

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет природоохоронний
Кафедра економіки природокористування

Бакалаврська кваліфікаційна робота

на тему: Інвестиції в сфері туризму як фактор підвищення прибутковості
готельного підприємства (на прикладі гостинного двору "Будинок Павлович")

Виконала студентка 4 року навчання
групи СТ- 43
спеціальності 242 – Туризм
(ОПП "Сталий туризм")
Ткач Лілія Олександрівна

Керівник к.е.н., доцент Арестов
Сергій Вікторович

Рецензент к.е.н., доц. кафедри
Колонтай Світлана Миколаївна

Одеса 2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Природоохоронний
Кафедра Економіки природокористування
Рівень вищої освіти бакалавр
Спеціальність 242 – Туризм (ОПП "Сталий туризм")

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки природокористування

Губанова О.Р.

« 16 » червня 2020 року

ЗАВДАННЯ
НА БАКАЛАВРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Ткач Лілія Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Інвестиції в сфері туризму як фактор підвищення прибутковості готельного підприємства (на прикладі гостинного двору "Будинок Павлових")
керівник роботи к.е.н. Арестов Сергій Вікторович,

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від "27" квітня 2020 року
№45-«С»

2. Строк подання студентом роботи 12 червня 2020

3. Вихідні дані до роботи наукові публікації: статті, тези та монографії стосовно проблем та напрямів розвитку туризму в Україні та світі, ті екологічного впливу туристичної діяльності, нормативно-правова база, статистична інформація.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки

1. Теоретичні основи підвищення прибутковості підприємства

2. Аналіз прибутковості Гостинний двір "Будинок Павлових"

3. Розробка рекомендацій та соціальна і економічна оцінка ефективності щодо підвищення прибутковості Гостинний двір "Будинок Павлових"

5. Перелік графічного матеріалу

Показники рентабельності поточної діяльності Гостинний двір "Будинок Павлових" за 2017-2018 р.р.

Номерний фонд в режимі вільного поселення

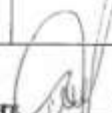
6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 11 травня 2020 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Оцінка виконання етапу	
			у %	за 4-х бальною шкалою
1	Огляд літературних джерел	11.05.20 – 12.05.20	90	Відмінно (А)
2	Написання першого розділу роботи	13.05.20 – 15.05.20	90	Відмінно (А)
3	Написання другого розділу роботи	16.05.20 – 18.05.20	90	Відмінно (А)
4	Написання третього розділу	19.05.20- 22.05.20	90	Відмінно (А)
5	Рубіжна атестація	23.05.20- 30.05.20.	90	Відмінно (А)
6	Здача на кафедрі	12.06.20		
7	Перевірка на плагіат	13-14.05.20		
8	Рецензування	14.05.20		
	Інтегральна оцінка виконання етапів календарного плану (як середня по етапам)		90	Відмінно (А)

Студент  **Ткач Лілія Олександрівна**
(підпис) (прізвище та пошани)

Керівник роботи  **Арестов С.В.**
(підпис) (прізвище та ініціали)

Висновок керівника бакалаврської кваліфікаційної роботи
студентки 4 року навчання спеціальності 242-Туризм

Ткач Лілії Олександрівни

на тему: "Інвестиції в сфері туризму як фактор підвищення прибутковості готельного підприємства (на прикладі гостинного двору "Будинок Павлових")"

Студентка Ткач Лілія Олександрівна виконала бакалаврську кваліфікаційну роботу, «Інвестиції в сфері туризму як фактор підвищення прибутковості готельного підприємства (на прикладі гостинного двору "Будинок Павлових")». Розглянуто питання обґрунтування теоретичних та методичних основ підвищення прибутковості готельного підприємства, проаналізовано прибутковість Гостинний двір "Будинок Павлових", запропоновані рекомендації щодо підвищення прибутковості Гостинний двір "Будинок Павлових"

У першому розділі роботи розглянуто теоретичні основи підвищення прибутковості підприємства. У другому розділі проведено аналіз прибутковості Гостинний двір "Будинок Павлових". У третьому розділі розроблені рекомендації та проведена соціальна і економічна оцінка ефективності щодо підвищення прибутковості Гостинний двір "Будинок Павлових".

Теоретичною основою дослідження стали наукові розробки вітчизняних та закордонних вчених з питань туризму, нормативно-законодавчі акти, данні статистичних збірників, аналітичні обзори, інформація з мережі Internet, матеріали наукових конференцій. Студентка показала вміння працювати з науковою літературою, статистичною звітністю та практичними матеріалами, здатність аналізувати проблемні питання та робити висновки за отриманими результатами. Виявила схильність до наукової роботи і творчий підхід у вирішенні поставлених завдань, показала добру теоретичну підготовку і самостійність у прийнятті рішень. При виконанні бакалаврської кваліфікаційної роботи строго дотримувалась змісту завдання та календарного плану. Перевагами бакалаврської кваліфікаційної роботи слід вважати актуальність досліджуваної теми, нестандартний підхід та обґрунтованість пропозицій щодо розробки рекомендацій та оцінки соціальної і економічної ефективності щодо підвищення прибутковості Гостинний двір "Будинок Павлових".

Основні положення та результати дослідження пройшли апробацію з доброю оцінкою під час проходження практики на ОДС «Тур» та на 3 конференціях:

- на Міжнародній науковій конференції «Економіко-екологічні проблеми сучасності у дослідженнях науковців», Одеський державний екологічний університет 25-26 червня 2019р, доповідь на тему «Комунікаційні механізми підвищення ефективності інвестицій в екологічні послуги»;
- на Міжнародній науково-практичній конференції «Фінанси, аудит та соціальна економіка: теоретичні підходи та практичні аспекти розвитку», Львів 2019 р., доповідь на тему «Туристичне підприємство в умовах ринкової економіки і стратегія його розвитку»;
- на Міжнародній науково-практичній конференції «Глобалізація сучасного світового господарства: стан, проблеми, ефективність», Київ 2019 р., доповідь на тему «Організація туристичної діяльності».

Робота студентки під час виконання завдання заслуговує оцінки «відмінно» (90%). Слід зазначити, що дослідження виконане на доброму науковому та професійному рівні, відповідає завданню та вимогам, що пред'являються до оформлення та змісту, може бути представлена до захисту, а її автор Ткач Л. О. заслуговує на присвоєння кваліфікації бакалавра з туризму.

Керівник роботи _____

(підпис)

" 12 "

20 20 року

Висновок кафедри, циклової комісії про бакалаврську кваліфікаційну роботу

Бакалаврська кваліфікаційна робота розглянута. Студентка Ткач Л. О.

(прізвище та ініціали)

допускається до захисту даної бакалаврської кваліфікаційної роботи в Екзаменаційній комісії № _____

Завідувач кафедри економіки природокористування

(підпис)

Губанова О.Р.

(прізвище та ініціали)

" "

20 року

РЕЦЕНЗІЯ
на бакалаврську кваліфікаційну роботу за темою:
**Інвестиції в сфері туризму як фактор підвищення прибутковості
готельного підприємства (на прикладі гостинного двору "Будинок
Павлович")**
студентка гр. СТ- 43 Ткач Лілія Олександрівна

№№ п/п	Розділи	Зміст, коментарій до розділу	Відмітка
1	Ознака кваліфікаційної роботи	Реальний	
		Академічний	Так
2	Напрямок кваліфікаційної роботи	Інженерний	
		Науково-дослідний	Так
3	Відповідність змісту кваліфікаційної роботи назві теми	(віدповідає, не відповідає)	Відповідає
4	Закінченість дослідження з теми проекту	(так, ні)	Так
5	Елементи наукової новизни	В чому вони полягають	Розглянути питання обґрунтування теоретичних та методичних основ підвищення прибутковості готельного підприємства
6	Якість оформлення кваліфікаційних робіт	Відповідність вимогам (відповідає, не відповідає)	Відповідає
7	Недоліки у виконаній роботі	Перелік недоліків	Недоліки у оформленні списку літератури та наявність незначних технічних похибок у оформленні роботи
8	Загальна оцінка	За чотирьох-бальною та системою ECTS	5 (Відмінно) 90 А

Пропоную розглянути можливість про присвоєння кваліфікації бакалавра з туризму.

Рецензент  доцент, к.е.н., Колонтай С.М.

Висновок про рівень оригінальності кваліфікаційної роботи

Назва роботи: Інвестиції в сфері туризму як фактор підвищення прибутковості готельного підприємства (на прикладі гостинного двору "Будинок Павлових")

Вид кваліфікаційної роботи: Бакалаврська кваліфікаційна робота

Автор: Ткач Лілія Олександрівна

Прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступень, вчене звання керівника:

Арестов Сергій Вікторович, к.е.н., доцент

Обсяг роботи: 63 стор.

Програмно-технічні засоби перевірки на оригінальність роботи: онлайн сервіс перевірки тексту на унікальність <https://text.ru>

Результати перевірки на оригінальність твору роботи

Назва структурного елементу твору (розділів)	Обсяг рукопису	Обсяг твору, який перевірено на оригінальність	Показник оригінальності (у відсотках)
Теоретичні основи підвищення прибутковості підприємства	19 стор.	9437 символів, 1312 слів	82,4
Аналіз прибутковості Гостинний двір "Будинок Павлових"	18 стор.	8970 символів, 1112 слів	81,3
Розробка рекомендацій та соціальна і економічна оцінка ефективності щодо підвищення прибутковості Гостинний двір "Будинок Павлових"	26 стор.	11234 символів, 1435 слів	85,4

Загальний висновок кафедри «Економіки природокористування»: допустити до захисту кваліфікаційної роботи

Ткач Л. О.

Доцент

Арестов С.В.

Зав.кафедри
Губанова О.Р.

Анотація

Арестов С. В. Ткач Л. О. «Інвестиції в сфері туризму як фактор підвищення прибутковості готельного підприємства (на прикладі гостинного двору "Будинок Павлових")».

Метою дослідження є розробка рекомендацій щодо підвищення прибутковості в гостинний двір "Будинок Павлових".

Виходячи з поставленої мети можна сформулювати наступні завдання:

- вивчити теоретичні основи підвищення прибутковості готельного підприємства;
- проаналізувати прибутковість гостинний двір "Будинок Павлових";
- розробити рекомендації щодо підвищення прибутковості гостинний двір "Будинок Павлових";
- розрахувати економічну ефективність запропонованих рекомендацій до Гостинного двору "Будинок Павлових".

Ключові слова: інвестиції, послуги, ефективност.

Звіт про БКР: 3 рисунки; 3 таблиці; 19 джерел; 64 стр.

Annotation

Arestov SV Tkach LO "Investments in tourism as a factor in increasing the profitability of the hotel business (on the example of the guest house "Pavlov House")".

The purpose of the study is to develop recommendations for increasing the profitability of the hospitable yard "Pavlov House".

Based on this goal, we can formulate the following tasks:

- to study the theoretical foundations of increasing the profitability of the hotel business;
- to analyze the profitability of the hospitable yard "House of the Pavlovs";
- develop recommendations for increasing the profitability of the hospitable yard "Pavlov House";
- calculate the economic efficiency of the proposed recommendations to the Guest House "Pavlov House".

Key words: investments, services, efficiency.

ЗМІСТ

Вступ.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1 Інвестиції як джерела підвищення прибутковості	9
1.2 Джерела зміни прибутковості на підприємстві гостинності.....	13
1.3 Вплив додаткових послуг на підвищення прибутковості підприємства гостинності.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРИБУТКОВОСТІ ГОСТИННИЙ ДВІР "БУДИНОК ПАВЛОВИХ"	22
2.1 Характеристика діяльності гостинний двір "Будинок Павлович".....	22
2.2 Аналіз прибутковості та рентабельності гостинний двір "Будинок Павлович".....	25
2.3 Аналіз додаткових послуг гостинний двір "Будинок Павлович".....	33
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ТА СОЦІАЛЬНА І ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ГОСТИННИЙ ДВІР "БУДИНОК ПАВЛОВИХ".....	37
3.1 Рекомендації по використанню можливостей програмного комплексу «Готель» для управління і автоматизації готелю гостинний двір "Будинок Павлович".....	37
3.2 Рекомендації по впровадженню додаткових послуг в області транспортного забезпечення та вдосконалення розважальної та екскурсійно-дозвілєвої діяльності готелю гостинний двір "Будинок Павлович".....	46
3.3 Теоретичні основи та розрахунок оцінки соціальної та економічної ефективності розроблених рекомендацій.....	51
ВИСНОВКИ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	63

Вступ

Загальновідомо, що результатом діяльності будь-якого комерційного підприємства є отримання прибутку, яка відображає прибутковість діяльності. Доходи готельного підприємства залежать в першу чергу від послуг: від якості їх надання, від умінь і навичок персоналу роботи з клієнтами. Адже чим краще обслужить офіціант в ресторані або порт'є в готелі на стійці прийому і розміщення, тим більше клієнт замовить будь-яких послуг і, отже, тим більше залишить грошей в даному закладі. І, отже, готель або ресторан отримають більше прибутку і тим самим збільшать прибутковість від своїх послуг. А це в свою чергу дозволить керівництву підприємства поліпшити інфраструктуру закладу і залучити ще більше клієнтів.

Актуальність даної теми полягає в тому, що прибутковість є першочерговим стимулом до створення нових або розвитку вже діючих підприємств. Прибутковість спонукає підприємців шукати більш ефективні способи поєднання ресурсів, винаходити нові продукти, на які може виникнути попит, застосовувати організаційні і технічні нововведення, які обіцяють підвищити ефективність виробництва. Оперуючи прибутком, кожне підприємство вносить свій внесок в економічний розвиток суспільства, сприяє створенню і примноженню суспільного багатства і росту добробуту народу.

Зараз на прибутковість готелів в значній мірі впливає криза. Часом клієнти відмовляються від послуг не стільки, тому що немає грошей, а тому що вони побоюються значних витрат. А оскільки стеля продажів не був досяжний і до кризи, то для багатьох готелів стає актуальним не просто більше продавати, а вижити за рахунок цих продажів, а це можна зробити, тільки якщо використовувати найбільш ефективні методи підвищення прибутковості.

Об'єктом дослідження є прибутковість на підприємствах гостинності.

Предметом дослідження є підвищення прибутковості в гостинний двір "Будинок Павлових".

Мета дослідження - розробка рекомендацій щодо підвищення прибутковості в гостинний двір "Будинок Павлових".

Виходячи з поставленої мети можна сформулювати наступні завдання:

- вивчити теоретичні основи підвищення прибутковості готельного підприємства;
- проаналізувати прибутковість гостинний двір "Будинок Павлових";
- розробити рекомендації щодо підвищення прибутковості гостинний двір "Будинок Павлових";
- розрахувати економічну ефективність запропонованих рекомендацій до Гостинного двору "Будинок Павлових".

Методами дослідження для розкриття теми дипломного проекту є:

- вивчення та аналіз наукової літератури;
- аналіз і синтез сучасних пропозицій в даному питанні;
- консультації з фахівцями в області фінансів гостинний двір "Будинок Павлових".

Матеріали дослідження. У роботі використовувалася інформаційна база України та світу щодо розвитку туристичного бізнесу. Інформаційну базу дослідження склали праці вітчизняних і зарубіжних вчених, фахівців з проблем впливу туристичного бізнесу на довкілля, чинне законодавство, дані державної служби статистики України, результати власних досліджень. Також практичні матеріали базового підприємства-гостинний двір "Будинок Павлових".

Практична значимість даного дипломного проекту полягає у визначенні впливу різноманітності та якості додаткових послуг готельного підприємства на його прибутковість, на збільшення доходів за рахунок розширення спектра послуг, а також в розробці пропозицій щодо розширення спектра додаткових послуг в гостинний двір "Будинок Павлових".

Результати роботи були апробовані:

- на Міжнародній науковій конференції «Економіко-екологічні проблеми сучасності у дослідженнях науковців», Одеський державний екологічний

університет 25-26 червня 2019р, доповідь на тему «Комунікаційні механізми підвищення ефективності інвестицій в екологічні послуги»;

- на Міжнародній науково-практичній конференції «Фінанси, аудит та соціальна економіка: теоретичні підходи та практичні аспекти розвитку», Львів 2019 р., доповідь на тему «Туристичне підприємство в умовах ринкової економіки і стратегія його розвитку»;

- на Міжнародній науково-практичній конференції «Глобалізація сучасного світового господарства: стан, проблеми, ефективність», Київ 2019 р., доповідь на тему «Організація туристичної діяльності».

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Інвестиції як джерела підвищення прибутковості

Прибутковість - процентна зміна вартості інвестицій у фінансові активи за певний період часу.

Інвестиції - довгострокові вкладення капіталу в економіку з метою отримання доходу.

Інвестиції є невід'ємною частиною сучасної економіки. Від кредитів інвестиції відрізняються ступенем ризику для інвестора (кредитора) - кредит і відсотки необхідно повертати в обумовлені терміни незалежно від прибутковості проекту, інвестиції повертаються і приносять дохід тільки в прибуткових проектах. Якщо проект збитковий - інвестиції можуть бути втрачені.

Інвестиційна діяльність - вкладення інвестицій і здійснення практичних дій з метою отримання прибутку і досягнення іншого корисного ефекту.

Існують різні класифікації інвестицій.

По об'єкту інвестування виділяють:

- 1) Реальні інвестиції (пряма купівля реального капіталу в різних формах):
 - у формі матеріальних активів (основних фондів, землі), оплата будівництва або реконструкції;
 - капітальний ремонт основних фондів;
 - вкладення в нематеріальні активи: патенти, ліцензії, права користування, авторські права, товарні знаки, ноу-хау, людський капітал (виховання, освіта, наука).
- 2) Фінансові інвестиції (непряма купівля капіталу через фінансові активи):
 - цінні папери;
 - надані кредити;

- лізинг (для лізингодавця).

3) Спекулятивні інвестиції (купівля активів виключно заради можливої зміни ціни):

- валюти;
- дорогоцінні метали (у вигляді знеособлених металевих рахунків);
- цінні папери (акції, облігації, сертифікати інститутів спільного інвестування тощо).

За основними цілями інвестування:

- прями інвестиції;
- портфельні інвестиції;
- реальні інвестиції;
- нефінансові інвестиції;
- інтелектуальні інвестиції (пов'язані з навчанням фахівців, проведенням курсів і багатьом іншим).

По термінах вкладення:

- короткострокові (до одного року);
- середньострокові (1-3 роки);
- довгострокові (понад 3-5 років);

За формою власності на інвестиційні ресурси:

- приватні;
- державні;
- іноземні;
- змішані.

Грань між інвестицією і спекуляцією розмита. Зазвичай критерієм розмежування вказують фактор часу. Якщо операція триває більше року - це інвестиція, і економічний ефект вона дасть через значний термін після вкладення. Якщо до року - це спекуляція. Наприклад, «Сучасний економічний словник» вказує.

Інвестиції - «довгострокові вкладення» державного або приватного капіталу у власній країні чи за кордоном з метою отримання доходу в

підприємства різних галузей, підприємницькі проекти, соціально-економічні програми, інноваційні проекти. [19, с. 8]

У той же час, коли говорять про біржову торгівлю, то говорять про притягнення, наприклад, «портфельних інвесторів», які чуйно стежать за ситуацією на ринку і можуть з нього піти, не звертаючи уваги на тривалість угод.

За характером договорів, що укладаються, за характером вироблених дій, за програмними цілями, за юридичними наслідками біржові інвестиції і спекуляції не відрізняються.

Бенджамін Грем пропонував інвестицією вважати операцію, засновану на ретельному аналізі фактів, перспектив, безпеки вкладених коштів і достатній дохід. Все інше визнавалося спекуляцією.

Найчастіше розмежування проводять за критерієм організації нового бізнесу (реальна інвестиція) і участі в уже існуючому бізнесі (спекуляція). Іноді критерієм поділу служить мета операції. Спекуляцією вважають операцію, у якій метою є різниця в ціні (акції, паю, товару). Інвестицією вважають операцію, метою якої є дохід у формі відсотків (дивідендів), що нараховуються на набутий актив. [13, с. 54]

З позиції монетарної теорії грошей, кошти можна направити на споживання або заощадження. Просте заощадження вилучає кошти з обороту і створює передумови для криз. Інвестування залучає заощадження в оборот. Воно може відбуватися безпосередньо або побічно (розміщення тимчасово вільних коштів на депозит в банк, який вже сам інвестує).

Багато відомих економістів засуджують практику державних інвестицій у зв'язку з загрозою неефективного розміщення коштів. Найбільш послідовні в цьому напрямку представники Австрійської економічної школи, наприклад, книги Людвіга фон Мізеса «Соціалізм», «Бюрократія». [13, с.49]

Вважається, що для залучення інвестицій підприємство повинно:

- мати добре відпрацьований і перспективний план діяльності на майбутнє. Інвестори хочуть знати, що їх вклади принесуть надалі прибуток;

- мати хорошу репутацію в суспільстві. Інвестуючи в тіньовий підприємство, інвестори ризикують залишитися без прибутку, тому вибирають тільки ті підприємства, які викликають довіру;
- вести відкрити, тобто прозору діяльність. Для цього необхідні бухгалтерська звітність і робота зі ЗМІ.

Багато що залежить від внутрішньої політики, що проводиться в тій країні, в якій знаходиться підприємство. Для вкладів інвестори вибирають найбільш стабільні країни. [13, с.51]

Однак на практиці ці умови необхідні для портфельних інвесторів. Інвестиції цілком можуть залучатися і без цих умов, але при впевненості інвестора в дотриманні своїх прав на розпорядження капіталом і прибутком. Таку впевненість можуть гарантувати не тільки закони і прозорість обліку, а й особисті зв'язки, наприклад, в уряді або парламенті, отримання права безпосереднього контролю за ситуацією на підприємстві через контрольний пакет акцій і призначення підконтрольного директора або особисте безпосереднє керівництво. Істотним фактором залучення інвестицій є співвідношення прибутку і ризику. Частина інвесторів вибирають менший ризик і погоджуються на меншу прибуток. Частина інвесторів виберуть більш високу прибутковість вкладень, незважаючи на підвищені ризики. Сировинним компаніям взагалі вибирати не доводиться: йдуть туди де є ресурс.

Крім того, для залучення інвестицій іноді створюються особливі умови. Прикладом створення таких особливих умов є особливі економічні зони (ОЕЗ). Сукупність умов для інвестора іноді називають «інвестиційним кліматом». Інвестиції характеризуються, серед іншого, двома взаємопов'язаними параметрами: ризиком і прибутковістю (прибутковістю). Як правило, чим вище ризик інвестицій, тим вище повинна бути їх очікувана прибутковість.

Величина інвестиційного ризику показує ймовірність втрати інвестицій і доходу від них. Величина загального, інтегрального ризику складається з семи видів ризику: законодавчого, політичного, соціального, економічного, фінансового, кримінального, екологічного. При цьому середньоукраїнський

ризик приймається за одиницю, а реальні показники регіонів можуть відхилятися.

Фінансова успішність готельного бізнесу в порівнянні з бізнесом торговим, офісним і житловим залежить від того, які цілі ставить перед собою інвестор. Обсяги інвестицій в готельний бізнес при будівництві трьох-зіркового готелю і при будівництві готелю рівня чотирьох - п'яти зірок сильно не різняться, правда в другому випадку обробка зажадає трохи більше фінансових вкладень. Однак окупність готелів трьох - зіркового рівня буде значно нижче.

У разі якщо інвестор набуває певний будівлю, розраховуючи на її подальшу реконструкцію, то кількість інвестицій в готельний бізнес при цьому падає, а терміни окупності при високій рентабельності стають помітно коротшими.

Вкладаючи інвестиції в готельний бізнес, розпочатий з нуля, інвестор витрачається не тільки на будівництво та оздоблення приміщення, а й на проведення необхідних комунікацій, включаючи електрику, опалення, телефонний зв'язок, кондиціонування та інше. У випадку ж з готелем, схильною до реконструкції важливо ще й те, що за час свого існування вона стала популярною, а тому витрат на рекламу буде потрібно значно менше.

1.2 Джерела зміни прибутковості на підприємстві гостинності

Прибутковість або Ставка прибутковості (англ. Rate of return) - Процентне зміна вартості інвестиції в фінансові активи за певний період часу.

Розрізняють такі види дохідності:

- прибутковість до погашення (для облігацій);
- поточна прибутковість (для акцій і облігацій);
- дивідендна прибутковість (для акцій);
- річна процентна прибутковість;
- внутрішня дохідність.

Чітка класифікація прибутків і витрат є базою обґрунтованого визначення чистого результату діяльності за визначений період. Крім цього, класифікація необхідна для:

- визначення, із якого джерела отримане основна частина прибутків і прибули звітного періоду;
- поділи виробничої собівартості продукції і невиробничих витрат, у тому числі витрат по керуванню і реалізації, а також витрат по фінансовій діяльності;
- поділу постійних і змінних витрат із метою управлінського і фінансового аналізу.

Для визначення джерел отримання доходів вся діяльність підприємства поділяється на наступні види:

- основну або операційну діяльність (виробництво і реалізація продукції, робіт і послуг підприємства);
- фінансову діяльність (одержання кредитів і видача їх іншим підприємствам; участь підприємства в діяльності інших компаній; операції підприємства на фінансових ринках, курсові різниці та ін.);
- надзвичайні статті (операції, що не є характерними для діяльності готельного підприємства).

Такий розподіл дуже важливо, оскільки воно дозволяє визначити, який питома вага доходів, отриманих як від основної діяльності готельного підприємства, так і з інших джерел, особливо з таких, які взагалі не є характерними для діяльності даного підприємства і не можуть розглядатися як постійне джерело отримання його доходів.

В системі фінансового керування необхідно мати такі показники доходів і прибутку:

- чиста виручка від реалізації продукції (робіт, послуг) - це валовий вииторг від реалізації за вирахуванням податку на додану вартість, акцизів, повернутих товарів і цінових знижок. Саме цей показник є реальною базою для наступного розрахунку показників прибутку й оцінки рентабельності готельного підприємства;

- валовий прибуток від реалізації - чистий виторг від реалізації за відрахуванням виробничих витрат на реалізовану продукцію. Цей показник дозволяє аналізувати ефективність виробничої діяльності готельного підприємства;
 - прибуток (збиток) від основної діяльності (операційний прибуток або операційний збиток) - валовий прибуток від реалізації за вирахуванням витрат по керуванню і витрат по збуту. Цей показник відображає вплив витрат по керуванню і збуту на фінансовий результат від реалізації;
 - прибуток від фінансової діяльності - сальдо доходів і витрат по фінансовій діяльності. Цей показник необхідний, для того щоб відокремити прибуток від виробничо-господарської діяльності готельного підприємства від таких джерел прибули, як одержання відсотків і дивідендів підприємством, операції з іноземною валютою і ін.
 - прибуток від звичайної господарської діяльності - сума прибутків від основної господарської діяльності і прибутків від фінансової діяльності; надзвичайні прибутки;
 - прибуток (збиток) до сплати податку. Цей показник є точкою переходу від бухгалтерського прибутку до оподаткованого прибутку. Бухгалтерська (або звітна) прибуток - це прибуток, розрахований відповідно до вимог бухгалтерського обліку. Основна мета визначення бухгалтерської прибули - показати ефективність діяльності підприємства за звітний період. [1, с.67]
- Бухгалтерський облік існує для того, щоб зібрати і обробити інформацію про доходи та витрати готелю, а також про чистий результат його діяльності для прийняття управлінських рішень на майбутні періоди.

Оподатковуваний прибуток - це бухгалтерський прибуток, перелічений відповідно до податкових вимог; чистий прибуток (чистий збиток) - прибуток після сплати податку. В умовах ринкової економіки це найважливіший показник діяльності підприємства. Саме він знаходиться в центрі уваги керуючого підприємства і фінансових ринків. Від його динаміки залежить саме

існування готелю, робочі місця для її працівників, виплата дивідендів в акціонерній компанії. [1, с.88]

Поділ виробничої собівартості і загальногосподарських витрат періоду, а також витрат по збуті необхідно, щоб оцінити, який вплив на кінцеві результати зробила виробнича діяльність підприємства, а також його адміністративна і позавиробнича діяльності. Невисоке значення показника «Валовий прибуток від реалізації продукції» свідчить про те, що підприємству потрібно внести зміни у виробничий процес з метою підвищення його ефективності. Невисоке значення показника «Прибуток від основної діяльності» (операційний прибуток) при гарному рівні валового прибутку від реалізації відбиває проблеми підприємства в системі загальногосподарського керування виробничим процесом і збутом.

Поділ постійних і змінних витрат важливо для цілей фінансового планування. Основне завдання тут полягає в тому, щоб визначити, як повинні змінитися постійні і змінні витрати при планованих темпах росту обсягу реалізованої продукції з урахуванням того, що тільки змінні витрати змінюються пропорційно росту або падіння обсягу виробництва і реалізації. Самий гарний менеджер мало чого зможе домогтися на ринку, якщо у готелі, якою він керує, буде серйозна хиба коштів. Тому задача притягнення і максимального використання грошового капіталу - одна з ключових в наших сучасних умовах. [4, с. 34]

При створенні свого підприємства підприємець авансує майбутнє виробництво. Продукція ще не зроблена і, природно не реалізована, а певні кошти і майно уже вкладені у формування виробничої структури. Авансування здійснюється у вигляді формування статутного капіталу, майна і грошових коштів, що дозволяють приступити до реалізації проекту, що лежить в основі створюваного підприємства.

1.3 Вплив додаткових послуг на підвищення прибутковості підприємства гостинності

Залежно від цілей подорожі розрізняються і види готелів, які поділяються на такі, як:

- готелі ділового призначення, обслуговуючі осіб, які перебувають в ділових поїздках і відрядженнях. Готелі цієї групи найбільш відомі як готелі для конгресного обслуговування: обслуговування симпозіумів, з'їздів, зборів, конференцій ;
- готелі для відпочинку (курортні, туристські).

Для обслуговування ділових людей повинні бути створені відповідні умови, в зв'язку з чим до готелів ділового призначення пред'являються такі вимоги, як: місце розташування поблизу адміністративних, громадських та інших центрів міст і поселень; переважання в номерному фонді одномісних номерів; обов'язкова організація в номері, поряд із зоною відпочинку і сну, робочої зони; наявність в номерному фонді номерів-апартаментів, необхідних для обслуговування у випадках розміщення ділових людей з членами своїх сімей; наявність спеціальних приміщень для проведення ділових заходів: конференц-залів (бажано різної місткості), переговорних кімнат, приміщень для експозиції і т.д .; наявність спеціального технічного обладнання: для синхронного перекладу, всіляких видів зв'язку і оргтехніки; наявність служб фінансового забезпечення: відділення банків, пунктів обміну валюти.

Концепція «курортного готелю» передбачає надання розміщення, харчування, і ряду додаткових послуг людям, які прагнуть до відпочинку і відновлення здоров'я. У структурі курортних готелів в обов'язковому порядку повинні бути передбачені приміщення для надання медичних послуг лікувально-профілактичного характеру, надання дієтичного харчування, заняття спортом і активним відпочинком і інші послуги.

Залежно від специфіки готелю, від його функціонального призначення, види додаткових послуг так само класифікуються за належністю і необхідності

їх організації в даному місці перебування гостя: більшість додаткових послуг, необхідних туристові, що приїхав з діловими цілями, не будуть потрібні людині, який заселився в курортний готель з метою відпочинку і розваги або лікування. Коли молода пара купує путівку в будь-якої пансіонат, звертаючи увагу на його основну спрямованість, то завжди платить за весь пакет послуг, в які входять крім основних і додаткові послуги, такі як розважальна програма, спортивна, дискотека та інші, якими вона із задоволенням скористається. Ця група клієнтів із задоволенням скористається цими послугами не тільки тому що вони за це заплатили, а й з-за того, що їм це цікаво. Приїхавши в той же пансіонат, і так само звертаючи увагу на його основну спрямованість, літня пара або люди середнього віку платять таку ж суму за той же пакет послуг, але їм вже не цікавить та група додаткових послуг, якими скористається молода пара. Виходить так, що літня пара заплатила за послуги, які їй не потрібні. Це визначає специфіку будь-якого готельного підприємства.

Як фактор залучення потенційних клієнтів керівництво може використовувати такі додаткові послуги, які відсутні або недопрацьовані в конкуруючому готелі (наприклад, екскурсійні програми, трансфер, наявність басейну, аквапарк та інші). При виборі готелю для відпочинку або ділової відрядження при однаковому рівні всіх основних послуг, ціною на них, категорії готелю і його іміджу клієнт бере за основу вибору того чи багато готелю саме додаткові послуги, тобто їх кількість і різноманітність в готелі.

Керівництво може включити в додаткові послуги і ті, які не належать до даного типу готелів, але при випадково виниклої необхідності клієнт має можливість ними скористатися, що виділяє в окрему групу готелі змішаного типу, які надають не тільки послуги відпочинку, але і ділового призначення. Наприклад, коли турист, який приїхав з пізнавальними цілями, поселяється в готелі в центрі міста, то його увазі повинні бути представлені, в першу чергу, ті послуги, які здатні задовольнити його потреби, а послуги ділового призначення йому можуть знадобитися при необхідності провести будь-які ділові операції, не залишаючи готелю. Головне в такій організації послуг - повоюватися

надмірності, яка може привести до непридатності однієї додаткової послуги та нестачі будь-якої іншої послуги. Відповідно додаткові послуги виступають як фактор привабливості того чи іншого готелю, що є додатковим доходом для нього, а часом приносять і основний дохід.

Прибутковість готелю характеризується як найважливіший показник діяльності готелю (особливо для реального або потенційного власника), який визначається відношенням отриманого прибутку (як правило, береться чистий прибуток) до витраченому капіталу. [2, с.126]

Доходи або продажу готелю складаються з:

- доходів від продажу номерного фонду (тобто від основних послуг);
- доходів отриманих від ресторанів та інших підприємств харчування готелю;
- доходів, отриманих від продажу додаткових послуг.

Основний дохід у багатьох готельних підприємствах приносять основні послуги, тобто розміщення, а так само послуги, що входять в оплату номера (харчування - зазвичай це сніданок, а решта послуг включаються на розсуд кожного готелю: це може бути і автостоянка, і користування лазнею або сауною і т.д.). Також важливу роль у формуванні основного доходу грає служба харчування при готелі (ресторани, бари і т.д.). У міру зниження завантаження номерів готелю (в несезонний час або через інших причин) роль служби харчування як джерела доходу зростає в даний час вона зрівнялася з роллю номерного фонду. Відповідно до цієї службі необхідно приділяти належну увагу - ресторани готелів стають все більш розкішними, число їх в одному готелі збільшується, з'являються спеціалізовані ресторани з національними кухнями, кав'ярні, бари і т.д. Зараз чим вищий клас готелю, тим значніше роль ресторану.

Завантаження номерів готелю, а так само її популярність можуть залежати так само і від послуг, що надаються гостям за окрему плату, що може залучити відвідувачів навіть більше, ніж розкішні номери і зірковість готелю; а також в не сезон допомагає реалізовувати свою діяльність за допомогою місцевого населення, пропонуючи їм свої послуги. У цьому випадку від додаткових

послуг залежить завантаження номерного фонду, коефіцієнт якої розраховується як відношення числа проданих номерів до загальної кількості наявних номерів за звітний період (день, тиждень, місяць, рік):

$$\text{Коефіцієнт завантаження} = \frac{\text{Продані номери}}{\text{Наявні номери}} \quad (1.3.1)$$

Коефіцієнт завантаження - це найважливіший показник роботи готелю, що визначає її рентабельність. В даний час в світі спостерігається поступове зниження цього коефіцієнта. Це викликано будівництвом все нових і нових готелів, завдяки чому пропозиція готельних послуг в цілому перевищує попит на них. Середній коефіцієнт завантаження зараз близько 60% що майже на межі рентабельності. Природньо, коефіцієнт завантаження змінюється: в сезон - вище, в не сезон - нижче; в суботу та неділю - менше, ніж в будні дні, в свята вище, ніж в звичайні дні і т.д. У кожного готелю своя картина зміни коефіцієнта завантаження в часі та адміністрація повинна застосовувати відповідні заходи для вирівнювання коливань цього коефіцієнта. [2, с.97]

Коефіцієнт завантаження залежить від багатьох факторів. Тут можна відзначити лише те, що не існує безпосередній залежності між величиною тарифу і коефіцієнтом завантаження: наприклад, готель з тарифом 60 доларів США може мати коефіцієнт завантаження 62%, а готель з тарифом 100 доларів США - 75%, хоча економічна теорія передбачає збільшення попиту на послуги в міру зниження їх вартості. Однак стосовно до одного готелю ця залежність може спостерігатися: зниження тарифу веде до деякого збільшення завантаження в 2010 році мали готелі Амстердама (78%), Барселони (75%), Копенгагена (76%), Лондона (80%), Стокгольма (76%). Завантаження готелів в столицях Європи, що грають значну роль на світовому ринку готельних послуг, формується завдяки якості, різноманітності, варіативності і гнучкості додаткових послуг та рівнем і швидкості обслуговування.

Так само додаткові послуги аналізуються для позначення частки їх різних груп і варіантів, і потім будується кругова діаграма за результатами фінансової

діяльності підрозділів, що надають ці послуги. Відповідно вибираються ті групи послуг, які мають більший економічний ефект, і складаються програми їх вдосконалення, інші ж послуги, що приносять збитки (від недоречності, старіння моди на них і інших причин), вилучаються із загального користування та або розробляються заново, або видаляються зовсім.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПРИБУТКОВОСТІ ГОСТИННИЙ ДВІР "БУДИНОК ПАВЛОВИХ"

2.1 Характеристика діяльності гостинний двір "Будинок Павлович"

Основним видом діяльності гостинний двір "Будинок Павлович", розташованої за адресою місто Одеса, Миколаївська дорога 168-Б, є надання послуг розміщення своїм клієнтам. Номерний фонд готелю "Будинок Павлович" - це упорядковані номери, які мають телевізор, сучасний санвузол та ін. В комплексі розташовується 80 номерів на 160 місць, категорії: люкс, напівлюкс, стандарт, номер для молодят. Сніданок входить у вартість номера. Також в готелі є ресторан на 140 місць - (три зали), він спеціалізується на традиційній кухні, а також в меню пропонуються популярні страви європейської та кавказької кухні.

Готель пропонує також широкий спектр додаткових послуг. До них відносяться: анімаційні програми в ресторані і на виїзді, виставка творів місцевих художників, більярд, сувенірна крамниця. гостинний двір "Будинок Павлович" пропонує також проведення різних корпоративних заходів та ділових зустрічей.

Існує багатий вибір екскурсійних програм, пропонованих готелем, гості можуть відвідати:

- музей-заповідник;
- художній музей.

Кожен працівник має свої права і обов'язки відповідно до посадової інструкції.

Директор здійснює керівництво роботою готельного комплексу, координує діяльність усіх співробітників, доводить до відома та впроваджує в роботу обслуговуючого персоналу принципи ефективного обслуговування клієнтів. Директор вирішує питання, пов'язані з функціонуванням готелі, а фінансові,

інвестиційні та організаційні питання, що стосуються частини прибутку та напрямків розвитку вирішуються спільно з інвестором і генеральним директором холдингу.

Адміністративний апарат бере участь в розробці планів поточних і капітальних ремонтів і складанні кошторисів господарських витрат, організовує проведення ремонту приміщень, здійснює контроль за якістю виконання ремонтних робіт, за транспортуванням необхідних матеріалів і засобів, веде облік їх витрачання та складання звітності.

Бухгалтер враховує господарську діяльність готелю, доходи від реалізації послуг і робіт, веде облік витрат, розраховується з постачальниками і покупцями, з бюджетом по податках, з позабюджетними фондами.

В якості служби безпеки виступає приватне охоронне підприємство «Карабінер».

Адміністратори забезпечують роботу по культурному обслуговуванню клієнтів, знайомлять їх з наявними в наявності номерами, додатковими платними послугами, меню. Адміністратори приймають і оформляють документи, листи бронювання, перевіряють рахунки; приймають претензії клієнтів, інформують керівництво про недоліки в обслуговуванні, ліквідують їх, контролюють виконання працівниками вказівок керівництва та ін.

Адміністратор готелю керує роботою чергового по поверхах і пральні. Черговий по поверхах розміщує на поверсі в номерах клієнтів готелю, при їх виїзді з готелю приймає номера; забезпечує порядок на поверсі, належний санітарний стан номерів, стежить за справністю апаратури, сантехнічного обладнання. Черговий по поверхах не повинен допускати присутність сторонніх осіб в номерах після певного часу. В його обов'язки входить контроль за роботою покоївки і прибиральниці.

Пральня займається пранням, сушінням, прасуванням та сортуванням постільної білизни або одягу клієнтів (за їхнім бажанням).

Ресторан як підрозділ громадського харчування обслуговує гостей згідно меню. Адміністратор залу ресторану стежить за роботою барменів та

офіціантів. Офіціанти приймають замовлення і передають їх на виконання кухарям і барменам, подають клієнтам страви і напої, прибирають на столах, розраховують клієнтів. Приготуванням страв займаються кухаря. Шеф-кухар контролює виконання замовлення продуктів, якість страв і відповідність меню, приймає продукти спільно зі старшим кухарем і бухгалтером, розподіляє робоче навантаження змін кухарів.

Служба постачання і технічного забезпечення поставляє необхідні продукти, витратні матеріали, усуває несправності в підрозділах, стежить за роботою сантехнічного та холодильного обладнання, телевізорів і радіоточок, проводить електроремонтні роботи. До цього підрозділу відносяться завгосп-постачальник, який розподіляє роботи між технічним обслуговуючим персоналом, і комірник. Завгосп-постачальник стежить за доставкою продуктів відповідно до заявок, передає продукти за накладними в присутності кухаря, бухгалтера, бармена, забезпечує транспортом.

В обов'язки прибиральниць входить прибирання приміщень, доставка з комори на поверхи постільної білизни, проведення генерального прибирання. До обов'язків двірників відноситься прибирання території, прилеглої до гостинний двір "Будинок Павлових".

Обрана лінійно-функціональна оргструктура вдало поєднує лінійні підрозділи, що виконують весь обсяг основної виробничої діяльності, з відділами та службами, що реалізують конкретні функції управління в масштабах всього готельно-ресторанного комплексу (планування, фінанси, бухгалтерія, маркетинг, кадри).

Лінійно-функціональна оргструктура зберігає жорсткість і простоту лінійних структур, повноваження і відповідальність стабільно закріплюються за персоналом, при цьому існує можливість залучення консультантів та експертів. Керівники лінійних підрозділів звільняються від рішення загальорганізаційних управлінських завдань, що дозволяє збільшити якість виконуваних робіт і послуг. Вище керівництво, в свою чергу, зосереджується на вирішенні стратегічних проблем розвитку готелю.

Лінійно-функціональна оргструктура має і недоліки, а саме:

- відсутність тісних взаємозв'язків і взаємодії на горизонтальному рівні між виробничими відділеннями;
- недостатньо чітка відповідальність, так як людина, що готує рішення зазвичай в його реалізації не бере;
- обмеження професійного розвитку функціональних і особливо лінійних керівників (останні зосереджують увагу на проблемах власне виробництва). Вузька спеціалізація працівників звужує горизонт їх професійного бачення, припиняє загальноорганізаційні цілі і завдання до функціональних;
- дублювання функцій керівників і фахівців в процесі управлінської діяльності;
- неадекватність реагування на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища.

Лінійно-функціональна оргструктура поширена на підприємствах усіх форм власності та організаційно-правового статусу в різних сферах діяльності, в тому числі і в туризмі.

2.2 Аналіз прибутковості та рентабельності гостинний двір "Будинок Павлович"

Забезпечення ефективного управління функціонування організацій вимагає економічно грамотного управління їх діяльністю, яке багато в чому визначається вмінням їх аналізувати. За допомогою комплексного аналізу вивчаються тенденції розвитку, глибоко і системно досліджуються чинники зміни результатів діяльності, обґрунтовуються бізнес-плани, і управлінські рішення, здійснюється контроль за їх виконанням, виявляються резерви підвищення ефективності виробництва, оцінюються результати діяльності підприємства і їх чутливість до управлінських впливів, виробляється економічна стратегія його розвитку.

Аналіз господарської діяльності є сполучною ланкою між обліком і прийняттям управлінських рішень. У процесі його облікова інформація проходить аналітичну обробку: проводиться порівняння досягнутих результатів

діяльності з даними за минулі періоди часу, з показниками інших підприємств і середньогалузевими; визначається вплив різних чинників на результати господарської діяльності; виявляються недоліки, помилки, невикористані можливості і перспективи.

Фінансовий результат характеризується узагальнюючими показниками ефективності поточної діяльності - обсягом продажів (продукції, робіт, послуг) і отриманим прибутком. Він складається за результатами процесів виробництва і реалізації продукції. Фінансовий результат комерційної організації виражається в сумі отриманих доходів або прибутку. Отримана в звітному періоді прибуток визначає доходи власників бізнесу, винагорода працівників організації, податкові надходження в бюджет. Фінансовий результат - індикатор привабливості комерційної організації для партнерів по бізнесу, кредиторів і інвесторів. Тому велике значення в управлінні підприємством відводиться економічному аналізу прибутку і рентабельності.

гостинний двір "Будинок Павлович" приймає як туристські групи так і індивідуальних туристів. Номерний фонд готелю складає 84 номери. Є різні категорія номерів:

- «Анфілада» (1 номер) - номер для великої компанії, 3 кімнати (дві спальні і вітальня, 3 санвузли);
- номер «Молодята» (1 номер) - напів-люкс (2 кімнати);
- комфорт №1 (2 номери) - 2 кімнати, «сімейна» ліжка;
- комфорт №2 (4 номери) - 2 кімнати, 2 ліжка;
- комфорт №3 (7 номерів) - 2 кімнати, «сімейна» ліжка;
- стандарт №1 (14 номерів) - 1 кімната, 2-х спальне ліжка,
- стандарт №2 (30 номери) - 1 кімната, 2 ліжка;
- стандарт №3 (6 номерів) - 1 кімната, 1-но спальне ліжка;
- економ-клас 1 категорія (5 номерів) - 1 кімната, 1 двоспальне ліжка;
- економ-клас 2 категорія (6 номерів) - 1 кімната, 2 односпальні ліжка.

Вартість проживання за добу залежить від категорії номера, від замовника (тур фірма або індивідуальний замовник), а так само від дня (будні чи свята і

вихідні). Так, наприклад, вартість номера категорії «люкс» за добу для тур фірми становить 1000 (грн.), А для індивідуального замовника 1200 (грн.), У вихідні та святкові дні 1400. (грн.) - А вартість номера категорії «напів люкс» для тур фірми 900 (грн.), для індивідуального користувача 1000 (грн.), у святкові та вихідні дні 1200 (грн.) - у вартість номера входить сніданок. Може бути запропонований повний пансіон.

До додаткових послуг гостинний двір "Будинок Павлович" відносяться; бар-ресторан, конференц-зал місткістю 25-50 чоловік. Серед додаткових послуг так само є більярд (від 100-150 грн.), послуги пральні, автостоянка, організація дегустацій виробів місцевих підприємств (Лікєро-горілчаний завод, хлібобулочний комбінат), замовлення і доставка залізничних та автобусних квитків, оглядові екскурсії по місту та околицях.

Ціни в готелі на даний період:

Розрахунковий час - 12.00.

Знижка на дитину: - до 3-х років, без місця - розміщується безкоштовно, с- 3-х до 12-знижка 150 грн.

Розплачуватися можна як готівкою, так і кредитними картами: American Express, Maestro, MasterCard, Visa.

При готелі працює ресторан на 140 місць - три зали спеціалізується на традиційній українській кухні, також в меню пропонуються популярні страви європейської та кавказької кухні.

В цілому повноцінний обід коштує від 300 грн. на одну людину, вечеря - від 400 грн., і якщо необхідно, кава-брейк - від 100 грн. на одну людину. У ресторані гостинний двір "Будинок Павлович" можна замовити банкет, проводити конференції або ділові переговори, корпоративні вечірки та сімейні свята.

Прибуток від діяльності гостинний двір "Будинок Павлович" в 2017 році склала 887 000 грн. У 2018 році - 1 016 358,4 грн. Проглядається позитивна динаміка зростання прибутку підприємства.

Для ефективного функціонування готельно ресторанного комплексу велике значення має коефіцієнт показника рентабельності.

Підприємство вважається рентабельним, якщо в результаті реалізації продукції, робіт, послуг воно покриває всі свої витрати і отримує прибуток. Тому в широкому сенсі слова поняття рентабельність означає прибутковість, дохідність. Рентабельність - це коефіцієнт отриманий як відношення прибутку до витрат, де в якості прибутку може бувальщина використана величина балансової, чистого прибутку, прибутку від реалізації продукції, а також прибутку від різних видів діяльності підприємства. У знаменнику в якості витрат можуть бути використані показники вартості основних і обігових фондів, виручки від реалізації, собівартості продукції власного і позикового капіталу і т.д.

Але визначення рентабельності як прибутковості мало точно розкриває її економічний зміст через відсутність тотожності між ними, тому що сума прибутку і рівень рентабельності, як правило, змінюються не в рівній пропорції, а часто і в різному напрямку.

Надходження виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) є основою формування фінансового результату. Виручка за мінусом собівартості продукції дає прибуток від основної діяльності, а різниця виручки і витрат на виробництво продукції (робіт, послуг) прибуток від реалізації. Обидва цих показника широко використовуються при розрахунку показників рентабельності. При оцінці результату поточної діяльності прибуток, як правило, відноситься на обсяг яких витрат на виробництво (в цьому випадку визначається рентабельність виробництва), або виручки (розрахунок рентабельності продукції).

Дані коефіцієнти доцільно розраховувати в разі, коли інші і позареалізаційні доходи і витрати або порівняно невеликі, або істотно залежать від обсягів основної діяльності.

На практиці широке використання мають показники рентабельності виробництва і продукції, що розраховуються за чистим прибутком.

Популярність цих показників пояснюється тим, що чистий прибуток є тим фінансовим результатом, який поряд з амортизацією складає власні кошти підприємства і який може порівняно вільно використовуватися їм для реалізації своєї політики соціально-економічного розвитку, дивідендної політики та т. П.

Виділяють наступні показники, що характеризують прибутковість (рентабельність):

- рентабельність продажів;
- бухгалтерська рентабельність від звичайної діяльності;
- чиста рентабельність ;
- економічна рентабельність;
- рентабельність власного капіталу ;
- валова рентабельність;
- витратовіддача;
- рентабельність перманентного капіталу;
- коефіцієнт стійкості економічного зростання.

Рентабельність продажів (R1) показує, скільки прибутку припадає на одиницю продукції і розраховується за формулою:

$$R1 = (\text{прибуток від продажів} / \text{виручка від продажів}) * 100\% \quad (2.2.1)$$

Бухгалтерська рентабельність від звичайної діяльності (R2) (2.2.2)

показує рівень прибутку після виплати податку та розраховується

$$R2 = (\text{прибуток до оподаткування} / \text{виручка від продажів}) * 100\% \quad (2.2.3)$$

Чиста рентабельність (R3) показує, скільки чистого прибутку припадає на одиницю виручки:

$$R3 = (\text{чистий прибуток} / \text{виручка від продажів}) * 100\% \quad (2.2.4)$$

Економічна рентабельність (R4) показує ефективність використання всього майна організації:

$$R4 = (\text{чистий прибуток} / \text{середня вартість майна}) * 100\% \quad (2.2.5)$$

Рентабельність власного капіталу (R5) показує ефективність використання власного капіталу, її динаміка впливає на рівень котирувань акцій:

$$R5 = (\text{чистий прибуток} / \text{середня вартість власного капіталу}) * 100\% \quad (2.2.6)$$

Валова рентабельність (R6) показує, скільки валового прибутку припадає на одиницю виручки і розраховується:

$$R6 = (\text{прибуток валова} / \text{виручка від продажів}) * 100\% \quad (2.2.7)$$

Затратоотдача (R7) показує, скільки прибутку від продажу припадає на 1 тис.грн.затрат:

$$R7 = (\text{прибуток від продажів} / \text{витрати на виробництво і реалізацію продукції}) * 100\% \quad (2.2.8)$$

Рентабельність перманентного капіталу (R8) показує ефективність використання капіталу, вкладеного в діяльність організації на тривалий термін.

$$R8 = (\text{читаючи прибуток} / (\text{середня вартість власного капіталу} + \text{середня вартість довгострокових зобов'язань})) * 100\% \quad (2.2.9)$$

Коефіцієнт стійкості економічного зростання (R9)

$$R9 = ((\text{чистий прибуток}) - (\text{дивіденди, виплачені акціонерам})) / \text{середня вартість власного капіталу} * 100\% \quad (2.2.10).$$

Таблиця 2.2.1. Зведена таблиця показників рентабельності поточної діяльності гостинний двір "Будинок Павлових" за 2017-2018 рр.

Показник	Станом на кінець р.	
	2017	2018
1	2	3
Рентабельність продажів	7,0	9,3
Бухгалтерська рентабельність від звичайної діяльності	5,5	7,9
Чиста рентабельність	4,4	6,3

Економічна рентабельність	4,1	5,8
Рентабельність власного капіталу	6,2	9,7
Валова рентабельність	43,9	42,8
Витратовіддача	7,4	10,1
Рентабельність перманентного капіталу	4,9	7,4
Коефіцієнт стійкості економічного зростання	6,2	9,7

2017 рік був не найвдалішим для компанії, про це говорить негативна динаміка всіх розглянутих показників прибутковості діяльності. Однак в 2018 р гостинний двір "Будинок Павлових" зміг поправити своє становище завдяки заходам з оптимізації витрат. У підсумку, всі показники рентабельності збільшилися в порівнянні з 2017 роком. Незначно зменшилася лише валова рентабельність (-1,1), хоча і валовий прибуток і виручка від продажів в абсолютних величинах зросли. Негативну динаміку даного коефіцієнта дає нерівномірне відносна зміна валового прибутку (8,14%) і виручки від продажів (10,96%). Зменшення валової рентабельності в 2017 р, що на 1,1 менше валового прибутку припадає на одиницю виручки. Однією з причин цього є збільшення собівартості проданих товарів, послуг.

Для наочності відобразимо динаміку зміни значень рентабельності гостинний двір "Будинок Павлових" у вигляді графіка. (Рис.2.2.1)

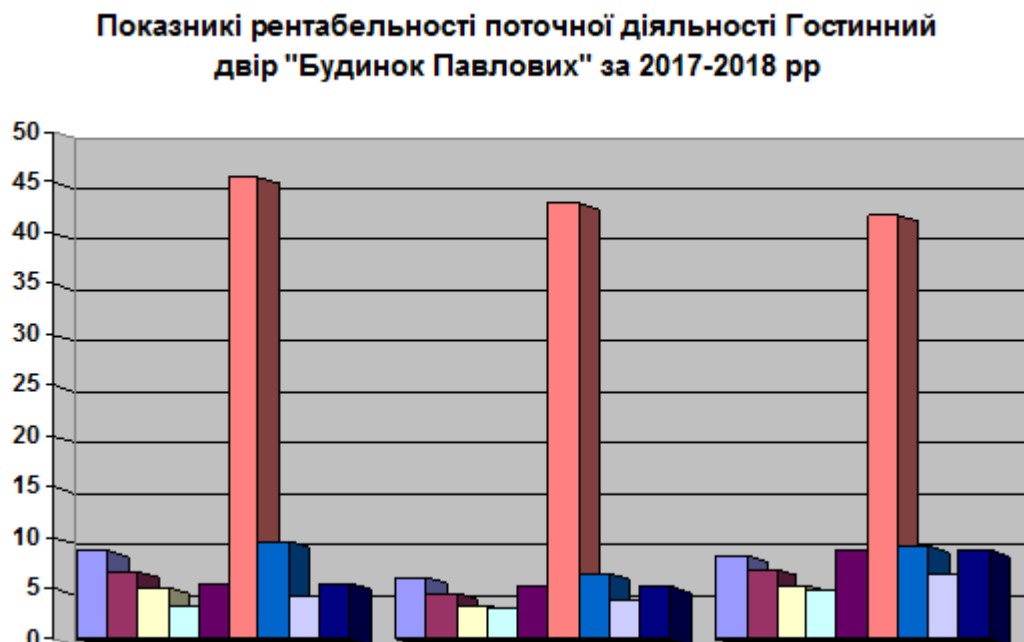


Рис. 2.2.1 Показники рентабельності поточної діяльності гостинний двір "Будинок Павлових" за 2017-2018 р.р.

Де:

- Рентабельність продажів
- Бухгалтерська рентабельність від звичайної діяльності
- Чиста рентабельність
- Економічна рентабельність
- Рентабельність власного капіталу
- Валова рентабельність
- Витратовіддача
- Рентабельність перманентного капіталу
- Коефіцієнт стійкості економічного зростання

2.3 Аналіз додаткових послуг гостинний двір "Будинок Павлових"

Аналізуючи кількість, якість, різноманітність додаткових послуг, що надаються в готелі гостинний двір "Будинок Павлових", і враховуючи, що іноді додаткові послуги в якому-небудь готелі приносять часом основний дохід, можна сказати, що ця категорія послуг не є основною прибутком готелю, але грає чималу роль в її формуванні.

У готельному господарстві прибуток від реалізації послуг визначається як різниця між виручкою від реалізації продукції і послуг і витратами на виробництво і реалізацію, що включаються в собівартість продукції і послуг готелю. Однією їх функцій прибутку є оцінка: прибуток - ефект господарської діяльності готелю.

Основний прибуток в гостинний двір "Будинок Павлових" приносять основні послуги (проживання) - коефіцієнт завантаження готелю становить 65%, але додаткові допомагають збільшити дохід на 25 - 30%.

Кліматичні умови розташування готелю як би випадково піддають успішну діяльність впливу на неї сезонності, так як основний потік іноземних туристів, які є основними споживачами послуг гостинний двір "Будинок Павлових", а, отже, приносять основну частину доходу, бояться таких погодніх умов і подорожують починаючи з середини весни і до середини осені, відповідно, дохід коливається по сезонах. У типовий для даного готелю не сезон менеджери займаються рекламою і просуванням послуг готелю місцевому населенню, застосовують різні способи залучення клієнтів шляхом знижок і сувенірів.

Найпопулярнішими серед гостей додатковими послугами, які приносять найбільший дохід у порівнянні з іншими платними послугами є екскурсійні програми, а також власний однойменний ресторан; оренда ресторану під торжества, а відповідно послуги аніматора, ді-джея та музична програма. Даними послугами можуть користуватися не тільки постояльці готелю, але і місцеве населення.

Маючи такий широкий спектр додаткових послуг, готель гостинний двір "Будинок Павлових" в будь-який момент готова відгукнутися на будь-яке прохання свого клієнта, але, якщо оцінювати те, що можна запропонувати взагалі (тобто всі відомі види послуг), і те, що пропонує гостинний двір "Будинок Павлових", то можна виділити такі види послуг, якими вона не користується. Наприклад, у готелі відсутній особистий критий басейн через причини браку території, тому гостю доводиться користуватися для купання лазнею, навіть якщо він не хоче використовувати баню за призначенням. Йому доводиться орендувати весь банний комплекс цілком. В іншому випадку гостю доводиться виїжджати за територію готелю, щоб знайти басейн в іншому готельному комплексі або скористатися міським.

Готель провела анкетування своїх клієнтів і проаналізувала результати виходячи з яких випливає, що в готелі гостинний двір "Будинок Павлових" недопрацьована транспортна послуга, обслуговування в номерах, а так само розважальна та екскурсійно - дозвільної діяльності.

Українські компанії охочіше надають оренду транспортного засобу з водієм. Одна година поїздки в цьому випадку становить від 190 - 400 грн. на дорогих машинах («Mercedes 140», «Lincoln», «Cadillac») від 100 - 200 грн. на вікових іномарках («Mercedes 124», «Opel»). Замовлення в оренду автомобіля з водієм приймається фірмою, якщо час оренди складає не менше 3 - 5 годин. Тарифи встановлюються за добу оренди, і при запізненні з поверненням автомобіля більш ніж на 1 годину будь-яка фірма може зажадати заплатити штраф за кожну годину прострочення (штраф становить до 20% вартості добового прокату) або повністю оплатити ще цілу добу оренди.

В даний час в більшості українських готелів отримати послугу прокату автомобілів або взагалі неможливо, або замовлені машини працюють в режимі таксі. Виняток становлять інші місцеві готелі в яких сервіс автопрокату найбільше наближений до світового рівня в цій галузі (наприклад, машина надається з водієм і без водія; зі збільшенням добового терміну прокату автомобіля тарифи знижуються і т.д.).

Отримати машину в оренду можливо при безпосередньому зверненні до місцевого представництва будь-якої компанії з прокату, через туристичну фірму або через Інтернет. Для готелю гостинний двір "Будинок Павлових" найкращим варіантом швидше за все буде укладення договору з туристської фірмою, яка в свою чергу контактує з будь-якої автопрокатною фірмою, яка перебуває в місті. Зв'язок готелі з прокатної компанією відповідно буде проходити через посередника - туристську фірму, яка буде мати за це агентські комісійні; або можливий варіант зв'язку готелі з прокатної компанією безпосередньо.

Служба обслуговування в номерах (room service) входить до складу служби організації громадського харчування (Food & Beverage) і підпорядковується безпосередньо менеджеру служби харчування гостинний двір "Будинок Павлових". Співробітник служби room service повинен знати пропоновані гостям продукти, проте в готельно - ресторанному комплексі гостинний двір "Будинок Павлових" офіціанти, які обслуговують в номерах, часто не можуть відповісти, з чого складається ту чи іншу страву, а так само порекомендувати вино та інші алкогольні напої. Це негативно позначається на якості обслуговування в номерах, і гості залишаються незадоволеними.

Доставка замовлення в номер не завжди своєчасна, як і прибирання брудного посуду, що псує враження гостей про якість роботи служби обслуговування в номерах. Це негативно впливає на діяльність готелю в цілому.

Розважальна та екскурсійно - дозвільної діяльності готелю гостинний двір "Будинок Павлових" представлена поряд екскурсій і розважальних заходів:

- музей-заповідник;
- художній музей.

Однак є чимало історичних пам'яток, в які готель гостинний двір "Будинок Павлових" не пропонує екскурсійних програм. Існує ряд інших недоробок в області платних послуг в даному готелі. І основна проблема, через яку відсутні будь-які прибуткові послуги: брак території.

З проведеного аналізу можна зробити висновок, що керівництво готелю гостинний двір "Будинок Павлович" уважно і чітко продумує стратегічні напрямки забезпечення гостей усім необхідним під час їх відпочинку і має в своєму розпорядженні свої додаткові послуги поруч з гостем, створюючи тим самим зручності йому і собі, виграючи у конкурентів.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ТА СОЦІАЛЬНА І ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ГОСТИННИЙ ДВІР "БУДИНОК ПАВЛОВИХ"

3.1 Рекомендації по використанню можливостей програмного комплексу «Готель» для управління і автоматизації готелю гостинний двір "Будинок Павлович"

Гостинний двір "Будинок Павлович" є поки невеликим підприємством, але, з огляду на його перспективу розвитку і зростаючий обсяг обслуговуваних клієнтів, а також необхідність якісного і швидкого обслуговування можна рекомендувати впровадження спеціального програмного забезпечення.

Для управління і автоматизації діяльності гостинний двір "Будинок Павлович" можна запропонувати установку програмного комплексу «Готель 2.3» на робочі місця керівника, його помічників, адміністраторів, бухгалтера.

Система «Готель 2.3» призначена для комплексної автоматизації роботи основних служб готельного комплексу. Базова конфігурація складається з мінімального, але достатнього для нормальної роботи набору модулів і сервісів, які дозволяють виконувати всі звичайні функції служб готельного комплексу, такі як бронювання номерів, розміщення гостей, грошові розрахунки з гостями за проживання та додаткові послуги, безготівкові розрахунки з організаціями, прибирання в номерах і т.п.

Система забезпечує необхідну і достатню функціональність для підприємств гостинності різної спрямованості (готель, санаторій, пансіонат і т.д.) і рівня якості наданого обслуговування.

Система Готель-2.3 в цілому і на кожне робоче місце в окремо може бути налаштована на умови експлуатації відповідно до прийнятої технологією роботи, конфігурацією робочих місць, використанням різних програмних і технічних засобів, інтерфейсів. Для цього існує розділ конфігурації системи в

модулі налаштувань. Налаштування системи дозволяють також визначати операції і довідки по робочих місцях, встановлювати доступ і заборони на виконання певних функцій.

Пропонується встановити наступні модулі системи «Готель 2.3».

Модуль «Броня» дозволяє виконувати операції з заявками: бронювання номерів, планування послуг за заявками, друк попереднього рахунку і підтвердження броні; коригування заявок; видалення і ануляція заявок; висновок на друк документації з бронювання. Для запуску модуля необхідно зафіксувати покажчик миші на кнопці Бронь на головній панелі системи. На рис. 3.1.1 показаний вигляд вікна модуля резервування.

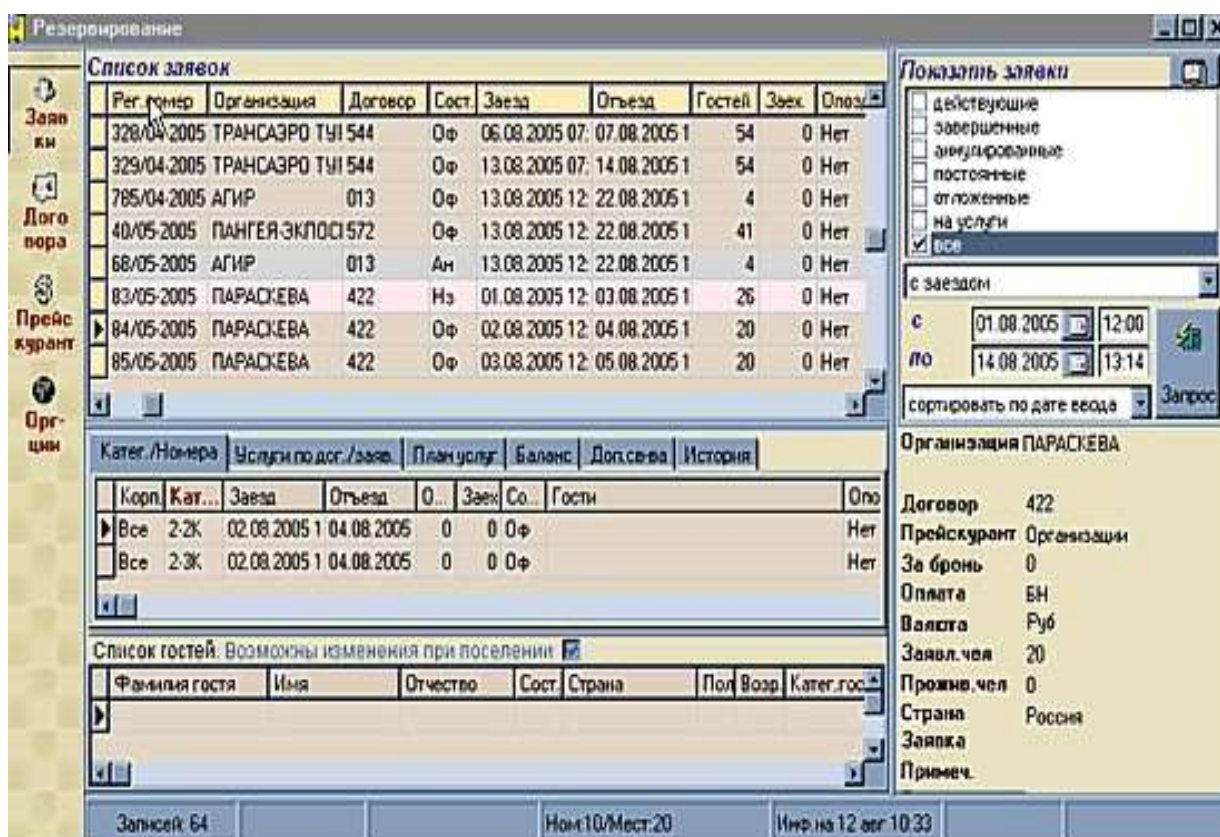


Рис. 3.1.1 Вікно модуля резервування

Приводиться в таблицях інформація дозволяє визначити, на яку кількість номерів і по яким категоріям може бути подана заявка, і які конкретно номери для цього можуть бути використані.

При перегляді списку заявок, договорів, та редагуванні договорів показуються всі категорії і номери. При редагуванні заявок показ номерного фонду може бути обмежений властивостями договору.

При роботі з заявками можна змінювати їх стан. Є кілька режимів заявок: оформлена, анульована, незаїзд, неповний заїзд, проживання, завершена, постійна. Для наочності відображення в таблицях використовується колірні індикація стану заявок.

Крім заявки в цілому, гість, вказану у заявці, описується станом: ЗК - гість замовив номер або зарезервував певну категорію; ПР - гість проживає; ВИ - гість виїхав; УД - гість видалений з заявки.

Модуль «Портъе» призначений для адміністраторів служби прийому і розміщення. Модуль дозволяє виконувати всі операції з гостями як проживають, так і не проживають в готелі.

- розміщення і розрахункові операції при поселенні;
- переселення і перерахунок при переселенні;
- виїзд і відмова від поселення;
- відновлення гостя;
- всілякі розрахункові операції з клієнтами ГРК;
- робота з внутрішньої платіжною карткою ГРК;
- корекція відомостей про гостя;
- доступ до архіву гостей і розрахункові операції в архіві і т.д.

Основну частину екрану займає таблиця номерного фонду. Кожен рядок містить інформацію про один номері, якщо номер зайнятий одним гостем, або місці номера, якщо місця в номері зайняті різними гостями. На рис. 3.1.2 представлено відображення номерного фонду в модулі «Портъе».

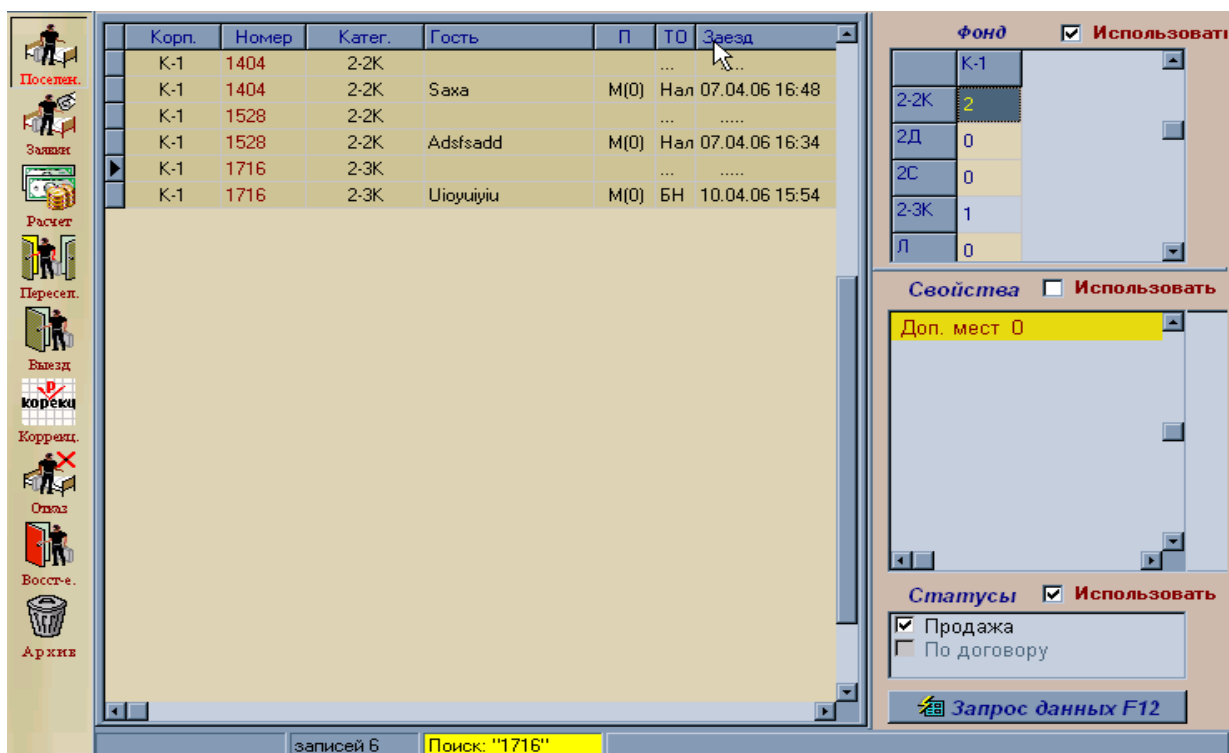


Рис 3.1.2 Номерный фонд в режиме вільного поселення

Збоку вікна модуля розташовується функціональна панель. У таблиці 3.1.1 наведено короткий опис операцій, які виконуються після вибору кнопки.

Таблиця 3.1.1. Кнопки модуля «Портъе»

Найменування кнопки	Призначення
1	2
<u>Поселение свободное</u> (Alt+1)	Поселення гостей без попередньої заявки; введення паспортно-візових даних при поселенні; оплата проживання та додаткових послуг відразу після поселення гостя. Видача дозволу на поселення, свідоцтва про реєстрацію та картки-ключа до замка номера

<i>Поселение по заявке (Alt+2)</i>	Поселення за раніше оформленою заявкою; введення паспортно-візових даних при поселенні; оплата проживання та додаткових послуг відразу після поселення гостя. Видача дозволу на поселення, свідоцтва про реєстрацію та картки-ключа до замка номера
<i>Расчёт (Alt+3)</i>	Розрахунки з гостями (або групою гостей), що проживають у готелі і не проживають в ній, які користуються послугами готелю, включаючи операції з готельними платіжними картами

<i>Переселение (Alt+4)</i>	Переселення гостя в інший номер, з місця в номері на ін. Кількість місць і т.д. ; продовження проживання і оплата додаткових послуг; оформлення дозволу на переселення, свідоцтва про реєстрацію при продовженні та картки-ключа в новий номер проживання
<i>Выезд (Alt+5)</i>	Оформлення виїзду гостей та розрахунки, пов'язані з ними
<i>Коррекция (Alt+6)</i>	Коригування даних про гостя, які не впливають на розрахункові операції з гостем (ПІБ, паспортно-візових даних та ін.)
<i>Отказ (Alt+7)</i>	Оформлення відмови від поселення і пов'язані з цим розрахунки
<i>Восстановление (Alt+8)</i>	Відновлення раніше виселеного (помилково виселеного) гостя зі збереженням усіх відомостей про нього
<i>Архив(Alt+9)</i>	Пошук гостей в архіві готелі, інформації про історію проживання гостя, його оплачених рахунках і отримання можливості оплати неоплаченого гостем боргу
<i>Карты</i>	Операції видачі платіжних карт, реєстрації послуг за картками, зміна статусу карти, встановлення ліміту

	витрат коштів та інші операції
<i>Старт</i>	Активізація додаткового меню операцій. Меню також викликається контекстно при натисканні правої кнопки миші

Модуль «Каса» дозволяє працювати з готівкою, безготівковими і з рахунками по кредитних картах, формувати звіти та ін.

Модуль «Поверх» призначений для вирішення завдань поверхової служби готелю: зняття номерів з прибирання, реєстрації несправностей в номерах, реєстрації індивідуальних властивостей номерів і послуг міні-бару в номері.

Модуль «Налаштування» дозволяє налаштувати роботу системи.

Модуль «Інфо» дозволяє отримувати довідкові дані по роботі всіх модулів системи. Підміню складається з пунктів:

- Гості. Містить довідкові дані про гостей як живуть в даний момент, так і вже виїхали, а також про зареєстрованих заявках.
- Номерний фонд. Містить дані про номерний фонд, завантаженні на поточний момент, за попередні періоди і передбачуваної завантаженні з урахуванням заявок на бронювання. Надає також різноманітну статистику.
- Телефони. Містить інформацію і всіх відбулися телефонні переговори як оплачених, так і неоплачених.
- Резервування. Містить дані про завантаження, як на поточний момент, так і про ймовірну завантаженні готелю; передбачуваному заїзді; використанні номерного фонду за договорами.
- Фінанси. Містить різноманітну інформацію про фінансовий стан справ в готелі (за весь час роботи системи) засновану на сформованих рахунках (готівки, безготівкових і по кредитних картах), звітах (касових, безготівкових і по кредитних картах).
- Плановані послуги.
- Система. Надає інформацію про роботу системи по робочих місцях і виконані операції.

- Оперативні зведення. Містить довідки і зведення щоденної звітності, що надаються керівництву готелю або іншим організаціям.
- Корпусні служба. Надає інформацію для поверхової і корпусних служб готелю: прибирання номерів і зміна білизни для покоївок, наряди на роботу, обсяг роботи за зміну і т.п.

Крім цього, розділи довідок можуть визначатися конфігурацією системи і конкретного робочого місця.

Модуль Web призначений для прийому замовлень, реєстрації заявок на бронювання номерів, що надходять по Інтернет і квотування номерів для бронювання по Інтернет.

Модуль «ТВ» призначений для надання послуг платного телебачення гостям, які проживають в готелі.

Крім підсистеми «Готель 2.3» до складу програмного комплексу «Готель» входить:

- система обмеження і контролю доступу ONITY: електронні замки і сейфи,
- підсистема «Бари-ресторани» для автоматизації громадського харчування: front-office і back-office, АТС, програма тарифікації телефонних переговорів «Тариф», Інтернет бронювання, система платного телебачення «Pay TV», підсистема бухобліку: 1С: Бухгалтерія і бюджетне управління.

У гостинний двір "Будинок Павлович" рекомендується встановити підсистеми «Бухгалтерський облік», «Інтернет-бронювання» і «Бари-ресторани».

Підсистема бухобліку базується на типовому рішенні фірми 1С («1С: Бухгалтерія 8.Типовая конфігурація проф.» І «1С: Підприємство 8.Рас-чет. Зарплата і Кадри»), адаптована під діяльність готелю. Автоматизує складання бухгалтерських (податкових) документів і звітів, формує бухгалтерські проводки. Підсистема має інтерфейс з програмним комплексом «Готель 2.3» і системою автоматизації громадського харчування; дозволяє формувати документи і проводки без повторного введення інформації по реалізації послуг готелю та громадського харчування.

особливості:

- кількісний облік основних засобів з можливістю ведення інвентарних номерів по кожному об'єкту основних засобів;
- облік пільгованого і нельготіруемого майна;
- облік матеріалів в підзвітний;
- крім можливостей виконання і контролю облікових функцій система дозволяє планувати і аналізувати фінансово-господарську діяльність підприємства в необхідних аналітичних розмірах.

Таким чином, підсистема бухгалтерського обліку на базі програмного продукту 1С: Підприємство автоматизує робоче місце бухгалтера, працівника фінансового відділу та відділу кадрів. З огляду на те, що вартість даної програми невелика, можна рекомендувати придбання всього комплексу, а не окремих модулів, враховуючи перспективу розвитку підприємства.

Підсистема автоматизації громадського харчування «Бари-ресторани» передбачає ведення операцій з планування харчування гостей, здійснює формування меню, калькуляцію блюд і облік руху товарів і виробів. Система дає можливість моделювати діяльність підрозділів, пов'язаних з наданням громадського харчування (виробництва, склади, і т.д.) в ГРК, виходячи зі специфічних особливостей цих підрозділів і вимог законів РФ до формування документообігу та звітності. Система реалізує взаємодію з бухгалтерськими підсистемами (1С, Інфо-бухгалтер, і т.д.). Формує всі необхідні бухгалтерські проводки і звітність, при цьому не порушує основну конфігурацію бухгалтерської програми.

У підсистемі «Бари-ресторани» використовується програма Компас SQL, що забезпечує:

- формування собівартості, як з податками, так і без них (наприклад, при списанні одного і того ж товару на різних виробництвах);
- планування харчування (сніданки, обіди, вечері, банкети і т.д.), з можливістю замовлення товарів (формування вимоги на склад і т.д.);

- контроль за переміщенням товару (сировини) на виробництво на вимогу, з огляду на товарний залишок на цьому виробництві (наприклад, шведський стіл);
- оперативну зміну ціни реалізації (продажу) в залежності від часу доби (щасливий час, денні знижки і т.д.), або дня тижня (наприклад, відсутність зміни ціни в суботу), або від усього одночасно.
- контроль за терміном реалізації, складського запасу товару, закупівельних цін на товар.

Пропонуємо наступні рекомендації для підвищення прибутковості гостинний двір "Будинок Павлових":

- впровадження транспортної послуги;
- вдосконалення якості обслуговування в номерах і впровадження програмного комплексу «Готель» для автоматизації управління гостинний двір "Будинок Павлових".

3.2 Рекомендації по впровадженню додаткових послуг в області транспортного забезпечення та вдосконалення розважальної та екскурсійно-дозвілєвої діяльності готелю гостинний двір "Будинок Павлових"

У туризмі і зокрема в гостинності транспорт виділений в окремий сектор, так як грає важливу роль: надає туристам можливість забронювати і придбати проїзні документи на всі види транспорту через комп'ютерні системи резервування. Також особливе значення в транспортному обслуговуванні туристів має прокат автомобілів, крім того, готельні підприємства пропонують трансфери до аеропортів, вокзалів, станцій різними типами автотранспорту в залежності від місткості та комфортності.

Проаналізувавши наявність додаткових послуг в гостинний двір "Будинок Павлових", можна зробити висновок, що сфера транспортного обслуговування в гостинний двір "Будинок Павлових" представлена лише однією послугою (безкоштовна автостоянка). Дана послуга - це мінімум транспортних послуг, які може запропонувати будь-який готель. Для цієї послуги необхідний невелику ділянку території, який якраз і може собі дозволити гостинний двір "Будинок Павлових", Виходячи з цього рекомендаціями в області транспортного обслуговування можуть бути бронювання квитків на авіа- та залізничні рейси, а також інші види транспорту; прокат автомобілів, трансфер гостей і замовлення таксі.

Бронювання квитків на різні види транспорту можна виконувати за допомогою новітніх інформаційних технологій. Готель може підключитися до будь-якої мережі бронювання, а, отже, буде мати можливість внести в банк даних мережі інформацію про самому готелі, про види номерів, їх опис, ціни та додаткові послуги, фотографії готелі. Наприклад, готель може підключитися до системи резервування, яка тісно пов'язана з системою бронювання авіаперевезень. Причому, варіантів роботи з цією системою існує декілька:

- встановити у себе термінали даної системи бронювання і працювати самостійно;
- укласти договір з компанією-посередником, що спеціалізується на наданні таких послуг;
- укласти договір з великим туроператором, які вже мають доступ до даної системи.

Установка в готелі власних терміналів є найбільш складним і дорогим рішенням. Для його здійснення готелі необхідно укласти договір з системою резервування, прокласти лінії зв'язку, встановити обладнання, навчити персонал і багато іншого. Для того, щоб вкладені витрати виправдалися за будь-яке доступне для огляду час, необхідно постійно отримувати з системи бронювання дуже багато замовлень, що робить подібний підхід економічно виправданим лише для готельних ланцюжків, що володіють мережею власних готелів. Працювати через компанію-посередника (так званого провайдера) набагато простіше. Крім того, як правило, немає необхідності в установці спеціального обладнання, прокладання спеціальних виділених ліній зв'язку та виконанні інших невласливих готелі функцій. Треба лише заповнити анкети, детально описують готель, номери, ціни і чекати приходу бронювань (зазвичай по факсу та електронною поштою). Послуги провайдера коштують від декількох сотень до декількох тисяч доларів на рік. Також за кожне чисте (тобто вчинене і неаннулірованное) бронювання стягується фіксована плата (близько 10 доларів США). У функції компанії-посередника (і, відповідно, до витрат готелю) також входить виплата комісійних туристським агентствам, які здійснюють бронювання. Розмір комісійних встановлюється готелем індивідуально. У гостинний двір "Будинок Павлових" ця величина складає 7% суми бронювання. З технічної точки зору робота через туроператора в точності збігається з попереднім варіантом. Відмінність полягає в організації фінансових відносин. Гостинний двір "Будинок Павлових" має свій сайт, на якому є необхідна інформація для бронювання номерів через Інтернет. Отримати доступ в Інтернет і створити свою сторіночку значно дешевше і простіше, ніж отримати

доступ в системи резервування, і під силу будь-якому готелі. Однак Інтернет - децентралізована середу. Якщо гостинний двір "Будинок Павлових" завантажить інформацію про себе в систему резервування, то її побачить кожен турагент, який переглядає список готелів району. В Інтернеті ситуація абсолютно протилежна: після створення сторінки про неї практично ніхто не дізнається. Необхідні довга і копітка робота по її реєстрації в різних пошукових системах, довідниках, каталогах, капітальні вкладення в банерну рекламу і багато іншого, щоб будь-який користувач Інтернет при спробі підібрати собі готель знайшов сторінку саме даного готелю.

Готель провела анкетування своїх клієнтів і проаналізувала результати виходячи з яких, можна сказати, що в готелі гостинний двір "Будинок Павлових" недопрацьована транспортна послуга взагалі і трансфер зокрема. Згідно з класичним визначенням, трансфер - це невинна швидкісна транспортна операція по доставці пасажирів від кінцевої зупинки транспортного засобу далекого прямування в місце призначення. Важливою в сучасному світі додатковою послугою, яку надають практично у всіх готелях земної кулі, є прокат автомобілів. Послуги з надання автомобілів в оренду («Rent-a-car») є в усьому світі одним з прибуткових видів діяльності, що супроводжує туристичний бізнес. Суть їх полягає в тому, що будь-який громадянин, який досяг визначеного віку, який звернувся в компанію з прокату автомобілів, може отримати в тимчасове користування машину або з водієм, або без нього. Клієнтами автопрокату є в основному бізнесмени і співробітники великих організацій, а також індивідуальні туристи, які приїжджають на відпочинок або подорожують з пізнавальною метою, які як раз і відвідують місто і зупиняються в готелі гостинний двір "Будинок Павлових".

Люди, які звикли користуватися автомобілем напрокат, вже приблизно знають середні ціни з урахуванням всіх факторів (особливості країни, регіону і т.д.), що впливають на вартість прокату. Відповідно в гостинний двір "Будинок Павлових" повинні бути враховані ті чинники, які враховують всі прокатні компанії. На вартість прокату транспортного засобу впливають тривалість його

оренди, термін експлуатації і клас автомобіля. Зі збільшенням терміну оренди добова ціна прокату знижується. Крім того, у вихідні дні ціна зазвичай нижче, ніж в будні. Тариф за клас автомобіля встановлюється прокатної фірмою або готелем і залежить від його марки і віку.

Якщо готель буде співпрацювати з прокатної фірмою, то для фірми вона буде виступати як клієнт, а для постійних клієнтів у прокатних фірм зазвичай є знижки. У свою чергу готель гостинний двір "Будинок Павлових" може з часом пропонувати знижки також своїм постійним і іншим клієнтам.

Важливим плюсом організації прокату автомобілів є її новизна для району, так як дана послуга не надається ні в одному готелі міста. Відповідно, потенційний клієнт вибере ту готель, в якій дана послуга надається.

Готель при вдалій реалізації даної послуги може отримувати непоганий прибуток (15 - 20% в якості комісійних від співпраці з прокатної компанією).

Транспортні послуги як окремий сектор додаткових послуг готелю гостинний двір "Будинок Павлових" можна поліпшити завдяки інвестиціям в них. Якщо розглядати стратегічні плани готелі, знаючи про розширення ними своєї території, можна сказати, що пропоновані транспортні послуги цілком доречні і підходять для збільшення доходів готелю.

Персонал, що виконує функції просування готельних послуг, запровадження інновацій, тобто займається стратегічним розвитком готелі, повинен проводити аналіз ступеня задоволеності клієнта послугами готелю. Для цього в номерах гостинний двір "Будинок Павлових" повинні постійно бути розкладені анкети, в яких клієнта просять оцінити (наприклад, за п'ятибальною шкалою) рівень сервісу, що надається різними підрозділами готелю (якість прибирання номера, робота служби прийому, якість їжі і рівень обслуговування в ресторані). За результатами обробки анкет повинні розроблятися пропозиції керівництву готелю щодо поліпшення якості обслуговування, що має сприяти збільшенню завантаження і, отже, доходів готелю. З досвіду проведення анкетування гостей іншими готелями видно, що, на жаль, відсоток повернення анкет дуже низький - близько 5%. Анкетування,

проведене з вищевикладеними цілями, в готелі гостинний двір "Будинок Павлових", показує, що клієнту в свій вільний час не вистачає розважальних заходів, а ті, які знаходяться на території готелю, не завжди доступні через погоду, або не викликають особливого захоплення або навіть подиву.

Очевидно, що невелика територія готелю не дозволяє надавати клієнтам найбільш широкий спектр додаткових послуг, який хотілося б надати, навіть якщо є фінансова можливість, в будь-який час року. Тому керівництво готелю гостинний двір "Будинок Павлових" має можливість укласти договори з різними організаціями з надання відсутніх послуг за певну плату.

Наприклад, готель не має власного критого басейну, отже, вона може укласти договір на користування басейном прилеглих об'єктів відпочинку: можна скористатися послугами як міського басейну, який, до речі, є найдешевшим в порівнянні з іншими в районі. Сама готель має лише банний комплекс, який не надає басейн через малу територію.

Також в готелі гостинний двір "Будинок Павлових" можна запропонувати укласти договір з будь-якої туристської фірмою, яка займається крім своєї основної діяльності продажем квитків на видовищно-розважальні заходи (наприклад, на спортивні - футбольні матчі, хокейні матчі; заходи культурно-просвітницького призначення - театральні вистави, балет, опера; квитки в кінотеатри, цирки, музеї, зоопарки, концерти і т.д.). Є ймовірність, що гість не захоче нудьгувати в номері, якщо на вулиці не хочеться бути за поганої погоди, тому можна запропонувати йому квиток на будь-який розважальний захід.

Ні в одному готелі по місту немає пропозицій гостям таких розваг як кінний спорт, тому біля готелю гостинний двір "Будинок Павлових" є можливість укласти договір з кінним клубом, який знаходиться в 5 - 7 км від міста. Влітку кінний спорт - це катання верхи, в упряжці.

Як рекламний проекту, а також як фактор залучення клієнтів готель може використовувати міські свята і заходи для збільшення завантаження номерного фонду. Отже, прибутковим буде надавати на такі заїзди корпоративний тариф, який несе в собі наявність знижки на проживання.

Для залучення потенційних клієнтів керівництво готелю може ввести крім системи знижок на будь-які послуги різні програми винагороди постійних клієнтів, які засновані на накопиченні балів з подальшими безкоштовними послугами за вибором клієнта: клієнт отримує певну кількість очок за кожну суму, витрачену в готелі (за номер, обід в ресторані). Гостю видається сертифікат на набрану кількість балів. Набравши певну кількість балів, гість може на них безкоштовно отримати ту чи іншу послугу (безкоштовний десерт або навіть вечеря в ресторані, безкоштовний трансфер в аеропорт також при подальшій його організації або знижку в цінах на послуги і т.п.). Іноді такі програми винагороди клієнтів готелю об'єднуються з відповідними програмами авіакомпаній.

У службі порт'є також можна запропонувати вести комп'ютерний облік гостей готелю з метою забезпечення повітряних візитів, відстежувати дні народження клієнтів (з подарунком від адміністрації), звертати увагу на звички постійних клієнтів. Наприклад, якщо клієнт зупинявся в готелі 50 разів, то в ювілейне відвідування йому можна надати найкращі апартаменти безкоштовно з привітаннями та сувенірами.

Також в разі бронювання номера молодятами можна зробити парі сюрприз, надавши або знижку на «Апартаменти з каміном» - найдорожчий і найбільш просторий номер в готелі гостинний двір "Будинок Павлових", - або не брати з цих клієнтів цінову різницю між номером, який замовляють вони і номером , який «дарує» їм готель.

Екскурсійна програма в музей вже внесена в список програм.

3.3 Теоретичні основи та розрахунок оцінки соціальної та економічної ефективності розроблених рекомендацій

Соціально-економічна ефективність характеризує рівень задоволення соціальних потреб. Показниками соціальної ефективності є: споживання продукції на душу населення, величина доходу, заробітної плати,

забезпеченість населення послугами освіти, охорони здоров'я, культури та ін. Економічна і соціальна ефективність взаємодіють і обумовлюють одна одну, характеризують економічний і соціальний прогрес, суспільства. У сукупності підвищенню ефективності виробництва сприяють такі чинники:

- науково-технічні - науково-технічний прогрес, автоматизація, роботизація, застосування ресурсозберігаючих і високих технологій, поліпшення структури капітальних вкладень;
- організаційно-економічні - спеціалізація і кооперація виробництва; раціональне розміщення продуктивних сил, система організації та управління господарською діяльністю; • соціально-психологічні - освітній і професійний рівень підготовки кадрів, формування певного стилю економічного мислення, морально-психологічний клімат в трудових колективах, гуманізація виробництва;
- зовнішньоекономічні - рівень розвитку міжнародного поділу праці, взаємодопомога і співпраця країн, розвиток зовнішньої торгівлі.

Для вимірювання соціальної ефективності, для кількісної оцінки прогресу, досягнутого суспільством, використовуються найрізноманітніші показники, як приватні, так і інтегральні, наприклад, такі:

- економічні (рівень виробництва валового суспільного продукту, рівень реальних доходів і споживчих витрат населення і ін.);
- соціально-побутові (забезпеченість житлом, автомобілями, іншими товарами тривалого користування та ін.);
- соціально-демографічні (народжуваність, природний приріст, сальдо міграції, рівень здоров'я населення, тривалість життя, рівень освіти населення);
- соціально-гуманістичні (свобода, рівність, братерство).

В тій чи іншій мірі, з тієї чи іншої сторони кожен з цих показників дійсно характеризує рівень суспільного розвитку, однак, жоден з них не є узагальнюючим. Щоб такий показник знайти, треба, мабуть, йти не від теоретичних гуманістичних абстракцій, які не від макроекономічних і мікробитових критеріїв, а від звичайного здорового глузду, від

загальноцивілізаційних тенденцій, що виявляються в укладі життя і образі думки простої людини.

Суспільство прагне до благополуччя і достатку, тобто можна сказати, що інтегральним показником соціальної ефективності є рівень соціального благополуччя. Соціальне благополуччя - стан суб'єкта суспільного процесу (індивіда, територіальної спільності, суспільства в цілому), що характеризується гармонією між цінностями, інтересами, потребами і можливостями для їх задоволення, тобто спокійним життям в достатку і достатку. Показник рівня соціального благополуччя можна знайти, обчисливши ставлення між показником рівня життя, що характеризує ступінь забезпеченості населення будь-якими благами, і показником рівня соціальної напруженості, що характеризує ступінь незадоволеності цієї забезпеченістю.

Рівень життя відображає ступінь задоволення матеріальних і культурних потреб людей і виражається в кількості і якості споживаних людиною благ і послуг.

Рівень життя населення неможливо описати будь-яким одним показником.

Економічна ефективність - це процес господарювання, результат якого виражається певною вигодою, досягнутої за певних витратах грошових, матеріальних, інформаційних ресурсів і робочої сили.

Економічна ефективність виражається певними критеріями і показниками.

Під критерієм слід розуміти основну вимогу до оцінки правильності рішення поставленої задачі. Необхідність критерію виникає тому, що слід чітко визначити, з яких позицій слід підходити до розрахунку ефективності виробничо-обслуговуючого процесу туризму. Необхідно визначити економічну ефективність організаційно-управлінських рішень.

Будь-яке прийняте рішення є ефективним, якщо воно є найкращим і вибрано з безлічі альтернативних рішень, приводячи до аналогічного результату.

Для оцінки ефективності впровадження отриманих результатів використовується ряд показників.

Розрахунок витрат на інвестиції пропонованих рекомендацій в загальному вигляді може бути представлений таким чином:

$$C = C1 + C2 + C3, (3.3.1)$$

де С - витрати на пропоновану рекомендацію;

С1 - вартість покупки;

С2 - вартість впровадження;

С3 - вартість навчання.

Одним з основних показників ефективності пропонованих рішень є термін повернення вкладених інвестицій, тобто термін окупності. Термін окупності - це період часу (вимірюваний в місяцях, кварталах і роках), який необхідний для того, щоб майбутній прибуток підприємства досягла величини здійснених капітальних вкладень. Показник терміну окупності характеризує інтенсивність повернення витрачених коштів на певному інтервалі часу після їх вкладення і розраховується за формулою :

$$T = K/P, (3.3.2)$$

де Т - термін окупності капітальних вкладень;

К - капітальні вкладення, грн .;

П- чистий щомісячний прибуток за вирахуванням податків, грн.

Економічний ефект розробки, впровадження нововведень може бути потенційним або фактичним (реальним, комерційним), а науково-технічний, соціальний та екологічний ефекти можуть мати форму тільки потенційного економічного ефекту.

Безпека є дуже глибоким і складним поняттям, тому розрахувати економічну ефективність в даному випадку досить складно. Результат прийняття рішень щодо забезпечення безпеки іноді можна буде оцінити тільки після закінчення досить тривалого періоду часу. До того ж не завжди можна оцінити безпеку

кількісної величиною, вона може виражатися у вигляді задоволеності клієнтів, їх схильності до компанії і т.д.

Але в довгостроковій перспективі всі ці заходи по забезпеченню безпеки в гостинний двір "Будинок Павлович" приведуть до зростання обсягів продажів номерів в готелі, зростання завантаження готелю за рахунок доброзичливо налаштованих клієнтів і, відповідно, до зростання його прибутку, а також підвищенню його іміджа і відповідно конкурентоспроможності.

Для розрахунку економічної ефективності від впровадження запропонованих рекомендацій необхідно зробити розрахунок витрат на технічну підготовку по впровадженню рекомендацій.

Коефіцієнт ефективності щодо впровадження розроблених заходів може розраховуватися за формулою:

$$E = \Pi / Z, \quad (3.3.3)$$

де E - коефіцієнт ефективності щодо впровадження окремих заходів;

Π - прибуток, отриманий від впровадження нововведень;

Z - витрати на впровадження розроблених заходів.

Розрахунок кількості матеріалів і їх вартості для пропонованих рекомендацій необхідно вести диференційовано по окремих марках фірм виробників, з урахуванням внесення поправок в норму витрати за рахунок конструктивних змін або виробленої модернізації. Ціни аналізуються за прайс-листами.

При оцінці економічної ефективності від впровадження запропонованих рекомендацій використовується показник ефективності від цієї діяльності.

Розвиток потенціалу підприємства, як наслідок прийнятих управлінських рішень, служить передумовою отримання додаткового результату від виробничої діяльності. Цей додатковий результат і є джерелом ефективності, який може приймати різну форму і оцінюватися різними показниками.

Труднощі розрахунку загальної ефективності пов'язані з тим, що ефективність різних видів витрат проявляється в різних формах і їх часом важко привести до

спільного знаменника. При розрахунках показників економічної ефективності на рівні організації до складу результатів проекту включаються:

- виробничі результати;
- виручка від реалізації виробленої продукції, за відрахуванням витраченої на власні потреби;
- соціальні результати в частині, що відноситься до працівників організації і членам їх сімей.

Орієнтація підприємства на використання того чи іншого критерію зумовлює і підхід до вибору показників, які використовуються в аналізі, до обґрунтування прийнятих рішень. Крім того, необхідно мати на увазі, що оцінка в розрахунку на подальшу перспективу часто наштовхується на труднощі беручи до уваги фактор часу в зв'язку з інфляцією, з невизначеністю податкової політики при частому її реформуванні і т.п.

В якості критеріїв ефективності можуть бути прийняті:

- термін окупності витрат;
- розміри приросту доходів;
- мінімум поточних витрат;
- максимум прибутку;
- мінімізація витрат на випуск продукції за рахунок витрат на робочу силу.

Виходячи з необхідної кількості робочих місць і базових цін на програмні продукти, розраховується вартість системи для конкретного готелю.

Таблиця 3.3.1. Вартість рекомендованих систем програмного комплексу «Готель»

Ціна з доставкою і установкою	
Найменування	Ціна
Система «Готель 2.3» на сервер	22000
Система «Готель 2.3» на 3 робочих місця	50000
Підсистема «Бари-ресторани»	16000
Разом	88000

$$C = C1 * C2 \quad (3.3.4)$$

де С - загальна вартість витрат на навчання співробітників

С1 - вартість навчання

С2 - кількість учнів співробітників

$$C = 1\,500 * 3 = 4\,500$$

Вартість навчання одного співробітника становить 1 500 грн, отже, вартість навчання трьох співробітників складає 4 500.

Розрахунок вартості впровадження програмного комплексу «Готель»

$$22\,000 + 50\,000 + 16\,000 + 4\,500 = 92\,500 \text{ грн.}$$

В результаті вартість впровадження програмного комплексу «Готель» становить 92 500.

Для поведінки подальших розрахунків нам слід вирахувати такі показники як прибуток і чистий прибуток. Які розраховуються за такими формулами:

$$П = Д - Р \quad (3.3.5)$$

де П-прибуток

Д- дохід підприємства

Р - витрата підприємства (з / п, комунальні платежі, Інтернет, телефон, реклама і т.д.)

Розрахунок прибутку буде виглядати наступним чином:

$$П = 2\,878\,200 - 1\,607\,752 = 1\,270\,448$$

Отже, чистий прибуток буде розраховуватися наступним чином:

$$\Delta П = П - 20\% \text{ (податок на прибуток)}, \quad (3.3.6)$$

де ΔП- чистий прибуток

$$1\,270\,448 - 20\% = 254\,096,6$$

$$254\,096,6 / 12 = 84\,696,533$$

Оскільки чистий прибуток готелю становить 84 696,533 грн. в місяць, на покриття витрат на впровадження запропонованих рекомендацій готель може виділити 25%, що складе:

$$84\,696,533 * 25\% = 21\,174 \text{ грн.}$$

Тепер за формулою 12 розрахуємо проміжок часу, за яке впровадження програмного комплексу «Готель» окупить себе:

$$T = K/P, \quad (3.3.7)$$

де T - термін окупності капітальних вкладень;

K - капітальні вкладення, грн .;

P- чистий щомісячний прибуток за вирахуванням податків, грн.

$$92\,500/21\,174 = 4,3 \text{ місяці}$$

Далі розрахуємо коефіцієнт рентабельності запропонованої рекомендації:

$$21\,174 * 25\% = 5\,293,5$$

$$5\,293,5 * 5 = 26\,467,5$$

$$26\,467,5 / 92\,500 = 0,29$$

Коефіцієнт рентабельності дорівнює 29%.

Таким чином, при впровадженні програмного комплексу «Готель» гостинний двір "Будинок Павлович" витратить 92 500 грн. За умови, що від щомісячних доходів буде виділятися 25% на погашення цих грошей, витрати на придбання окупляться приблизно за 5 місяців.

Розрахунок впровадження транспортної послуги.

Розглянемо рекомендацію по організації прокату автомобілів. Необхідно укласти угоду з фірмою міста, що надає послуги таксі, на надання послуг перевезення і оренди, від яких готелі буде йти відсоток прибутку.

Якщо клієнт готелю бажає скористатися послугами прокату автомобіля, то він завчасно (ввечері замовлення на наступний день) замовляє автомобіль, причому він може вибрати, на автомобілі якої марки і моделі він бажає їздити.

Послуги оренди автомобіля в прокат з водієм в міській службі таксі будуть коштувати 300 грн. / Годину на міській території і ще 200 грн. / Годину за межами міста:

$$300 \text{ грн.} + 200 \text{ грн.} = 500 \text{ грн.} / \text{година.}$$

Відповідно замовлення автомобіля на весь день (10 годин) складе:

$$500 \text{ грн.} * 10 \text{ годин} = 5\,000 \text{ грн.}$$

Ця сума потрібна для оплати послуг міської служби таксі. Тому щоб готель мав прибуток від такої угоди, необхідно включити у вартість послуг таксі надбавку в розмірі 20%. Значить клієнт повинен заплатити в даному випадку:

$$- (500 \text{ грн.} + 20\%) = 500 \text{ грн.} + 100 \text{ грн.} = 600 \text{ грн.};$$

$$- (5\,000 \text{ грн.} + 20\%) = 5\,000 \text{ грн.} + 1\,000 \text{ грн.} = 6\,000 \text{ грн.}$$

Виходячи з того, що готель гостинний двір "Будинок Павлович" в даному випадку виступає як посередник, т. Е. Займається посередницькою діяльністю, то з отриманої від кожного прокату прибутку віднімається податок на прибуток, який для даної категорії підприємств становить 20%:

$$- (100 \text{ грн.} - 20\%) = 100 \text{ грн.} - 20 \text{ грн.} = 80 \text{ грн.};$$

$$- (1\,000 \text{ грн.} - 20\%) = 1\,000 \text{ грн.} - 200 \text{ грн.} = 800 \text{ грн.}$$

У найкращому разі перші 15 днів, якщо прокат буде братися на весь день, прибуток вийде:

$$800 \text{ грн.} * 15 \text{ днів} = 12\,000 \text{ грн.}$$

У самому небажаному випадку, коли автомобіль замовляється на одну годину, раз в день протягом решти 15 днів прибуток виходить:

$$80 \text{ грн.} * 15 \text{ днів} = 1\,200 \text{ грн.}$$

Вираховується середня прибуток за 15 днів:

$$(12\,000 + 1\,200) / 2 = 6\,600 \text{ грн.}$$

Отже, в місяць (30 днів) прибуток складе:

$$6\,600 \text{ грн.} * 2 = 13\,200 \text{ грн.}$$

Прибуток від співпраці зі службою таксі в рік становитиме:

$$13\ 200 * 12 = 158\ 400 \text{ грн}$$

Даний варіант може розглядатися як додаткове джерело прибутку, який в гіршому випадку не принесе доходу готелі взагалі, а в кращому випадку стане початком розвитку власної послуги прокату і зміцнення ділових зв'язків з будь-якої міською службою послуг таксі, що співпрацює з готелем, працівники якої можуть бути випадковими рекламними агентами для просування послуг готелю гостинний двір "Будинок Павлових", що в свою чергу несе в собі можливість отримання потенційного доходу від завантаження номерного фонду.

Складно припустити, в якому напрямку буде розвивати свої послуги готель гостинний двір "Будинок Павлових" в подальшому, але можна з упевненістю сказати, що при розробці стратегічних планів розвитку готелю керівництво в першу чергу думає про задоволення запитів своїх клієнтів, а це в результаті приносить певний додатковий дохід і розвиває сферу гостинності в місті і його районі.

Розрахунок рекомендації щодо вдосконалення екскурсійно - дозвільної та розважальної діяльності

Розглянемо рекомендацію щодо вдосконалення екскурсійно - дозвільної та розважальної діяльності гостинний двір "Будинок Павлових". Для вдосконалення екскурсійної діяльності необхідно укласти угоду про співпрацю з турфірмою міста, що пропонує екскурсії в музей, так як даний музей є затребуваним серед туристів відвідують місто, об'єктом культури.

Екскурсії в музей проводитимуться 8 раз в місяць, тобто 2 рази на тиждень.

Виходячи з того що завантаження номерів в гостинний двір "Будинок Павлових" в день дорівнює 75%, середня кількість відвідали екскурсію клієнтів дорівнюватиме 60 за один день.

Далі розрахуємо скільки клієнтів готельно - ресторанного комплексу гостинний двір "Будинок Павлових" відвідає музей в місяць:

$$60 * 8 = 480$$

Вартість екскурсії дорівнює 200 грн.

Ця сума потрібна для оплати послуг турфірми. Що б готель мав прибуток необхідно включити у вартість квитка на екскурсію надбавку в розмірі 20% :

$$200 + 20\% = 200 + 40 = 240 \text{ грн.}$$

Виходячи з того що готельно - ресторанний комплекс гостинний двір "Будинок Павлових" в даній ситуації виступає як посередник, то з отриманого прибутку віднімається податок на прибуток (20%):

$$40 - 20\% = 40 - 8 = 32 \text{ грн.}$$

Далі необхідно помножити кількість відвідали екскурсію клієнтів на чистий прибуток з одного квитка на екскурсію:

$$480 * 32 = 15\,360 \text{ грн. - чистий прибуток в місяць від продажу квитків}$$

Далі розрахуємо чистий прибуток яку отримає готельно - ресторанний комплекс гостинний двір "Будинок Павлових" за рік:

$$15\,360 * 12 = 184\,320 \text{ - чистий прибуток в рік.}$$

Екскурсійна програма в музей вже внесена в список програм, пропозиція щодо включення даної програми були розглянуті керівництвом готелю гостинний двір "Будинок Павлових" і включені в загальний список пропонованих екскурсійних програм.

Підводячи підсумок розрахованої рекомендації, можна сказати, що готель гостинний двір "Будинок Павлових" надає своїм гостям великий вибір екскурсійних програм і екскурсія в музей може стати однією з них в самому найближчому майбутньому, і буде приносити не менший прибуток, ніж інші пропоновані готелем екскурсійні програми.

Висновок

Прибутковість готелю характеризується як найважливіший показник діяльності готелю (особливо для реального або потенційного власника), який визначається відношенням отриманого прибутку (як правило, береться чистий прибуток) до витраченому капіталу. Коефіцієнт завантаження номерного фонду - найважливіший показник роботи готелю, що визначає її рентабельність.

Можуть існувати послуги як матеріальні, речові, так і нематеріальні - у вигляді людської діяльності, результати якої не мають матеріально-речового змісту. Однак будь-яка послуга супроводжується корисними ефектами, які покликані задовольняти потреби людей, що в поєднанні з економічними результатами забезпечує суттєві соціальні ефекти.

Готельна послуга - це організована взаємодія гостя і персоналу готелю, безперервно впливає на гостя протягом всієї своєї тривалості.

Додаткові послуги - перелік і обсяг послуг, що перевищують придбані основні послуги та оплачувані туристами додатково, як правило, в місці їх споживання. Найбільш важливими і необхідними для будь-якого готелю є послуги харчування (обслуговування в номерах), послуги побутового призначення, транспортні, ділові і розважальні послуги.

Було проведено аналіз доходів гостинний двір "Будинок Павлових" і її рентабельності. Розглянуто і вивчена організаційна структура, номерний фонд і послуги ресторану.

Так само було проведено аналіз додаткових послуг, пропонованих до Гостинного двору "Будинок Павлових" клієнтам. Серед них послуги: харчування, розваги, косметичні, послуги догляду за здоров'ям, пральні, оренда приміщень під різні розважальні та ділові заходи, екскурсійні програми по різних пам'яток міста і його прилеглих територій.

Найпопулярнішими серед гостей додатковими послугами, які приносять найбільший дохід у порівнянні з іншими платними послугами є екскурсійні програми; оренда ресторану під торжества, а відповідно послуги аніматора, діджея та музична програма.

Список використаної літератури

1. Бланк И.А. Управление прибылью. – Киев: НикаЦентр, Эльга, 1998. – 544с.
2. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства. Пер. с англ. 1995.. 384 с.
3. Быстров С. А. Финансовый менеджмент в туризме. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2006. – 240 с.
4. Глазунов В.Н. Критерии оценки рентабельности и платежеспособности.– М.: Дело, 2000. - №1. – С.67-72
5. Ефимова О.П., Ефимова Н.А., Олефиренко Т.А. Экономика гостиниц и ресторанов. - М.: «НОВОЕ ИЗДАНИЕ», 2006 г. –387с.
6. Здоров А. Б. «Экономика туризма». Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 272 с.: ил
7. Зорин И. В. Каверина Т. П. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 288 с., ил.
8. Кабушкин Н Л. Основы менеджмента: Учеб. пособие У Н.И. Кабушкин. - 5-е изд., стереотип. - Мн.: Новое знание, 2002. — 323 с.
9. Т. С. Казуева Управление доходами и расходами предприятия
Издательство: Дашков и Ко,2009, 190 стр.
- 10.Квартальнов В.А. Туризм. - М.: Финансы и статистика, 2002.- 315с.
- 11.Керимов В.Э Современные системы и методы учета и анализа затрат в коммерческих организациях. - М.: Эксмо - Пресс, 2005. - 143 с.
- 12.Маркетинг. Гостеприимство. Туризм ; Котлер Ф. , Боуэн Дж. , Мейкенз Дж. ; 2007 ; Финансы и статистика , Юнити-Дана ; 978-5-238-01263-6
- 13.Крылов, Э.И. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие/Крылов Э.И., Власова В.М., Журавкова И.В.,-2ое изд, перераб и доп –М., Финансы и статистика, 2009 – 608 с

14.Любушин Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. - М.: ЮНИТИ – 2003.- 212 2002. 182 с

15.Дж. Р. Уокер Введение в гостеприимство Издательство: Юнити-Дана, 2008 г. 736 стр.

16.Филипповский Е.Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства Автор: Филипповский Е. Е., Вавилова Е. В. Издательство: Финансы и статистика Год: 2006 с 116

17.Царев В. В. Оценка экономической эффективности инвестиций. СПб.: Питер, 2004. – 464 с.

18.Туризм и гостиничное хозяйство. Учебник / Под ред. проф., д.э.н. Чудновского А.Д. – М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 2000

19.Инвестиции. Уильям Ф. Шарп, Гордон Дж. Александер, Джеффри В. Бейли Издательство: Инфра-М, 2003 г., 1028 стр.