

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕКТОРА ТА УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

УДК 338.46

Білецька І. М.

ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

У статті проаналізовано економічні основи діяльності підприємств готельного господарства. Досліджено підходи до класифікації витрат та формування ціни на послуги готелю. Визначено, що правильна класифікація витрат та їх облік мають важливе значення для аналізу й планування собівартості послуг, виявлення джерел економії витрат, формування конкурентних цін. Проаналізовано зарубіжний досвід та вітчизняну практику формування ціни на послуги готелю, що дозволило виокремити ключові відмінності у механізмі ціноутворення. Проаналізовано підходи до управління прибутком та рентабельністю готелю на основі структури отриманого валового доходу.

Ключові слова: готель, витрати готелю, прибуток готелю, рентабельність готелю, точка беззбитковості діяльності готелю (поріг рентабельності), операційний важіль та запас фінансової міцності готелю.

I. Biletska

ECONOMIC FUNDAMENTALS OF ENTERPRISE ACTIVITY IN HOTEL INDUSTRY

The article analyzes the economic bases of hotel industry enterprises. The main approaches to costs classification and pricing of hotel services are investigated. It proves that appropriate costs classification and costs accounting are essential for service costs analysis and planning. They are also essential for identifying the sources of cost savings and creating the competitive prices. The article analyses international experience and domestic practice in hotel services pricing. Such comparative analysis helps to single out the key differences in pricing mechanism. The approaches to revenue management and hotel profitability management on the basis of gross revenue structure are analysed also.

Keywords: hotel, hotel expenses, hotel profit, hotel profitability, hotel breakeven point, operating leverage and hotel financial safety margin.

Вступ. Туристична галузь є однією з найперспективніших щодо темпів зростання галузей світової економіки. Стійка тенденція до збільшення обсягів міжнародного та внутрішнього туризму на тлі об'єктивних передумов пріоритетності розвитку туристично-рекреаційної сфери в Україні зумовлюють кількісне та якісне зростання національного туристичного ринку. Оскільки готельне господарство є основною складовою індустрії гостинності (за статистикою UNWTO, у структурі туристичних витрат майже 50-60% становлять витрати на оплату послуг підприємств розміщення [6]), то питання дослідження економічних основ діяльності підприємств готельного господарства є актуальними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку туристичної галузі, загалом, і готельного господарства, зокрема, присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких Р. А. Браймер, Ю. Ф. Волков, В. Г. Гуляев,

В. Ф. Данильчук, О. П. Дурович, В. О. Квартальнов, В. Ф. Кифяк, А. П. Лесник, Г. Б. Мунін, Г. А. Папірян та ін. У той же час недостатньо дослідженими залишаються питання підвищення ефективності управління прибутком підприємств готельного господарства та підвищення рівня рентабельності їх основної (надання послуг розміщення) діяльності.

Метою статті є дослідження, аналіз та систематизація існуючих підходів до: класифікації витрат готелю; визначення прибутку та рентабельності готелю; оцінки ефективності надання основних і додаткових послуг на основі операційного аналізу таких показників: точки беззбитковості діяльності готелю, операційного важеля та запасу фінансової міцності готелю.

Виклад основного матеріалу дослідження. Передумовою формування ціни на послуги готельного господарства є визначення розміру витрат,

пов'язаних з виробництвом основних та додаткових послуг готелю. Витрати готелю можуть класифікуватись за різними ознаками (рис. 1).

планова вартість основних і додаткових послуг. Мінімальна сума прибутку – норма прибутку на вкладений капітал за мінімальною обліковою банківською ставкою.



Рис. 1. Класифікація витрат готелю (складено на основі [3, 8, 9, 11])

Правильна класифікація витрат та їх облік мають важливе значення для аналізу та планування собівартості послуг, виявлення джерел економії витрат, формування ціни на послуги готелю.

У зарубіжній практиці використовуються два основні методи визначення цін на готельні номери: метод “великого пальця” та формула Хаббарта.

Метод “великого пальця” визначає вартість номеру в розмірі \$1 на кожному \$1000, витрачених на будівництво та умеблювання кожного номеру, виходячи з 70% завантаження готелю. Однак, такий підхід до визначення ціни має декілька недоліків. Якщо завантаження готелю нижче 70%, то для отримання запланованого доходу доведеться підвищувати ціни на номери. Крім того, такий метод ціноутворення не враховує частку додаткових послуг у валовому доході готелю, а також вплив інфляції [1, 12].

Формула Хаббарта орієнтована на отримання бажаного прибутку. Методика розрахунку ціни така [12]:

1. Розраховуються загальні операційні витрати готелю (сума прямих і непрямих витрат, в т. ч. з експлуатації номерного фонду, адміністративні та інші загальногосподарські витрати, витрати на маркетинг, амортизацію будівлі, обладнання, меблів, білизни, обов'язкові податкові та страхові платежі).

2. Визначається прийнятна сума прибутку, відповідно до цінової політики готелю, та загальна

3. Визначається планова вартість послуг розміщення як різниця між загальною вартістю продукції, робіт, основних і додаткових послуг готелю та плановою сумою доходів (виручки) ресторану, кафе і барів, інших доходів.

4. Розраховується плановий обсяг реалізації послуг розміщення, як добуток максимальної пропускної спроможності готелю на плановий коефіцієнт завантаження номерного фонду.

Визначається середня вартість однієї доби розміщення як частка від ділення планової вартості послуг проживання на плановий обсяг реалізації послуг. Середня вартість однієї доби розміщення є орієнтиром у процесі диференціації готельних тарифів за категоріями готельних номерів.

Ця формула досить ефективна для розрахунку середніх стратегічних цін, виходячи з яких визначаються реальні ціни. Як правило, щойно збудований готель не приносить прибутку за перші два-три роки його функціонування. Ціни, розраховані за формулою Хаббарта, забезпечують готелю якнайшвидший вихід на стадію прибутковості.

У країнах Європи загальну вартість послуг розміщення, відповідно до окремих категорій номерів готелю, диференціюють за методом еквівалентних чисел із використанням показників прямих експлуатаційних витрат, згідно з категоріями номерів готелю й урахуванням визначеної норми прибутку та по-

даткових платежів. Ці розрахунки становлять об'єктивну основу диференціації готельних тарифів [13].

У вітчизняній практиці ціна на послуги готелю (ціна готельного номера) включає повну собівартість послуг розміщення, прибуток, податки і збори, комерційні надбавки та знижки.

Таким чином, в основі ціни будь-якої послуги готельного господарства є її повна собівартість. Повна собівартість послуги розміщення у номері відповідної категорії уособлює сукупність трудових, матеріальних та фінансових витрат, виражених у грошовій формі в розрахунку на одиницю послуг [10]. Повна собівартість – це не тільки кількісний, але й якісний показник роботи готелю, оскільки є вихідним критерієм оцінки ефективності планування прибутку та рентабельності готелю. Структура повної собівартості одиниці послуг розміщення (готельної послуги) зображена на рис. 2.

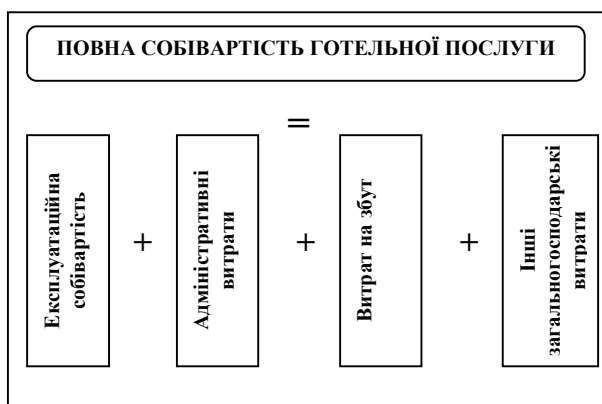


Рис. 2. Структура повної собівартості готельної послуги

1. Собівартість одиниці послуг розміщення гостей є основою для розрахунку мінімального рівня цін на проживання в номері готелю. Розрахунок ціни послуги розміщення має певні особливості. Оскільки номерний фонд готелю складається з різних за категоріями (класом) номерів, то планування собівартості послуг проживання в номерах пов'язане з трудомісткими розрахунками витрат за кожною калькуляційною статтею. Тому на практиці більшість підприємств готельного господарства визначають лише планову середню вартість одиниці послуг (однієї людино-добы розміщення гостей) і на її основі встановлюють коефіцієнти перерахунку до діючих цін на послуги розміщення в номерах певної категорії та встановлюють ціни на період, що планується.

2. До складу готельного тарифу (вартості проживання), окрім вартості розміщення у номері певної категорії, входять інші складові – дворазове чи триразове харчування або лише сніданок, послуги міні-бару (напої), послуги сауни тощо, залежно від особливостей попиту клієнтів та відповідної маркетингової (в тому числі продуктової) політики готельного підприємства. Водночас надаються знижки, якщо деякі складові не включаються до готельного тарифу, чи застосовуються надбавки, наприклад, при підселенні в номер дорослої особи або дитини тощо. На основі цих та інших особливостей

формування готельних тарифів їм присвоєні спеціальні назви (“сімейний тариф”, “родинний тариф”, “європейський тариф”, “американський тариф” тощо) та відповідні назви класу обслуговування клієнтів [4].

У процесі планування витрат, що належать до собівартості окремих видів послуг, доцільно використовувати економічну залежність їх рівня від обсягу реалізації основних послуг за допомогою методів економіко-математичного моделювання.

Процес формування планової собівартості – важлива складова плану експлуатаційної діяльності готелю, яка визначає рентабельність послуг розміщення клієнтів та інших видів послуг. Собівартість послуг залежить від обсягу діяльності, ефективності організації експлуатаційної діяльності та рівня технічної оснащеності готелю. Чим кращі технології організації праці, чим ефективніші технології комп'ютеризації та автоматизації використовуються в роботі готелю, тим нижчими є індивідуальні витрати з надання послуги. Від собівартості залежить кінцевий результат діяльності готелю, виражений у прибутку до оподаткування [5].

Собівартість є базою для встановлення мінімальних відпускних тарифів на послугу розміщення та цін на додаткові послуги. У вітчизняних готелях при ціноутворенні визначають середню вартість однієї людино-добы розміщення як частку від ділення всієї суми витрат з експлуатації готелю, прибутку з врахуванням й податкових платежів на повний обсяг наданих послуг розміщення (людино-діб).

Існує відмінність у класифікації витрат між готелями, які надають тільки один вид послуг (основну готельну послугу – послугу розміщення), та готелями, котрі пропонують основні та додаткові послуги. В готелях, які надають декілька видів послуг, поточні витрати поділяють, залежно від віднесення їх до різних видів послуг, на: прямі (виробнича заробітна плата, технологічне паливо, сировина тощо); загальні експлуатаційні витрати; адміністративні витрати; витрати на збут; інші загальногосподарські витрати. Якщо готель надає один вид послуг (послугу розміщення), то всі витрати готелю відносять прямо на одиницю цих послуг, не поділяючи їх на прямі та загальні [7].

Цінова політика будь-якого підприємства готельного господарства залежить від багатьох чинників (споживчого попиту, інтенсивності конкуренції, сезонності туристичного ринку, ринкових можливостей самого готелю впливати на зміну цін, стратегії розвитку готелю та типу позиціонування на ринку готельних послуг, що визначається рівнем “зірковості” готелю тощо). Основним завданням цінової політики готелю є визначення конкурентоспроможної ціни – між максимальною (ціною пропозиції послуги на ринку) та мінімальною ціною (яка визначається експлуатаційною чи повною собівартістю послуги).

Процес ціноутворення та цінову стратегію щодо основних і додаткових послуг необхідно розглядати як єдиний механізм формування готельних тарифів, оскільки попит на основні послуги неможливий без додаткових, і навпаки. Одні й ті самі послуги, згідно з концепцією розвитку готелю, можуть

бути віднесені як до основних, так і до додаткових.

Валовий дохід готельного господарства – це виручка від реалізації повного комплексу готельних послуг (основних та додаткових) [9,10]:

$$ВД = D_{пон} + D_{р\partialн} \quad (1),$$

де $ВД$ – валовий дохід готелю; $D_{пон}$ – дохід від реалізації основних послуг (експлуатації номерного фонду); $D_{р\partialн}$ – дохід від реалізації додаткових послуг (доходи від експлуатації підсобних підрозділів – хімчистки, пральні, перукарні, екскурсійного бюро тощо, ресторанного господарства готелю, доходи за оренду приміщень, інші доходи).

Визначення доходів від додаткових послуг здійснюється в розрізі кожного виду послуг, виходячи з обсягу наданих послуг і встановлених цін на них.

Прибуток і рентабельність є основними показниками оцінки ефективності використання експлуатаційної програми готелю, доцільності надання додаткових послуг та критеріями визначення рівня конкурентоспроможності готелю на ринку.

Оскільки підприємства готельного господарства, як правило, надають комплекс готельних послуг, то в процесі оцінки ефективності господарської діяльності готелю аналізують різні виміри прибутку (рис. 3).

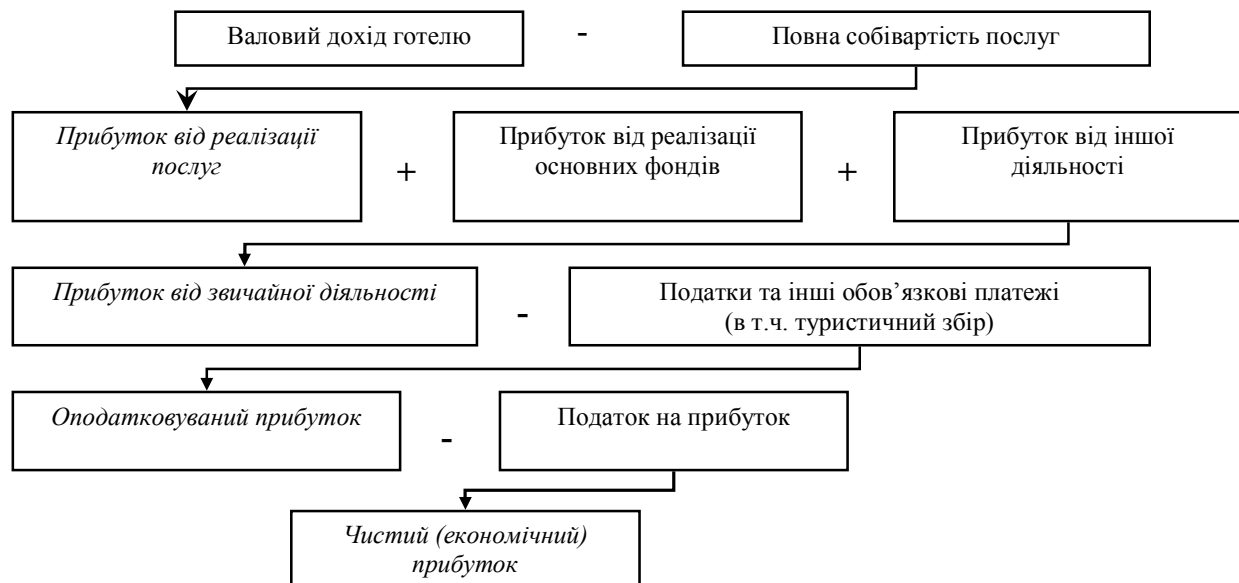


Рис. 3. Алгоритм розрахунку чистого (економічного) прибутку готелю

Основна частка валового доходу готелю формується за рахунок доходу від надання основних послуг – послуг розміщення, який включає: плату за проживання в номерах та понаднормової плати (за час, що перевищує повну добу проживання в готелі).

Дохід готелю від експлуатації номерного фонду визначається за формулою [8, 9]:

$$D_{пон} = \sum K_n^i \times K_{зав}^i \times C_n^i, \quad (2),$$

де K_n^i – кількість номерів певної (i -ї) категорії; $K_{зав}^i$ – коефіцієнт завантаження готельних номерів певної (i -ї) категорії; C_n^i – ціна проживання в номері певної (i -ї) категорії (за добу).

Крім того, у доходах від надання основних послуг готелю (експлуатації номерного фонду) враховується сума сезонної знижки (надбавки) до основної ціни готельного номера [8, 9]:

$$D_{пон} = \sum K_n^i \times K_{зав}^i \times C_n^i \times K_{zn}^i, \quad (3),$$

де K_{zn}^i – коефіцієнт сезонної знижки (надбавки) до основної ціни готельного номера певної (i -ї) категорії.

Відмінність цих понять визначається їх економічним змістом, з одного боку, та положеннями законодавства про оподаткування прибутку підприємства, з іншого.

Оскільки абсолютне значення суми прибутку не дає можливості повною мірою охарактеризувати ефективність роботи підприємства, її доповнюють показником рентабельності. Рентабельність – це дохідність, прибутковість, відносний показник, що відображає рівень економічної ефективності використання матеріальних, трудових і грошових ресурсів у відсотках. Застосовують декілька видів показників рентабельності:

1. Рівень загальної (балансової) рентабельності – відношення балансового прибутку до суми середньорічної вартості основних фондів і нормованих обігових коштів. Цей показник є найбільш важливим з точки зору визначення економічної ефективності роботи підприємства. У ньому знаходить своє відображення специфіка готельних послуг і можливість отримання прибутку, що прямо пропорційно залежить від обсягу та стану основних фондів.

2. Рівень рентабельності до загального обсягу реалізованих послуг – відношення балансового прибутку до суми реалізованих послуг.

3. Рівень рентабельності до поточних витрат – відношення балансового прибутку до повної собівартості послуг.

4. Рівень рентабельності експлуатації готельного номеру певної категорії – відношення балансового прибутку від реалізації готельного номеру певної категорії до повної собівартості експлуатації готельного номеру певної категорії.

5. Рівень рентабельності додаткових послуг – відношення балансового прибутку від реалізації додаткових послуг до повної собівартості послуг.

6. Рівень рентабельності власних і позичених коштів – відношення балансового прибутку до суми власних і позичених коштів (дозволяє визначити ефективність використання власних коштів та доцільності залучення додаткових коштів).

У процесі оцінки структури валового доходу, прибутку й рентабельності готелю та обґрунтування планових обсягів надання основних та додаткових послуг готельного господарства важливим є операційний аналіз таких показників: точки беззбитковості діяльності готелю (поріг рентабельності), операційного важеля та запасу фінансової міцності готелю.

1. Точка беззбитковості (поріг рентабельності) – це значення валового доходу, за якого готель не має прибутку, але і не має збитку – “точка нульового доходу” [8, 9]:

$$ТБ = \frac{ПВ}{КМД} \quad (4),$$

де $ТБ$ – точка беззбитковості (поріг рентабельності); $ПВ$ – сума постійних (умовно-постійних) витрат готелю; $КМД$ – коефіцієнт маржинального доходу.

Коефіцієнт маржинального доходу – це відношення суми маржинального доходу до суми валового доходу від реалізації готельних послуг [5]:

$$КМД = \frac{МД}{ВД} \quad (5),$$

де $МД$ – маржинальний дохід; $ВД$ – валовий дохід готелю.

Маржинальний дохід – сума постійних витрат готелю та прибутку від основної та додаткової діяльності. У випадку необхідності визначення маржинального доходу окремої готельної послуги – це різниця між ціною готельної послуги та обсягом змінних витрат на її виробництво.

2. Операційний важіль показує силу впливу зміни виручки від реалізації послуг готелю на зміну самого прибутку (показує, у скільки разів може змінитися значення прибутку при збільшенні (зменшенні) обсягів продажу послуг готелю [8, 9]:

$$ОВ = \frac{МД}{П_{pn}} \quad (6), \quad \text{або} \quad ОВ = \frac{1}{1 - \frac{ПВ}{МД}} \quad (7),$$

де $ОВ$ – операційний важіль; $МД$ – маржинальний дохід; $П_{pn}$ – прибуток від реалізації послуг.

Операційний важіль залежить від співвідношення постійних і змінних витрат. Чим більший рівень постійних витрат, тим вища сила впливу операційного важеля. Сила операційного важеля свідчить про рівень підприємницького ризику готельного господарства: $\% \text{ зміни прибутку} = \%$

$\text{зміни виручки від реалізації} \times \text{операційний важіль}$.

3. Запас фінансової міцності – це величина, на яку фактичний (або запланований) обсяг реалізації перевищує точку беззбитковості. Є три способи розрахунку запасу фінансової міцності [8, 9]:

$$ЗФМ = ВД - ТБ \quad (8), \quad ЗФМ = \frac{ВД}{ОВ} \quad (9),$$

$$ЗФМ = \frac{100\%}{ОВ} \quad (10),$$

де $ЗФМ$ – запас фінансової міцності готелю; $ВД$ – валовий дохід готелю; $ТБ$ – точка беззбитковості; $ОВ$ – операційний важіль.

Запас фінансової міцності характеризує допустимі відносні межі зниження обсягу реалізації послуг готелю та показує, який відсоток зниження виручки від реалізації без збитків для фінансового стану здатне витримати готельне підприємство. Чим вище значення цього показника, тим нижче значення операційного важеля.

Висновки. Таким чином, дослідження та аналіз існуючих підходів до класифікації витрат готелю дали можливість визначити п'ять основних ознак класифікації: залежно від способу включення до собівартості послуг, від зміни обсягу виробництва послуг, за економічними елементами, калькуляційними статтями та економічною роллю в процесі виробництва послуг.

Аналіз зарубіжного досвіду (метод “великого пальця” та формула Хаббарта в контексті політики структурної диференціації готельних тарифів) і вітчизняної практики (на основі визначення повної собівартості) формування ціни на послуги готелю дозволив виокремити ключові відмінності в механізмі ціноутворення.

Визначено, що для оцінки ефективності надання основних і додаткових послуг у процесі управління прибутком підприємства готельного господарства важливим є аналіз точки беззбитковості діяльності готелю, операційного важеля та запасу фінансової міцності готелю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Браймер Р. А. Основы управления в индустрии гостеприимства : учебник / Р. А. Браймер. – [пер. с англ.]. – М. : Аспект Пресс, 1995. – 382 с.
- Волков Ю. Ф. Экономика гостиничного бизнеса : учебник / Ю. Ф. Волков. – М. : Феникс, 2003. – 348 с.
- Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие : научное издание / В. Г. Гуляев. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 304 с.
- Данильчук В. Ф. Особенности формирования и развития туристических предприятий : монография / В. Ф. Данильчук. – Донецк : НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти, 2006. – 240 с.
- Квартальнов В. А. Новые цели и функции туризма: экономика и управление : монография / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 1998. – 384 с.
- Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : наукове видання / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги - ХХІ, 2003. – 300 с.

7. Лесник А. П. Организация и управление гостиничным бизнесом / А. П. Лесник, И. П. Мацицкий, А. В. Чернышев. – М. : Инфра, 2009. – 239 с.

8. Мунін Г. Б. Методичні підходи до оцінки рентабельності господарської діяльності у готельному бізнесі / Г. Б. Мунін // Механізм регулювання економіки, економіка природокористування, економіка підприємства та організація виробництва. – 2002. – № 3-4. – С. 12-16.

9. Мунін Г. Б. Особливості та напрями вдосконалення фінансово-операційного аналізу діяльності готельного бізнесу / Г. Б. Мунін // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. праць. – 2003. – № 10. – С. 108-114.

10. Папирян Г. А. Международные экономические отношения: экономика туризма : монография /

Г. А. Папирян. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 208 с.

11. Управління сучасним готельним комплексом : навч. посіб. / [за ред. члена-кор. НАН України, д.е.н. проф. Дорогунцова С. І.]. – К. : Ліра-К, 2005. – 520 с.

12. Developments and challenges in the hospitality and tourism sector : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_norm/@relconf/documents/meetingdocument/wcms_166938.pdf.

13. Worldwide Hospitality Report : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.hospitality-on.com/en/news/2014/06/24/worldwide-hospitality-report-asia-in-the-lead/>.