{К} = 38 \text{ тыс. руб.}$$

Каждый из приведенных показателей наличия источников формирования запасов и затрат должен быть уменьшен на величину иммобилизации оборотных средств. Иммобилизация может скрываться как в составе как запасов, так и дебиторов и прочих активов, но определение ее величины при этом возможно лишь в рамках внутреннего анализа на основе учетных данных. Критерием здесь должна служить низкая ликвидность обнаруженных сомнительных сумм.

В названии показателя наличия собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат имеется некоторая условность. Поскольку долгосрочные кредиты и заемные средства используется главным

образом на капитальные вложения и на приобретение основных средств, то фактически показатель наличия отражает скорректированную величину собственных оборотных средств. Поэтому название «наличие собственных и долгосрочных заемных источников» указывает лишь на тот факт, что исходная величина собственных оборотных средств увеличена на сумму долгосрочных кредитов и заемных средств.

Трем показателям наличия источников формирования запасов соответствуют три показателя обеспеченности запасов источниками их формирования [21, с. 311-312]:

- 1) Излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных средств ( $\Phi_{\text{СОС}}$ ) (10-12):

$$\Phi_{\text{СОС}} = \text{СОС} - \text{ЗЗ} \quad (10)$$

$$\Phi_{\text{СОС}}^{\text{Н}} = -329 - 39 = -368 \text{ тыс. руб.} \quad (11)$$

$$\Phi_{\text{СОС}}^{\text{К}} = 38 - 68 = -30 \text{ тыс. руб.} \quad (12)$$

- 2) Излишек (+) или недостаток (-) собственных и долгосрочных источников формирования запасов ( $\Phi_{\text{СД}}$ ) (13-14):

$$\Phi_{\text{СД}} = \text{СД} - \text{ЗЗ} \quad (13)$$

$$\Phi_{\text{СД}} = \Phi_{\text{СОС}} \text{ тыс. руб.} \quad (14)$$

- 3) Излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников формирования запасов ( $\Phi_{\text{ОИ}}$ ) (15):

$$\Phi_{\text{ОИ}} = \Phi_{\text{СОС}} \quad (15)$$

4) Излишек или недостаток перманентного капитала (16):

$$\Phi_{\text{ПК}} = \Phi_{\text{СОС}} \quad (16)$$

С помощью этих показателей определяется трехкомпонентный тип финансовой устойчивости (17).

$$S(\Phi) = \begin{cases} 1, \text{ если } \Phi > 0 \\ 0, \text{ если } \Phi < 0 \end{cases} \quad (17)$$

Для характеристики финансовой ситуации на предприятии существует четыре типа финансовой устойчивости [6, с. 296-297]:

- а) Абсолютная устойчивость финансового состояния имеет место в случае, когда  $S=\{1,1,1\}$ . Такой тип финансовой устойчивости характеризуется тем, что все запасы предприятия покрываются собственными оборотными средствами, т.е. организация не зависит от внешних кредиторов, отсутствием неплатежей и причин их возникновения, отсутствием нарушений внутренней и внешней финансовой дисциплины. Такая ситуация встречается крайне редко. Более того, она вряд ли может рассматриваться как идеальная, поскольку означает, что руководство компании не умеет, не желает, или не имеет возможности использовать внешние источники средств для основной деятельности.
- б) Нормальная устойчивость финансового состояния, гарантирующая платежеспособность организации когда  $S=\{0,1,1\}$ . В этой ситуации предприятие использует для покрытия запасов помимо собственных оборотных средств также и долгосрочные привлеченные средства. Такой тип финансирования запасов является «нормальным» с точки зрения финансового менеджмента. Нормальная финансовая устойчивость является наиболее желательной для предприятия.
- в) Неустойчивое (предкризисное) (показатель типа финансовой

устойчивости имеет следующий вид:  $S=\{0,0,1\}$ ), характеризуемое нарушением платежеспособности, при котором сохраняется возможность восстановления равновесия за счет пополнения источников собственных средств, сокращения дебиторской задолженности, ускорения оборачиваемости запасов.

- г) Кризисное показатель типа финансовой устойчивости имеет следующий вид:  $S=\{0,0,0\}$ ), при котором предприятие находится на грани банкротства, т.к. денежные средства, краткосрочные ценные бумаги и дебиторская задолженность не покрывают даже его кредиторской задолженности и просроченных ссуд.

Для удобства определения типа финансовой устойчивости представим рассчитанные показатели в табл. 2.2.

Определим тип финансовой устойчивости для ООО «Колизей». Для этого используем табл. 2.3.

**Таблица 2.2**

**Сводная таблица показателей по типам финансовой устойчивости<sup>4</sup>**

Показатели	Тип финансовой устойчивости			
	абсолютная устойчивость	нормальная устойчивость	неустойчивое состояние	кризисное состояние
$\pm\Phi_{\text{сос}} = \text{СОС} - 3$	$\Phi_{\text{сос}} \geq 0$	$\Phi_{\text{сос}} < 0$	$\Phi_{\text{сос}} < 0$	$\Phi_{\text{сос}} < 0$
$\pm\Phi_{\text{сд}} = \text{СД} - 3$	$\Phi_{\text{сд}} \geq 0$	$\Phi_{\text{сд}} \geq 0$	$\Phi_{\text{сд}} < 0$	$\Phi_{\text{сд}} < 0$
$\pm\Phi_{\text{ои}} = \text{ОИ} - 3$	$\Phi_{\text{ои}} \geq 0$	$\Phi_{\text{ои}} \geq 0$	$\Phi_{\text{ои}} \geq 0$	$\Phi_{\text{ои}} < 0$

**Таблица 2.3**

**Классификация типов финансового состояния организации<sup>5</sup>**

Показатели	На начало отчетного периода, тыс. руб.	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Изменения за год, тыс. руб.
Общая величина запасов	39	68	29
Капитал и резервы	504	973	469
Внеоборотные активы	833	920	87
Наличие собственных оборотных средств	-329	38	367

<sup>4</sup>Таблица составлена автором

<sup>5</sup>То же

### Продолжение 2.3

Долгосрочные обязательства	0	0	0
Функционирующий капитал (СД)	-329	38	367
Краткосрочные обязательства	0	0	0
Общая величина источников	-329	38	367
$\pm\Phi_{\text{сос}} = \text{СОС} - \text{ЗЗ}$	-368	-30	338
$\pm\Phi_{\text{сд}} = \text{СД} - \text{ЗЗ}$	-368	-30	338
$\pm\Phi_{\text{ои}} = \text{ОИ} - \text{ЗЗ}$	-368	-30	338
$\pm\Phi_{\text{пк}} = \text{ПК} - \text{ЗЗ}$	-368	-30	338
Трехкомпонентный показатель типа финансовой ситуации $S(\Phi) = [S(\pm\Phi_{\text{сос}}), S(\pm\Phi_{\text{сд}}), S(\pm\Phi_{\text{ои}})]$	[<0,<0,<0]	[<0,<0,<0]	

Для оценки финансовой устойчивости ООО «Колизей» был применен анализ абсолютных показателей. В ходе исследования было выявлено, степень финансовой устойчивости предприятия кризисная.

По данным табл.2.3 получено, что организация работает неустойчиво и находится в стадии банкротства, однако мы видим значительный скачок данного показателя за 2016 год. Положительная динамика составила 338 тыс. руб., т.о. предприятие практически решило вопрос выхода из кризисного состояния. Проверим запас финансовой устойчивости.

Расчет запаса устойчивости финансового состояния организации (в днях) за анализируемый период осуществляется следующим образом (18-19):

$$t = \Delta Z * T / P \quad (18)$$

где,  $t$  – запас устойчивости, дней;

$T$  – период, за который проводится расчет, дней;

$P$  – выручка за период  $T$ ;

$\Delta Z$  - излишек/недостача собственных и заемных средств на приобретение оборотных материальных активов.

$$t = 338 * \frac{360}{14975} = 8,13 \quad (19)$$

**Расчет коэффициентов финансовой устойчивости.** Финансовую устойчивость любого предприятия можно с легкостью определить посредством расчета соответствующего показателя – коэффициента финансовой устойчивости. Эта величина характеризует динамику и состояние финансовых ресурсов организации относительно того, насколько бюджет фирмы способен покрыть затраты на процесс производства и прочие цели.

**Коэффициент финансовой устойчивости** представлен в следующих вариациях [4, с. 210]:

- коэффициент финансовой зависимости;
- коэффициент финансовой независимости;
- коэффициент обеспеченности собственными средствами;
- коэффициент маневренности собственного капитала;
- коэффициент структуры долгосрочных вложений;
- коэффициент концентрации заемного капитала;
- коэффициент структуры заемного капитала;
- коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств;
- коэффициент соотношения собственных и заемных средств.

Значение коэффициента финансовой устойчивости иллюстрирует, насколько конкретный бизнес зависит от заемных денежных средств, может ли он свободно располагать своим капиталом, исключая риск выплаты пени за неуплату или больших процентов. Можно сказать, что расчет коэффициента финансовой устойчивости помогает правильно спланировать работу на предприятии и избежать рисков, связанных с незапланированной выплатой денежных средств.

**1. Коэффициент независимости (автономии).** Общий коэффициент автономии(или как его ещё называют – коэффициент независимости) – это относительная величина, определяет уровень общей независимости предприятия в финансовой сфере, а также показывает удельный вес



собственных средств предприятия во всей сумме. Формула расчёта общего коэффициента автономии выглядит так (20-22):

$$K_A = \frac{K_{иР} + РПР}{ВБ} \quad (20)$$

где,  $K_{иР}$  – капитал и резервы;

$РПР$  – резервы предстоящих расходов;

$ВБ$  – валюта бухгалтерского баланса.

$$K_{Ан} = \frac{504+0}{1579} = 0,32 \quad (21)$$

$$K_{Ак} = \frac{973+0}{1783} = 0,55 \quad (22)$$

**2. Коэффициент финансовой зависимости.** Коэффициент финансовой зависимости – величина, определяющая относительную долю заёмных средств капитала в общей валюте бухгалтерского баланса. Этот показатель является обратным коэффициенту финансовой устойчивости и рассчитывается по формуле (22-24):

$$K_{ФЗ} = \frac{ФО + РПР}{ВБ} \quad (22)$$

где,  $ФО$  – финансовые обязательств

$$K_{ФЗн} = \frac{1074+0}{1579} = 0,68 \quad (23)$$

$$K_{ФЗк} = \frac{810+0}{1579} = 0,45 \quad (24)$$

Критическое значение коэффициента финансовой зависимости – 2.

**3. Коэффициент манёвренности собственного капитала.** Коэффициент манёвренности собственных средств предприятия – определяет, какая доля собственных средств предприятия используется для финансирования деятельности в краткосрочном периоде, т.е. какая часть собственного капитала вложена в оборотные активы, а какая – капитализирована. Расчёт производится по такой формуле (25-27):

$$K_M = \frac{\text{ФО} + \text{РПП}}{\text{ЗиЗ}} \quad (25)$$

где, ЗиЗ – запасы и затраты

$$K_{Mн} = \frac{-329}{504} = -0,65 \quad (26)$$

$$K_{Mк} = \frac{38}{973} = 0,04 \quad (27)$$

**4. Коэффициент покрытия долгов собственными средствами.** Коэффициент покрытия долгов собственными средствами (также называется коэффициентом финансирования) – величина, определяющая долю собственных средств, выделяемых на покрытие должностных обязательств. Расчёт производится по формуле (28-30):

$$K_{ПД} = \frac{\text{КиР} + \text{РПП}}{\text{ФО} - \text{РПП}} \quad (28)$$

$$K_{ПДн} = \frac{504}{1074} = 0,47 \quad (29)$$

$$K_{ПДк} = \frac{973}{810} = 1,2 \quad (30)$$

**5. Коэффициент финансовой устойчивости организации.**

Коэффициент финансовой устойчивости – определяет степень эффективности использования капитала, вложенного в активы предприятия. Расчёт производится по формуле (31-33):

$$K_{\text{ФУ}} = \frac{\text{СК} + \text{ДФО}}{\text{ВБ}} \quad (31)$$

где, ДФО – долгосрочные финансовые обязательства;

СК – собственный капитал.

$$K_{\text{ФУн}} = \frac{1103}{1579} = 0,7 \quad (32)$$

$$K_{\text{ФУк}} = \frac{1256}{1783} = 0,7 \quad (33)$$

**6. Коэффициент текущей ликвидности.** Коэффициент общей ликвидности (в зарубежных источниках данный коэффициент называется коэффициентом текущей ликвидности) показывает, в какой степени имеющиеся оборотные активы достаточны для удовлетворения текущих обязательств. Логика, стоящая за расчетом данного коэффициента, заключается в том, что оборотные активы должны быть полностью переведены в денежные средства в течение одного года, а текущие обязательства также необходимо оплатить в течение года (34-36) [24, с. 150]:

$$K_{\text{ТЛ}} = \frac{\text{Л1} + \text{Л2} + \text{Л3}}{\text{П1} + \text{П2}} = \frac{\text{А}_{\text{об}} + \text{КиР}}{\text{П}_{\text{кр}}} \quad (34)$$

где, Л1 – наиболее ликвидные активы;

Л2 – быстро реализуемые активы;

Л3 – медленно реализуемые активы;

П1 – наиболее срочные обязательства;

П2 – краткосрочные пассивы;

$A_{об}$  – оборотные активы (стр. 290 (ф1))

$\Pi_{кр}$  – краткосрочная задолженность (стр.590+стр.510+стр.550)

$$K_{ТЛн} = \frac{1249}{1074} = 1,16 \quad (35)$$

$$K_{ТЛк} = \frac{1836}{810} = 2,27 \quad (36)$$

**7. Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными средствами (37-39):**

$$K_{ОБ.ССР} = \frac{СК+ВОА}{ОБ} \quad (37)$$

где, ВОА – внеоборотные активы.

$$K_{ОБ.ССРн} = \frac{-329}{745} = -0,44 \quad (38)$$

$$K_{ОБ.ССРк} = \frac{53}{863} = 0,11 \quad (39)$$

**8. Коэффициент структуры долгосрочных вложений.** Коэффициент показывает долю, которую составляют долгосрочные обязательства в объеме внеоборотных активов предприятия.

Коэффициент структуры долгосрочных вложений рассчитывается по следующей формуле (40-42):

$$K_{ДВ} = \frac{ДП}{ВОА} \quad (40)$$

где, ДП – долгосрочные пассивы.

$$K_{ДВн} = \frac{1074}{833} = 1,29 \quad (41)$$

$$K_{ДВк} = \frac{810}{920} = 0,88 \quad (42)$$

Сведем рассчитанные коэффициенты за 2016 год в единую таблицу, рассчитав и добавив к ним значения коэффициентов финансовой устойчивости за 2014 и 2015 год.

**Таблица 2.4**

**Динамика коэффициентов финансовой устойчивости ООО «Колизей»<sup>6</sup>**

Показатели	Стандарты значений	Уровень показателя					
		2014		2015		2016	
		Начало года	Конец года	Начало года	Конец года	Начало года	Конец года
Коэффициент независимости (автономии)	0,5-0,8	0,30	0,27	0,27	0,32	0,32	0,55
Коэффициент финансовой зависимости	-	0,54	0,75	0,75	0,68	0,68	0,45
Коэффициент маневренности собственного капитала	>0.5	0,21	0,19	0,19	0,24	0,24	0,50
Коэффициент финансирования	0,6-1,0	0,31	0,25	0,25	0,47	0,47	1,20
Коэффициент финансовой устойчивости	0,5-0,7	0,51	0,42	0,42	0,70	0,70	0,92
Коэффициент текущей ликвидности	2,0-2,5	0,6	0,58	0,58	1,16	1,16	2,27
Коэффициент обеспеченности долгосрочных обязательств собственными оборотными средствами.	-	1,29	0,83	0,83	1,29	1,29	0,88
Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными средствами.	≥0,1	-1,41	-4,11	-4,11	-0,44	-0,44	0,11

Финансовая устойчивость за три года повысилась, за счет накопления денежных средств на счетах, при этом показатель обеспеченности запасов и затрат собственными средствами находился в отрицательной зоне – только на конец года он приблизился к минимальному стандарту. Коэффициент

<sup>6</sup>Таблица составлена автором

ликвидности тоже к концу 2016 года преодолел порог стоимостной оценки гостиницы – это связано с большими стоимостными показателями основных средств.

**Оценка эффективного использования экономических ресурсов номерного фонда гостиницы «Колизей».** Результаты финансовой деятельности отеля определяется:

- Рентабельностью операционной деятельности конкретных подразделений, вовлеченных в процесс оказания конечной услуги;
- Эффективностью контроля администрации за общеэксплуатационными и административными расходами.

Однако очевидно, что решение подобных задач невозможно без наличия достоверной и точной информации о текущей деятельности отеля, а если рассматривать вопрос в более широком контексте – без эффективной системы управления финансами отеля.

Задачи, которые должна решать эффективно работающая система управления финансами гостиничного предприятия, можно условно разделить на следующие пять категорий:

- Учет доходов и затрат;
- Планирование деятельности и контроль за исполнением плана;
- Подготовка информации для принятия обоснованных управленческих решений;
- Расчет и управление налоговыми обязательствами;
- Подготовка обязательной отчетности для внешних пользователей (собственников, кредиторов, государственных органов) и, в частности, ведение обязательной налоговой, статистической и финансовой отчетности в соответствии с действующим законодательством.

Информацию о текущей деятельности отеля несут в себе многочисленные показатели его хозяйственной деятельности (коэффициенты) [19, с. 174-175].

#### **1. Коэффициент загрузки номеров (уровень заполняемости)(43-45):**

$$K_3 = \frac{\text{Количество фактически занятых номеров}}{\text{Валовые показатели (общее количество) номеров}} \times 100\% \quad (43)$$

$$K_{31} = \frac{19}{27} \times 100\% = 70,4\% \quad (44)$$

$$K_{32} = \frac{17}{27} \times 100\% = 63,0\% \quad (45)$$

Этот показатель характеризует, какой объем мощности отеля используется каждый день.

Таким образом, мы получили коэффициент загрузки номеров равный 70% в отчетном периоде, это хороший показатель для малого отеля класса 3\*, следовательно, отель приносит прибыль, что повышает рентабельность и 63% в предыдущем году. Показана динамика на увеличения, а это значит, что отель работает на прибыль, тем не менее, у отеля есть потенциал для роста. Для этого необходимы дополнительно изучить возможные факторы, влияющие на коэффициент загрузки: цена, маркетинговые факторы, повышения качество услуг и их разнообразие и другие изменение других экономико-финансовые показателей.

**2. Средняя фактическая стоимость номера (средняя дневная цена, AverageDailyRate (ADR)).** *ADR* - рассчитывается ежедневно и усредняется за более длительные периоды времени (46-48):

$$ADR = \frac{\text{Общая дневная выручка}}{\text{Количество проданных номеров}} \quad (46)$$

$$ADR_1 = \frac{41,03}{19} = 2,159 = 2159 \text{ руб.} \quad (47)$$

$$ADR_2 = \frac{35,26}{17} = 2,07 = 2070 \text{ руб.} \quad (48)$$

Мы видим, что произошел рост стоимости номера вследствие

увеличения спроса на гостиничные услуги. Увеличилась заполняемость номерного фонда, значит цена приближена к желаемой цене потребителя. Однако заполняемость номерного фонда увеличена незначительно, а поэтому цена не идеальна. Для поиска необходимой цены устраивавшей потребителя и продавца нужен расчет цены продаваемой услуги или изучение маркетинговых предложений.

**K<sub>3</sub>** и **ADR** используются для планирования доходов отеля от продажи номеров. Это существенные части производственного менеджмента, так как ориентируют владельцев и управляющих максимизировать заполняемость и комнатные ставки.

**3. Выручка на один номер, которую приносит один гость (Revenue per Available Room per Day (RevPAR)). RevPAR** – этот показатель (49-51):

- Дает более ясную картину того, как отель использует помещения;
- Отражает, как работает предприятие по отношению к своим максимальным возможностям получения выручки (общая сумма всех расценок для каждого номера в отеле);
- Отслеживает достижения в управлении номерным фондом;
- Применяется как база для определения и анализа качества работы отеля.

$$RevPAR = \frac{\text{Выручка от продажи номеров}}{\text{Общее количество номеров}} \quad (49)$$

$$RevPAR_k = \frac{14975}{48} = 311,98 = 311970 \text{ руб./год} \quad (50)$$

$$RevPAR_n = \frac{12871}{48} = 268,15 = 268150 \text{ руб./год} \quad (51)$$

Получили что, годовая выручка на один номер в отчетном году увеличилась по сравнению с предыдущим годом.

**4. Доходность номерного фонда (ИЛД – уровень (Yield)).** Показывает



степень, с которой номера продаются со скидкой.

Основная идея YM — менять цены в зависимости от спроса.

Уровень овербукинга рассчитывается на каждый день. В расчетах принимает участие статистика за точно такой же день за прошлый год (52).

$$\text{Yield} = \frac{\text{Реальный доход}}{\text{Потенциальный доход}} \times 100\% \quad (52)$$

где, Потенциальный доход = Общее количество номеров  $\times$  RackRate;

RackRate (полная цена номера) – цена без скидок, установленная на предлагаемый к продаже номер, максимальная сумма, за которую предполагает возможным продать данный номер.

- а) Доход при двухместном размещении, при средней цене (RackRate – стандартный номер) в начале и конце отчетного года (53-54).

Потенциальный доход =  $27 \times 3000 = 81000$  руб.

$$\text{Yield}_H = \frac{64800}{81000} \times 100\% = 80\% \quad (53)$$

Потенциальный доход =  $27 \times 3500 = 94500$  руб.

$$\text{Yield}_K = \frac{70200}{94500} \times 100\% = 72\% \quad (54)$$

- б) Доход при одноместном размещении, при средней цене (RackRate – стандартный номер) в начале и конце года (55-56).

Потенциальный доход =  $27 \times 2500 = 67500$  руб.

$$\text{Yield}_H = \frac{52650}{67500} \times 100\% = 78\% \quad (55)$$

Потенциальный доход =  $27 \times 3100 = 81000$  руб.

$$\text{Yield}_K = \frac{56700}{81000} \times 100\% = 72\% \quad (56)$$

Используя ИЛД – менеджмент видно, что продавать номера компаниям со скидкой для реализации номерного фонда и, следовательно, повышения заполняемости отеля выгодно.

**5. Доходная ставка на одного гостя (Средний доход на одного гостя (СрД)) (57-60).**

$$\text{СрД} = \frac{\text{Доход от продаж номеров}}{\text{Количество гостей}} \quad (57)$$

$$\text{Количество гостей} = \text{КН} \times \text{ВН} \quad (58)$$

где, КН - количество номеров;

ВН - максимально возможную вместимость номера.

$$\text{СрД}_1 = \frac{41030}{23 \cdot 3 + 4 \cdot 2} = 532,86 \text{ руб. на одного гостя} \quad (59)$$

$$\text{СрД}_2 = \frac{35263}{23 \cdot 3 + 4 \cdot 2} = 457,96 \text{ руб. на одного гостя} \quad (60)$$

Из расчета СрД видно, что администрацией гостиницы были внесены коррективы в управлении доходами это привело к увеличению численности посетителей.

**6. Выручка на один отработанный сотрудником час (В) (61).**

$$B = \frac{\text{Выручка от продажи номеров}}{\text{Общее кол-во отработ. часов всеми сотрудниками}} \quad (61)$$

$$B_1 = \frac{1247,92}{672 + 768 + 504 + 39840} = \frac{1247,92}{41784} = 0,03 = 30 \quad (61)$$

Получили, что один сотрудник (включая администрацию, технический

персонал и IT специалистов) дает выручку отелю 30 руб./ч.

**Анализ показателей прибыли и рентабельности предприятия. Расчет маржинального дохода.** Величина маржинального дохода показывает вклад предприятия в покрытие постоянных затрат и получение прибыли (62-64).

$$МД = В - S \quad (62)$$

где, В – выручка;

S – переменные затраты.

$$МД_1 = 14975 - 4492,5 = 10482,5 \text{ тыс. руб.} \quad (63)$$

$$МД_2 = 12871 - 3861,5 = 9009,5 \text{ тыс. руб.} \quad (64)$$

**Вычислим норму маржинального дохода.** Нормой маржинального дохода называется доля величины маржинального дохода в выручке от реализации или (для отдельного изделия) доля средней величины маржинального дохода в цене товара (65-67).

$$НМД = \frac{МД}{В} \quad (65)$$

$$НМД_1 = \frac{10482,5}{14975} = 0,7 \quad (66)$$

$$НМД_2 = \frac{9009,5}{12871} = 0,7 \quad (67)$$

**Расчет себестоимости.** Себестоимость услуги представляет собой стоимостную оценку используемых при ее оказании затрат на сырьё, материалы, топливо, энергию, амортизацию основных средств, трудовые ресурсы и другие затраты, необходимые для оказания услуг. Исходя из этого,

формирование себестоимости услуги представляет собой суммирование затрат организации, связанных с процессом оказания услуги и относящихся к определенному отчетному периоду и объекту калькулирования.

Проведем расчет себестоимости методом «директ-костинг».

В настоящее время «direct-costing» предусматривает включение в себестоимость не только прямых переменных, но и части переменных косвенных затрат. Учет затрат состоит из следующих элементов: учет по видам затрат, учет по местам возникновения затрат и учет по носителям затрат (калькулирование себестоимости единицы изделия).

При системе «директ-костинг» схема построения отчетов о доходах многоступенчатая (табл. 2.5). В них содержатся, по крайней мере, два финансовых показателя: маржинальный доход и прибыль.

Самая точная калькуляция не та, в которую после многочисленных и трудоемких расчетов включаются все затраты предприятия, а та, в которую вносятся издержки, непосредственно обеспечивающие выпуск данной продукции (выполнение работы, оказание услуги). Решить эту задачу можно лишь используя систему «директ-костинг».

**Таблица 2.5**

**Отчет о доходах ООО «Колизей» за 2015-2016 гг.<sup>7</sup>**

№ п/п	Наименование показателей	2016 г.	2015 г.
1	Выручка от реализации продукции (В)	В = 14975	В = 12871
2	Переменные затраты (ПЗ)	ПЗ= 4492,5	ПЗ=3861,3
3	Маржинальный доход (М)	М= 10482,5	М= 9009,5
4	Постоянные расходы (ПР)	ПР= 9718,5	ПР=8991,5
5	Прибыль (П)	П=М-ПР=764	П=318

**Расчет прибыли гостиницы.** В гостиничном хозяйстве прибыль (убыток) от реализации услуг определяется как разница между выручкой от реализации продукции и услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей) и затратами на производство и реализацию, включаемыми в себестоимость продукции и услуг гостиницы.

<sup>7</sup>Таблица составлена автором

В зависимости от порядка определения гостиничная прибыль делится на:

- прибыль от реализации услуг: то есть разность между выручкой от реализации услуги затратами, включаемыми в себестоимость,
- балансовую (бухгалтерскую) прибыль: строится на основе бухгалтерского учета всех хозяйственных операций гостиничного предприятия и включает прибыль от реализации товаров, продукции и услуг и финансовые результаты по прочим операциям,
- налогооблагаемую прибыль: рассчитывается исходя из балансовой прибыли. Прибыль отчетного года уменьшается на величину прибыли, полученной от дивидендов и приравненных к ним доходов, облагаемых налогом на доход, а также на сумму исчисленного налога на стоимость за основные фонды.
- чистую прибыль: представляет собой разность между балансовой прибылью и суммой налоговых платежей, уплачиваемых предприятиями из балансовой прибыли (на недвижимость, прибыль, доход).

Прибыль от реализации услуг (68):

$$ПР = В - Z_{пр} - НДС \quad (68)$$

где, В – выручка;

$Z_{пр}$  - затраты на производство и реализацию продукции (полная себестоимость продукции).

$$ПР_1 = 14975 - 14211 - 0 = 764 \text{ тыс. руб.}$$

$$ПР_2 = 318 \text{ тыс. руб.}$$

Балансовую (бухгалтерскую) прибыль (69):

$$ПБ = ПР + ПП + ПВН \quad (69)$$

где, ПБ – балансовая прибыль (убыток);

ПР – прибыль (или убыток) от реализации продукции (работ, услуг);

ПП – то же от прочей реализации;

ПВН – доходы и расходы по внереализационным операциям.

$$ПБ_1 = 764 + 0 + 0 = 764 \text{ тыс.руб.}$$

$$ПБ_2 = 318 \text{ тыс. руб.}$$

Налогооблагаемая прибыль (70):

$$НП = ПБ - НП^* \quad (70)$$

где, НП – налогооблагаемая прибыль;

НП\* – прибыль с вычетом налога на прибыль;

$$НП_1 = 468 \text{ тыс. руб.}$$

$$НП_2 = 171 \text{ тыс. руб.}$$

Чистая прибыль (71):

$$ЧП = ПБ' - Н' \quad (71)$$

где, ПБ' – облагаемая налогом балансовая прибыль;

Н' – величина налогов с учетом льгот.

$$ЧП_1 = 468 \text{ тыс. руб.}$$

$$ЧП_2 = 171 \text{ тыс. руб.}$$

**Расчет рентабельности.** Показатели прибыли характеризуют абсолютную эффективность хозяйственной деятельности предприятия. Наряду с этой абсолютной оценкой рассчитывают также и относительные показатели эффективности хозяйствования – показатели рентабельности (R).

В зависимости от того, какие показатели используются в расчетах, различают несколько показателей рентабельности. В числителе их стоит обычно одна из трех величин: прибыль от реализации (ПР), балансовая прибыль (ПБ) или чистая прибыль (ЧП). В знаменателе – один из следующих показателей: затраты на производство реализованной продукции, производственные фонды, валовой доход, собственный капитал и др.

а) **Рентабельность продаж.** Рентабельность продаж представляет собой комплексную характеристику удельной прибыльности на один рубль затрат по производству гостиничных услуг (72-73):

$$R_K = \frac{P-S}{B} = \frac{\text{ПДН}}{B} \quad (72)$$

где,  $P$  – отпускная цена гостиницы;

$S$  – себестоимость гостиничных услуг;

ПДН – прибыль до налогообложения.

$$R_K = \frac{764}{14975} * 100\% = 5,1 \quad (73)$$

б) **Рентабельность затрат.** Данный коэффициент показывает уровень прибыли на один рубль затраченных средств и рассчитывается в целом по предприятию, отдельным его подразделениям и видам продукции (74-75).

$$R_{\text{ПР}} = \frac{\text{ПР}_{\text{продаж}}}{C} \quad (74)$$

где,  $\text{ПР}_{\text{продаж}}$  – прибыль от продаж;

$C$  – себестоимость.

$$R_{\text{ПР}} = \frac{764}{14211} * 100\% = 5,3 \quad (75)$$

с) **Рентабельность продукции** – отношение прибыли от реализации продукции к выручке от реализации в целом (РП) (76-77):

$$R_{\text{РП}} = \frac{\text{ПР}}{B} \quad (76)$$

$$R_{\text{ПР}} = \frac{764}{14975} = 0,05 \quad (77)$$

Получили значительное увеличение рентабельности продукции в отчетном году по отношению к предыдущему, это означает, что отрасль является прибыльной при качественном и правильном управлении администрации отеля.

**Анализ показателей оценки деловой активности предприятия.** В качестве показателя оценки деловой активности, отражающего эффективность менеджмента гостиницы, можно использовать показатель фондоотдачи ее активов ( $\Phi O$ ), определяемый отношением (78):

$$\Phi O = \frac{B}{\Phi_{\text{срг}}^{\text{опф}} + \Phi_{\text{срг}}^{\text{обс}}} \quad (78)$$

где,  $B$  – выручка от реализации гостиничных услуг;

$\Phi_{\text{срг}}^{\text{опф}}$  – среднегодовая стоимость основных производственных фондов;

$\Phi_{\text{срг}}^{\text{обс}}$  – среднегодовой остаток оборотных средств.

Основные фонды - это совокупность материально-вещественных ценностей (в стоимостном выражении), служащих в течение длительного периода времени и утрачивающих свою стоимость по частям. Основные фонды как средство труда многократно используются в хозяйственном процессе, не изменяя при этом свою вещественно-натуральную форму. К основным фондам гостиницы относятся здания, сооружения, транспортные средства, вычислительная техника, силовое оборудование, производственный и хозяйственный инвентарь и т.д.

К оборотным производственным фондам гостиницы относятся: материалы, предназначенные для продажи; материалы, используемые для оказания услуг, предназначенных для продажи, материалы, предназначенные для управленческих нужд; а также средства труда со сроком службы менее года



или стоимостью не более 100 минимальных размеров оплаты за единицу, форменная одежда; специальная одежда и обувь, постельные принадлежности независимо от их стоимости и срока службы и т.п. (79-80).

$$\Phi_{\text{срг}}^{\text{опф}} = \frac{C_{\text{Н}}^{\text{OC}} + C_{\text{К}}^{\text{OC}}}{2} \quad (79)$$

$$\Phi_{\text{срг}}^{\text{опф}} = \frac{833 + 920}{2} = 876,5 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Phi_{\text{срг}}^{\text{обс}} = \frac{C_{\text{Н}}^{\text{OBC}} + C_{\text{К}}^{\text{OBC}}}{2} \quad (80)$$

$$\Phi_{\text{срг}}^{\text{обс}} = \frac{745 + 863}{2} = 804 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Phi\text{O} = \frac{14975}{876,5 + 804} = 8,91$$

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств характеризует количество оборотов оборотных средств в течение определенного периода (81).

$$K_{\text{OБ}}^{\text{ср.г}} = \frac{B_{\text{г}}}{C_{\text{г}}^{\text{обс}}} \quad (81)$$

$$K_{\text{OБ}}^{\text{ср.г}} = \frac{14975}{804} = 19$$

На основании полученных данных рассчитаем общую рентабельность отеля (82):

$$P_{\text{общ}} = 100 * \text{Пб}(\Phi_{\text{срг}}^{\text{опф}} + \Phi_{\text{срг}}^{\text{обс}}) \quad (82)$$

$$P_{\text{общ}} = 100 * 764 / (876,5 + 804) = 46\%$$

Количественной мерой эффективности управления ( $K_{\text{зу}}$ ) гостиницей является коэффициент, рассчитываемый по формуле (83):

$$K_{3y} = \frac{P_p}{B} \quad (83)$$

где,  $P_p$  – чистая прибыль.

$$K_{3y} = \frac{468}{14975} = 0,03$$

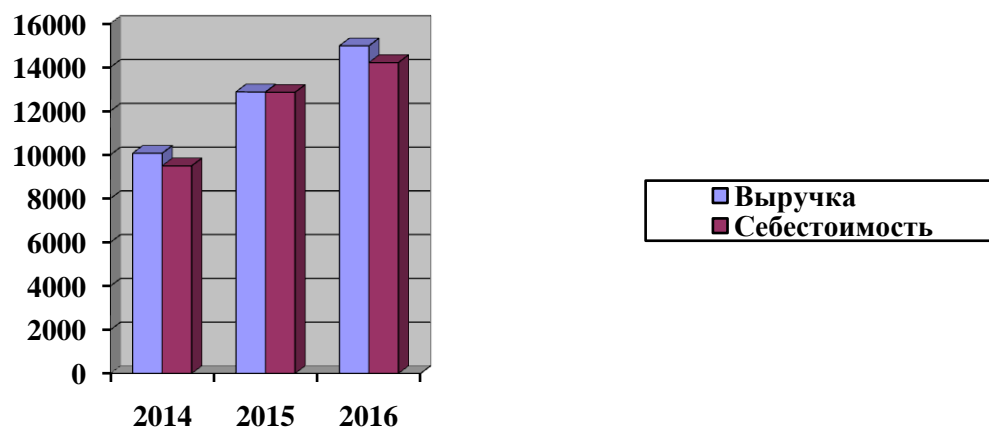
На основании расчетов проследим динамику изменения главных показателей – выручка, чистая прибыль, себестоимость, рентабельность продукции, общая рентабельность, фондоотдача, затраты на производство(%), маржинальный доход, с 2014-2016 гг. Сведем эти данные в одну таблицу, эффективность управления гостиницей (табл. 2.6).

**Таблица 2.6**

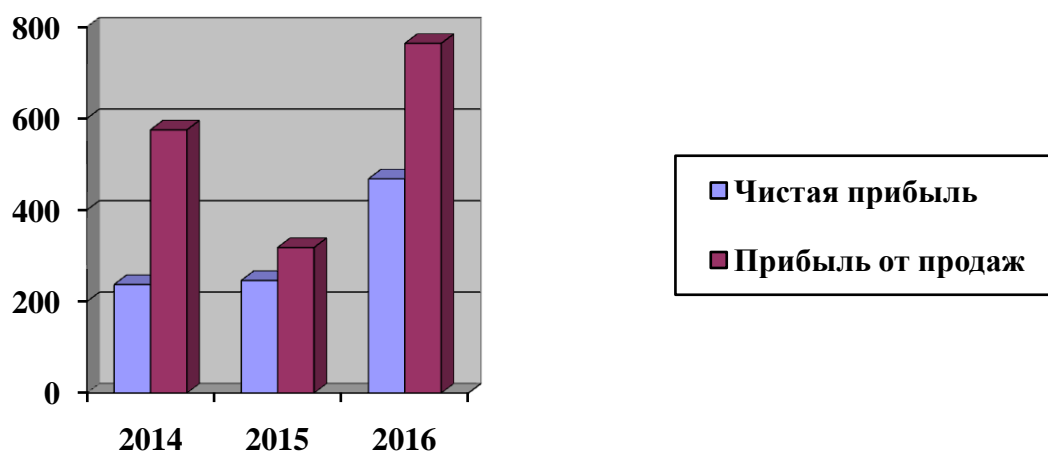
**Изменение основных показателей работы гостиницы «Колизей»<sup>8</sup>**

Наименование показателя	Изменение по годам		
	2014	2015	2016
Выручка от основных видов деятельности (тыс. руб.)	10067	12871	14975
Чистая прибыль (тыс. руб.)	237	246	468
Прибыль от продаж (тыс. руб.)	575	318	764
Себестоимость (тыс. руб.)	9492	12553	14211
Рентабельность от продаж (%)	5,7	2,47	5,1
Рентабельность затрат (%)	6,0	2,53	5,3
Общая рентабельность (%)	49,4	16,5	46
Фондоотдача	7,3	9,3	8,9
Затраты на производство (тыс. руб.):			
1. Постоянные затраты	5695,2	8991,5	9718,5
2. Переменные затраты	3796	3861,3	4492,5
Маржинальный доход(тыс. руб.)	6271	9009,5	10482,5
Эффективность управления гостиницей	0,02	0,02	0,03

<sup>8</sup>Таблица составлена автором



**Рис.2.3. Изменение выручки и себестоимости по годам, тыс. руб.<sup>9</sup>**



**Рис. 2.4. Изменение прибылей отеля по годам, тыс. руб.<sup>10</sup>**

На основании данных таблицы построим графики зависимости времени от параметров – чистая прибыль, себестоимость, (рис. 2.3-2.4).

### **2.3 Оценка действующей системы бухгалтерского учета предприятия**

Бухгалтерский учет на предприятии осуществляется бухгалтерией, являющейся самостоятельным структурным подразделением данного предприятия. Ответственность за организацию бухгалтерского учета несет руководитель предприятия. В его обязанности входит создание необходимых условий для правильного ведения бухгалтерского учета, выполнения всеми

<sup>9</sup>Схема составлена автором

<sup>10</sup>Схема составлена автором

подразделениями и службами, работниками предприятия, имеющими отношение к учету, требований главного бухгалтера относительно порядка оформления и представления для учета документов и сведений.

Главный бухгалтер или лицо, исполняющее его функции, несет ответственность за соблюдение общих методологических принципов бухгалтерского учета. Основные его функции состоят в обеспечении контроля и отражении на счетах бухгалтерского учета всех осуществляемых предприятием хозяйственной операции, предоставление оперативной информации, составлении в установленные сроки бухгалтерской отчетности и осуществлении (с другими подразделениями и службами) экономического анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

На предприятии централизация учета, т.е. все работы по текущему обобщению и систематизации информации, составлению бухгалтерских отчетов, экономическому анализу и контролю сосредотачиваются в едином подразделении предприятия. Это обеспечивает возможность рационального разделения труда и организации действенного контроля со стороны учетного аппарата за работой производственных подразделений.

Состав и соподчиненность отдельных работников определяют исходя из численности персонала и объема учетно-контрольных работ, вытекающего из масштабов хозяйственной деятельности предприятия, качества и рациональности постановки самого учета.

Бухгалтерия состоит из главного бухгалтера и находящихся в подчинении зам.главного бухгалтера, который обеспечивает совместно с главным бухгалтером правильную постановку бухгалтерского учета и финансовой деятельности, достоверность и оперативность учета отчетности, контроль за сохранностью имущества фирмы, рациональное использование финансовых, денежных и материальных средств. В случае отсутствия главного бухгалтера, он выполняет его обязанности. Обязанности и права определены в должностных инструкциях, а также при приеме на работу, в приказе.

Автоматизация учета - на предприятии установлена административная

машина, к которой подключены 5 терминалов, установлена программа 1СБухгалтерия 8.1, автоматизирован учет кассы, банка, учет материалов, учет расчетов с поставщиками сырья, учет ТМЦ, учет товаров, механизирован складской учет готовой продукции на холодильнике [16, с. 228].

Кроме комплексной конфигурации, работниками бухгалтерии отдельно ведется учет товаров, учет услуг по давальческой продукции. Что касается учета основных фондов, отдельно автоматизировано работником бухгалтерии. Вся система налогового учета разрабатывается или в отдельных рабочих местах или в Excel.

Руководствуясь централизованно установленным счетным планом, предприятие разработало свой собственный рабочий план счетов (Приложение 2 к Учетной политике ООО «Колизей»). При этом из всей совокупности синтетических счетов выбраны те, которые действительно необходимы на данном предприятии для отражения коммерческой и финансово – хозяйственной деятельности и формирования полной и достоверной картины имущественного и финансового положения предприятия. Выбор производят исходя из состава имеющегося на предприятии имущества, видов и особенностей совершаемых сделок, характера деятельности. На основе перечня субсчетов, разработана конкретная номенклатура субсчетов для данного предприятия. При этом принимаются во внимание задачи управления, анализа, контроля и отчетности. Субсчета, предусмотренные в плане счетов, могут объединяться, исключаться.

Построение рабочего плана счетов предприятия предполагает выделение и расположение счетов в определенной системе, что позволяет установить необходимую основу для отражения, понимания и объяснения всего многообразия наблюдаемых явлений хозяйственной жизни. От того, насколько обоснованно построен план счетов. Зависит адекватность картины хозяйственной деятельности, формирующейся в бухгалтерском учете, самой этой деятельности. Кроме того, системность рабочего плана счетов имеет существенное значение для рациональной организации и трудоемкости ведения

бухгалтерского учета.

Рабочий план счетов гостиницы «Колизей» соответствует основным принципам построения плана счетов, а именно:

- единство критериев выделения счетов;
- однородность и разграниченность счетов;
- равнообъемность счетов одного порядка;
- наличие резервных позиций.

Принцип единства критериев выделения счетов (или принцип одного основания) заключается в том, что при конструировании рабочего счетного плана признаки введения в него счетов должны сохранять одно и то же содержание на всех уровнях информационной структуры бухгалтерского учета и не могут подменяться другими признаками. Тем самым обеспечивается неизменность, выдержанность, однозначность плана счетов, разрешается возможность выявить содержание каждого счета и его отличие от других счетов. При смешении признаков возникает внутренние корреспонденции, затрудняются понимание и использование оборотов и сальдо по счетам.

Согласно принципу однородности и разграниченность счетов включаемые в счетный план позиции должны отражать качественно однородные, строго определенные объекты учета. Один синтетический или аналитический счет не может обобщать информацию о разнородных фактах хозяйственной деятельности либо выполнять несходные функции. Реализация этого принципа предполагает соблюдение в отношении каждого счета единства экономического содержания, определенности структуры и назначения, однозначности отношения его к балансу. Однородность и разграниченность счетов, составляющих план счетов, определяется согласно их научно обоснованной классификации.

Принцип равномерности счетов одного порядка заключается в том, что в плане счетов учетные позиции одного порядка должны обеспечивать одинаковый уровень обобщения информации о фактах хозяйственной деятельности. Введение однопорядковых счетов позволяет правильно

установить взаимосвязи между ними и значительно упорядочить их корреспонденцию. Смещение разных уровней учета лишает план счетов последовательности и четкости.

Наличие в плане счетов резервных позиций обеспечивает возможность дополнения его новыми признаками группировки информации, т.е. его адаптируемость к изменениям в хозяйственной жизни и методике бухгалтерского учета.

На предприятии проводится обязательный аудит. Его проводит аудиторская фирма ООО «ЮгАкадемАудит». Место нахождения: Адрес: 354000, г. Сочи, ул. Воровского, 35А, офис 7, наименование органа, выдавшего лицензию: Минфин РФ; дата выдачи лицензии: 24.07.2013; срок действия лицензии: до 24.07.2019г.

Бухгалтерский учет ведется по журнально - ордерной форме учета (с применением компьютерной техники).

Учет имущества, обязательств и хозяйственных операций ведется способом двойной записи в соответствии с рабочим планом счетов бухгалтерского учёта.

Основанием для записей в регистрах бухгалтерского учёта являются первичные документы, фиксирующие факт совершения хозяйственной операции, а также расчёты бухгалтерии.

Отчётным годом считается период с 1 января по 31 декабря. Бухгалтерский учёт осуществляется бухгалтерской службой согласно п.2 ст.6 Закона № 129-ФЗ. Для своевременного получения финансового результата работы предприятия устанавливается дата сдачи материальных отчетов, табелей рабочего времени, ведомостей на начисление заработной платы не позднее 3-го числа месяца, следующего за отчетным. Авансовые отчеты по командировочным расходам предоставляются в бухгалтерию не позднее 3 дней после возвращения из командировки [13, с. 303-305].

В целях обеспечения достоверности данных бухгалтерского учёта и отчетности производится инвентаризация:

1) материальных остатков на складе и в торговом зале перед сдачей годового отчета (в 4 квартале).

2) кассы не реже одного раза в месяц, а также в случае передачи денежных средств другому материально-ответственному лицу.

3) внезапные инвентаризации кассы и МПЗ производятся по решению руководителя.

4) инвентаризация основных средств производится один раз в три года.

5) обязательная инвентаризация производится в случаях, предусмотренных ст.12 Закона № 129-ФЗ.

Выдача средств под отчет производится на срок не более 10 месяцев в течение календарного года.

Прибыль организации используется без предварительного распределения и учёта на балансовом счёте 99 «Прибыли и убытки».

Правила документооборота (Приложение 1 к учетной политике ООО «Колизей») на предприятии регламентируются Положением о документах и документообороте в бухгалтерском учете. Эти правила увязаны с формами бухгалтерского и управленческого учета на предприятии.

Учетная политика на предприятии составлена в соответствии с действующим законодательством, с учетом особенности деятельности предприятия ООО «Колизей». Система бухгалтерского учета является надежной, уровень неотъемлемого риска низкий. Бухгалтерский учёт ведётся в организации согласно нормативным актам и разработанной учётной политике.



### **Глава 3 Разработка направлений повышения эффективности деятельности ООО «Колизей»**

Для повышения эффективности деятельности гостиницы в период сезонного спада спроса на услуги необходимо разработать мероприятия, реализация которых позволит:

- найти новых партнеров;
- усовершенствовать сотрудничество со старыми партнерами;
- заключить сотрудничество с новыми поставщиками;
- добиться роста потока клиентов.

**Рекомендация № 1. «Введение системы мер для привлечения потенциальных потребителей».** В период сезонного спада спроса на услуги размещения можно принять следующие меры:

- ввод системы скидок в системе бронирования booking.com, клиентам которые оплачивают полную стоимость в день бронирования по кредитной карте;
- предоставлять скидки (5-15%) постоянным гостям;
- предоставлять скидки на неполные сутки проживания;
- предоставлять 50% скидку на услуги трансфера;
- предоставлять гостям возможность выезда вместо привычного расчетного часа (12:00) в 14:00;
- улучшать качество обслуживания, основываясь на отзывах гостей.

**Рекомендация № 2. «Расширение рекламы».** Гостиница «Колизей» в настоящее время использует в основном только один вид рекламы – Интернет. Для повышения эффективности этого недостаточно.

Поэтому необходимо использовать максимальное количество видов рекламы.

У рекламы существует 3 вида:

- внутренняя реклама (это реклама, которая воздействует на уже прибывших гостей (визитки, карты постоянного клиента,

- информационные буклеты, папки в номерах и на ресепшене и др.);
- наружная реклама(это реклама, которая предназначена для более легкого нахождения отеля и для привлечения новых клиентов (вывеска с названием отеля, дорожные указатели)
  - внешняя реклама (реклама, которая информирует потенциальных клиентов не зависимо от местонахождения (официальный сайт отеля, присутствие отеля на различных системах бронирования, средства массовой информации (телевидение, радио, газеты и журналы), листовки и буклеты, распространяющиеся на различных мероприятиях (презентациях, конференциях и т.д.).

Внедрение большего количества видов рекламы привлечет потенциальных потребителей.

Рекомендация № 3. «**Поиск новых партнеров**». Поиск крупных компаний междугородного или международного масштаба, образовательных учреждений, университетов для заключения договора о сотрудничестве для заселения приезжающих работников в командировки, а так же для повышения квалификации. Создавать особые условия проживания: так же предоставление скидок на проживание, включение помимо завтрака в стоимость номера еще и ужин, осуществлять поздний выезд без доплаты, для долго проживающих оказывать услуги прачечной с 50% скидкой.

**Организационный план реализации рекомендаций.** В данном пункте приводится организационный план реализации рекомендаций на основе календарного планирования.

Для реализации рекомендации №1 «Введение системы мер для привлечения потенциальных потребителей» необходимо:

- связаться с системой бронирования Booking.com для размещения новой информации и организации скидок на полную оплату в день бронирования;
- размещение на официальном сайте гостиницы информацию о предоставлении 50% скидки на трансфер в период несезонности и о

предоставлении скидок в размере 5% на услуги размещения;

- оповещение гостей при заезде новой системе скидок и позднем выезде.

Для реализации рекомендации №2 «Расширение рекламы» потребуются затраты. Принято решение о выпуске дисконтных карт на 5%, флаеров с краткой информацией о гостинице, о размещении светящейся вывески с названием гостиницы. Организационный план внедрения этих решений указан в табл. 3.1.

**Таблица 3.1**

**План по осуществлению рекомендации №2<sup>11</sup>**

Мероприятие	Дата исполнения	Ответственный за исполнение (должность)
Принятие решения какого вида реклама будет введена	05.05.2017	Директор
Составление макета флаера и дисконтной карты	06.05.2017	Директор
Поиск типографии для напечатания флаеров и дисконтных карт	07.05.2017	Директор
Переговоры и обсуждение условий работы и оплаты, с назначением конкретной даты	08.05.2017	Директор
Оплата по оказанным услугам по безналичному расчету	09.05.2017	Бухгалтер
Поиск компании по изготовлению вывесок	10.05.2017	Директор
Переговоры и обсуждения условий работы, с назначением конкретной даты	10.05.2017	Директор
Оплата вывески по безналичному расчету	11.05.2017	Бухгалтер
Получение напечатанных флаеров и дисконтных карт	20.05.2017	Администратор
Установка светящейся вывески с названием гостиницы	25.05.2017	Директор
Введение журнала учета по выдаче гостям дисконтных карт	26.05.2017	Администратор

Данная рекомендация реализовывается в мае, до начала курортного сезона для того, чтобы потенциальные клиенты узнали о нововведениях, приезжали и возвращались в период несезонности и рекомендовали гостиницу «Колизей» своим друзьям, родственникам и коллегам.

Необходимы следующие расходы для реализации данной рекомендации (табл. 3.2).

План по реализации рекомендации №3 «Поиск новых партнеров» рассмотрен в табл. 3.3.

<sup>11</sup>Таблица составлена автором

Таблица 3.2

Расходы на внедрение рекомендации №2<sup>12</sup>

№	Статья расход	Сумма, тыс. руб.
<b>Единовременные расходы</b>		
1	Оплата флаеров и дисконтных карт	25
2	Оплата изготовления и установления светящейся вывески с названием гостиницы	35
3	Покупка журнала для ведения учета выданных дисконтных карт	0,1
<b>Ежемесячные расходы</b>		
4	Электроэнергия для подсветки вывески с названием гостиницы	2
Итого		62,1

Таблица 3.3

План по реализации рекомендации № 3<sup>13</sup>

Мероприятия	Дата исполнения	Ответственный за исполнение (должность)
Поиск компаний для заключения договора	07.10.2017 – 14.10.2017	Управляющая
Обсуждение составления договора с ООО «Царь Вуаяж»	16.10.2017	Управляющая
Подписание договора с ООО «Царь Вуаяж»	17.10.2017	Управляющая
Обсуждение составления договора с ООО «АкадемПроект»	20.10.2017	Управляющая
Подписание договора с ООО «АкадемПроект»	21.10.2017	Управляющая
Обсуждение составления договора с военными учреждениями	01.11.2017	Управляющая
Подписание договора с одним из образовательных учреждений	03.11.2017	Управляющая

В договорах с ООО «АкадемПроект» и ООО «ЦарьВуаяж» установить условия скидок и выездов после расчетного часа (12:00). Оплата проживания будет осуществляться по безналичному расчету путем выставления данным организациям счета на оплату.

Договор с учебными заведениями заключить только на период сезонного

<sup>12</sup>Таблица составлена автором

<sup>13</sup>То же

спада в гостинице. В связи с тем, что по договору с образовательным учреждением в стоимость номера помимо завтрака будет входить ужин стоимостью 200 руб. за человека, гостиница будет иметь расходы на продукты. Рассчитаем примерные затраты на ужин (табл. 3.4).

**Таблица 3.4**

**План по реализации рекомендации № 3<sup>14</sup>**

	3 человека	4 человека	5 человек
1 месяц (31 день)	18600 руб.	24800 руб.	31000 руб.
2 месяца (62 дня)	37200 руб.	49600 руб.	62000 руб.

**Оценка эффективности рекомендаций.** Проводя подробную разработку рекомендаций была рассчитана себестоимость рекомендаций №2 и №3. Рекомендация №1 не требует никаких материальных затрат, по мимо постоянных (оплата телефонной связи и интернета и т.п.).

Необходимо провести оценку эффективности предложений.

Рекомендация № 1 «Введение системных мер для привлечения потенциальных потребителей»

Данные показателей до проведения рекомендаций за 2016 г. взяты из расчетов, проведенных в таблице 2.6. Предположительно, что выручка от мероприятия увеличится на 3%, при этом себестоимость услуг увеличится примерно на 2% за увеличения оборота (табл. 3.5).

**Таблица 3.5**

**Финансово-экономические показатели рекомендации №1<sup>15</sup>**

Показатель	Ед. измер.	2016г.	После проведенной рекомендации	Изменения	
				+/-	%
Выручка (без НДС)	тыс.руб.	14975	15424,25	449,25	103,0
Себестоимость	тыс.руб.	14211	14495,22	284,22	102,0
Стоимость основных производственных фондов	тыс.руб.	1682,6	1682,6	0,00	100,0
Прибыль от реализации	тыс.руб.	764	929,03	165,03	121,6

<sup>14</sup>Таблица составлена автором

<sup>15</sup>То же

**Продолжение таблицы 3.5**

Рентабельность продаж	%	5,1	6,0	0,92	118,1
Рентабельность затрат	%	5,3	6,4	1,1	120,9
Фондоотдача	-	8,9	9,2	0,3	103,0

Рекомендация №2 «Расширение рекламы». Возьмем за основу следующие вводные данные по состоянию на 2016 г., рассчитанные во второй главе. Предположительно, что прибыль увеличится на 5%, после проведения данной рекомендации, при этом рост себестоимости составит 3,5%.

**Таблица 3.6**

**Финансово-экономические показатели рекомендации № 2<sup>16</sup>**

Показатель	Ед. измер.	2016г.	После мероприятия	Изменения	
				+/-	%
Выручка (без НДС)	тыс.руб.	14975	15723,75	748,75	105,0
Себестоимость	тыс.руб.	14211	14708,385	497,38	103,5
Стоимость основных производственных фондов	тыс.руб.	1682,6	1682,6	0,00	100,0
Прибыль от реализации	тыс.руб.	764	1015,37	251,37	132,9
Рентабельность продаж	%	5,1	6,5	1,36	126,6
Рентабельность затрат	%	5,3	6,9	1,6	130,3
Фондоотдача	-	8,9	9,3	0,4	105,0

На основании данных таблицы видно, что использование рекламы увеличит выручку на 5% (748,75 тыс.руб.), а это положительно как для экономического показателя, так и для социального, поскольку будет приток новых потребителей.

Рекомендация № 3 «Поиск новых партнеров». Предположительно, что выручка вырастит на 15%. Увеличение себестоимости предположительно составит 11%.

Объединив данные всех рекомендаций по совершенствованию деятельности гостиницы, составим общую таблицу экономической эффективности предложенных мероприятий (табл. 3.8).

<sup>16</sup>Таблица составлена автором

Таблица 3.7

### Финансово-экономические показатели мероприятия № 3<sup>17</sup>

Показатель	Ед. измер.	2016г.	После мероприятия	Изменения	
				+/-	%
Выручка (без НДС)	тыс.руб.	14975	17221,25	2246,25	115,0
Себестоимость	тыс.руб.	14211	15774,21	1563,21	111,0
Стоимость основных производственных фондов	тыс.руб.	1682,6	1682,6	0,00	100,0
Прибыль от реализации	тыс.руб.	764	1447,04	683,04	189,4
Рентабельность продаж	%	5,1	8,4	3,30	164,8
Рентабельность затрат	%	5,3	9,2	3,9	173,1
Фондоотдача	-	8,9	10,2	1,3	115,0

Таблица 3.8

### Финансово-экономические показатели после внедрения всех рекомендаций<sup>18</sup>

Наименование показателя	Ед. изм.	2016г	Рекомендация № 1	Рекомендация № 2	Рекомендация № 3	После внедрения	Отклонения	
							+/-	%
Выручка (без НДС)	тыс.руб.	14975	449,25	748,75	2246,25	18419,3	3444,25	123
Себестоимость	тыс.руб.	14211	284,22	497,38	1563,21	16555,8	2344,81	116,5
Стоимость ОФ	тыс.руб.	1682,6	0	0	0	1682,6	0	100
Прибыль от реализации	тыс.руб.	764	165,03	251,37	683,04	1863,44	1099,44	243,9
Рентабельность продаж	%	5,1	0,92	1,36	3,3	10,68	5,58	209,4
Рентабельность затрат	%	5,3	1,1	1,6	3,9	11,9	6,6	224,5
Фондоотдача	-	8,9	0,3	0,4	1,3	10,9	2	122,5

После внедренных рекомендаций выручка увеличивается на 23% (3444,25 тыс. руб.), себестоимость увеличивается на 16,5% (2344,81тыс.руб.), следовательно прибыль от реализации повыситься на 243,9% (1099,44 тыс. руб.).

Рентабельность затрат после внедренных рекомендаций увеличится на 224,5%, а рентабельность продаж – на 209,4%.

<sup>17</sup>Таблица составлена автором

<sup>18</sup>То же

## Заключение

Экономическая сущность гостиничной деятельности состоит в том, что она имеет нематериальный характер. Результатом производственно-эксплуатационной деятельности гостиниц является не «готовый продукт», а предложение особого вида услуг. При этом услуги не могут производиться отдельно от существующего материального продукта, т.е. без эксплуатации материально-технической базы, которая выступает основой производства и реализации предлагаемых услуг.

Предприятия нематериальной сферы объединяет производство таких потребительских стоимостей, которые преимущественно не приобретают овеществленной формы и в этой связи рынки услуг совершенно не похожи на другие рынки. Существует две причины такого отличия.

Во-первых, услуга не существует до ее предоставления, т.е. продукт создается в процессе предоставления услуги. Это делает невозможным сравнение предложений двух конкурирующих фирм даже в том случае, когда продукты кажутся идентичными. Сравнение возможно только после получения услуги, тогда как товары в материальной форме можно сравнивать различными способами еще до покупки.

Во-вторых, очень часто предоставление услуг требует специализированных знаний и мастерства. Высокая степень неопределенности при предоставлении услуг ставит клиента в крайне невыгодное положение, может вызвать чувство обиды, настороженности, подозрительности.

Таким образом, процесс предоставления гостиничных услуг представляет собой довольно сложный, но хорошо организованный и последовательный комплекс действий. Выполнение каждого этапа этого комплекса должен быть подчинен определенным правилам, которые установлены законодательными и иными нормативно-правовыми актами. За невыполнение правил предоставления гостиничных услуг предприятие гостеприимства несет ответственность перед клиентом.



В результате проведенного исследования можно сделать следующие **выводы:**

1) анализа абсолютных показателей оборотных средств показал, что предприятие находится в кризисной ситуации, однако положительная динамика в 2016 году составила 338 тыс. руб., т.о. предприятие практически решило вопрос выхода из кризисного состояния.

2) Финансовая устойчивость за три года повысилась, за счет накопления денежных средств на счетах, при этом показатель обеспеченности запасов и затрат собственными средствами находился в отрицательной зоне – только на конец года он приблизился к минимальному стандарту.

3) Оценка использования ресурсов номерного фонда свидетельствует о росте показателей эффективности в 2016 году.

4) В течение 2016 года также возросли показатели прибыли, рентабельности, что свидетельствует об эффективности системы управления гостиницей «Колизей».

В целях повышения экономической эффективности деятельности гостиницы «Колизей» нами разработаны следующие **предложения:**

1. Введение системы мер для привлечения потенциальных потребителей за счет введения широкой системы скидок, изменения расчетного часа выезда, использования отзывов гостей для повышения качества обслуживания.

2. Расширение рекламной деятельности за счет выпуска дисконтных карт, флаеров и визиток, а также размещение светящейся вывески с названием гостиницы.

3. Привлечение новых партнеров за счет заключения договоров на более выгодных условиях в период низкого сезона для заселения приезжающих в командировки или на обучение работников, студентов в период сессий.

4. Экономический эффект от предлагаемых мероприятий заключается в росте выручки гостиницы на 25% и увеличение прибыли от реализации услуг на сумму 1099,44 тыс. руб. Рентабельность затрат после внедренных рекомендаций увеличится на 224,5%, а рентабельность продаж – на 209,4%.

## Список использованной литературы

1. Абрютин М. С. Финансовый анализ: Дело и Сервис, 2014. - 192 с.
2. Бочаров, В.В. Комплексный финансовый анализ.- СПб.: Питер - Москва, 2013. - 432 с.
3. Васильев А.В. Интегральный показатель эффективности экономической деятельности предприятия. – М.: Дело, 2014. – 538 с.
4. Виноградская, Н.А. Диагностика и оптимизация финансово-экономического состояния предприятия: финансовый анализ: Практикум / Н.А. Виноградская. - М.: МИСиС, 2013. - 318 с.
5. Дыбаль С. В. Финансовый анализ. Теория и практика. – М.: Бизнес-пресса, 2013. - 336 с.
6. Жилкина А. Н. Управление финансами. Финансовый анализ предприятия. – М.: Инфра-М, 2014. - 336 с.
7. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. - М.: Финансы и статистика, 2013. – 157 с.
8. Казакова Н. А. Финансовый анализ: учеб.и практикум. – М.: Юрайт, 2014. - 544 с.
9. Киреева, Н.В. Экономический и финансовый анализ: учеб.пособие / Н.В. Киреева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 293 с.
10. Маркарьян Э. А., Герасименко Г. П., Маркарьян С. Э. Финансовый анализ. – М.: КноРус, 2014. - 272 с.
11. Матяш И.В. Проблемы анализа рыночной системной эффективности предприятий. - Изв. АГУ, 2014. – 471 с.
12. Надолинская О.Д. Система взаимного информирования - как информативная помощь в работе гостиничных предприятий. //5 звезд – Москва. - 2012. – №3. – С. 15-17
13. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства: отели и рестораны. - М.: Экономика, 2014. – 399 с.

14. Просветов Г. И. Финансовый анализ: Задачи и решения. – М.: Альфа-Пресс, 2013. - 384 с.
15. Селезнева Н. Н., Ионова А. Ф. Финансовый анализ. Управление финансами. – М.: Юнити-Дана, 2014. - 640 с.
16. Сенин В.С. Организация международного туризма: учеб.- М.: Финансы и статистика, 2013. – 258 с.
17. Темный Ю.В. Введение в экономику туризма: учеб.пособие. – М.: Советский спорт, 2014. – 549 с.
18. Турманидзе, Т.У. Финансовый анализ: учеб.для студентов вузов / Т.У. Турманидзе. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 287 с.
19. Филипповский Е.Е., Шмарова Е.Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 362 с.
20. Фомичева Л. П. Практический комментарий к положениям по бухгалтерскому учету. – М.: Гросс Медиа, 2016. - 431 с.
21. Часова О.В. Финансовый бухгалтерский учет. – М.: Финансы и статистика, 2013. - 543 с.
22. Чудновский А.Д.: Туризм и гостиничное хозяйство: учеб. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство Экмос, 2014. – 378 с.
23. Шеремет А.Д., Негашев А.Д. Методика финансового анализа. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 560 с.
24. Шеремет А.Д., Сейфулин Р.С. Финансы предприятия. - М.: ИНФРА-М 2014. - 430 с.
25. Юров В.Ф. Прибыль в рыночной экономике: вопросы теории и практики. - М.: Финансы и статистика, 2012. - 144с.