

Економічні науки

УДК 640.41

Тимчишин-Чемерис Юлія Василівна

кандидат економічних наук,

в.о. доцента кафедри обліку і фінансів

Львівський інститут економіки і туризму

Тымчышын-Чемерыс Юлия Васильевна

кандидат экономических наук,

и.о. доцента кафедры учета и финансов

Львовский институт экономики и туризма

Tymchyshyn-Chemerys J.

Doctor of economics (PhD), associate professor

Lviv Institute of economics and tourism

Солдат Ольга Андріївна

студентка 5 курсу

Львівський інститут економіки і туризму

Солдат Ольга Андреевна

студентка 5 курса

Львовский институт экономики и туризма

Soldat O.

5-year student

Lviv Institute of economics and tourism

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ТА ФАКТОРИ ПРИБУТКУ ГОТЕЛЬНОГО

ПІДПРИЄМСТВА

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ФАКТОРЫ ПРИБЫЛИ

ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

BASIC CONCEPTS AND FACTORS OF HOTEL'S ENTERPRISES

INCOME

Анотація: У статті висвітлено основні поняття та характеристики прибутку. Проаналізовано фактори впливу на доходи в готельних підприємствах та існуючі типи орієнтації на прибуток. Вказано заходи для поліпшення господарсько-фінансових показників діяльності готельного підприємства. Розглянуто способи збільшення прибутку.

Ключові слова: прибуток, дохід, готельне підприємство, рентабельність, готельні послуги.

Аннотация: В статье отражены основные понятия и характеристики прибыли. Проанализированы факторы влияния на доходы в гостиничных предприятиях и существующие типы ориентации на прибыль. Указаны меры по улучшению хозяйственно-финансовых показателей деятельности гостиничного предприятия. Рассмотрены способы увеличения прибыли.

Ключевые слова: прибыль, доход, гостиничное предприятие, рентабельность, гостиничные услуги.

Annotation: The article presents basic concepts and characteristics of profit. In it were analyzed factors of influence on the hotel business income and existing orientation types on profits. It also includes measures for improvement of the hotel business' managing financial performance indicators. The article presents methods for profits increasing.

Keywords: profit, revenue, hotel business, profitability, hotel services.

Постановка проблеми. Прибуток готельного підприємства відіграє одну із провідних ролей в мікроекономічній ланці фінансової системи держави, а саме у фінансах підприємств.

Прискорені темпи розвитку галузі готельного господарства сприяють появі на ринку різноманітних готельних послуг, які, у свою чергу, є основним джерелом прибутку для власників готельних підприємств. Тому формуючи ту чи іншу послугу, потрібно чітко визначити чи зможе вона не тільки покрити витрати, але і принести прибуток. Зростання прибутку є

дуже вагомим фактором подальшого розвитку підприємства.

Крім того, прибуток окремого готельного підприємства формує дохідну частину всієї готельної галузі країни, а отже, дохідну частину загального бюджету країни. Тому, на сьогоднішній день надзвичайно важливим є планове вивчення та аналіз економічної ефективності діяльності готелів країни, а також їх економічної та соціальної програми розвитку. Дуже вагомим аспектом у цьому є вивчення саме такої економічної категорії як прибуток. Тож спробуємо визначити сутність, основні характеристики прибутку та можливі шляхи його збільшення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Цій проблематиці приділяли і приділяють у своїх наукових працях такі провіднівітчизняні і зарубіжні економісти: І. Амбросій, І. Алексєєв, І. Бочан, Т. Бень, І. Бланк, І. Вуйцик, В. Гриньова, В. Гринчуцький, С. Довбня, Г. Крамаренко, С. Корягіна, В. Карамзін, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, Л. Мельник, Л. Нечаюк, О. Поддєрьогін, Л. Павлова, Н. Ушакова, Н. Чумаченко, А. Шеремет, Н. Шморгун, Н. Ярошевич та інші.

Мета статті - висвітлити основні поняття, фактори прибутку готельного підприємства та встановити можливі шляхи його збільшення.

Виклад основного матеріалу. Прибуток — один з основних економічних показників, що відображає ефективність підприємства, його фінансовий стан, успіхи та можливості у виконанні розробленої програми економічного та соціального розвитку.

Аналізуючи сутність прибутку, слід насамперед відзначити його основні характеристики :

- прибуток, який є формою винагороди підприємця, що вклав свій капітал у певний вид діяльності з метою досягнення певного комерційного успіху;
- прибуток, який не є гарантованою винагородою підприємця на вкладений капітал у той чи інший бізнес, а є наслідком умілого й

успішного провадження цього бізнесу. Тому можна говорити, що прибуток - це певною мірою, плата за ризик підприємницької діяльності;

- прибуток характеризує лише ту частину доходу, яка «очищена» від витрат на провадження цієї діяльності, а не весь дохід, одержаний у процесі підприємницької діяльності;
- прибуток - це вартісний показник, який виражений у грошовій формі;
- прибуток слугує вимірником ефективності використання усіх видів ресурсів;
- прибуток слугує внутрішнім джерелом інвестування розвитку діяльності підприємств;
- прибуток створює привабливість і надійність для внутрішніх і зовнішніх інвесторів (кредиторів) [5].

Одночасно, прибуток — це показник, який формується на мікрорівні, він відображає результати фінансово-господарської діяльності підприємств, як суб'єктів господарювання і зазнає впливу багатьох чинників. У формуванні прибутку підприємств є особливості залежно від сфери їх діяльності, галузі господарства, форми власності, розвитку ринкових відносин тощо.

Прибуток являє собою загальну економічну категорію розвинутого товарного виробництва. Він є частиною вартості товару, яка відображається у вигляді надлишку над витратами його виробництва.

Прибуток, як економічна категорія, має своє якісне і кількісне визначення, тобто має речовий зміст та суспільну форму. Саме в їх діалектичній єдності розкривається сутність прибутку, його економічний зміст.

Прибуток — система економічних відносин між підприємцями (роботодавцями – власниками засобів виробництва) і найманими працівниками щодо виробництва, розподілу та привласнення створеної

додаткової вартості, яка відособлюється у вигляді надлишку над витратами вкладеного капіталу.

Отже, об'єктивна матеріальна основа існування прибутку пов'язана з необхідністю первинного розподілу вартості додаткового продукту. Прибуток – це суспільна форма прояву додаткової вартості.

Водночас прибуток – це результат господарської діяльності окремого підприємства або галузі економіки і визначається як грошове вираження різниці між виторгом, отриманим від продажу продукції (послуг) і сумою витрат на її виробництво. Це кількісне визначення прибутку.

Слід зазначити, що в економічній літературі існують різні концепції прибутку, немає єдиної думки щодо його джерела. Вітчизняні вчені розглядають прибуток, як перетворену форму додаткової вартості, як неоплачену працю найманих працівників сфери матеріального виробництва. Перетворена форма тому, що прибуток приховує справжнє джерело свого виникнення, і виникає враження, що він породжується не лише працею найманих робітників, а й усіма засобами виробництва.

Прибуток — один з основних фінансових показників плану й оцінки господарської діяльності організацій. За рахунок прибутку здійснюється фінансування заходів щодо їх науково-технічного і соціально-економічного розвитку, збільшення фонду оплати праці їхніх працівників. Прибуток є не тільки джерелом забезпечення внутрішньогосподарських потреб організацій, але і здобуває усе більше значення у формуванні бюджетних ресурсів, позабюджетних і благодійних фондів [10].

Багатоаспектне значення прибутку підсилюється з переходом економіки держави на основи ринкового господарства. Справа в тому, що організація акціонерної, орендної, приватної чи іншої форми підприємництва, одержавши фінансову самостійність і незалежність, має право вирішувати, на які цілі й у яких розмірах направляти прибуток, що

залишився після сплати податків у бюджет і інших обов'язкових платежів і відрахувань [9].

Прибуток є основним фінансовим джерелом розвитку підприємства, науково-технічного удосконалення його матеріальної бази і продукції, усіх форм інвестування. Ураховуючи значення прибутку, вся діяльність підприємства спрямована на те, щоб забезпечити зростання його величини або стабілізувати її на певному рівні.

В умовах ринкової економіки, з переходом готелів на самофінансування, основною умовою існування готельних підприємств є їх прибуткова діяльність.

Готельне підприємство своїми фінансовими ресурсами має забезпечити всю свою експлуатаційну діяльність, розвиток і технічні вдосконалення матеріально-технічної бази, соціальне та матеріальне заохочення працівників підприємства, підвищення якості послуг [3].

Зростання прибутку та рентабельність має велике значення не тільки для подальшого розвитку підприємства, галузі, але й усього господарства України тому, що являє собою джерело коштів для формування дохідної частини державного (місцевого) бюджету.

Показники прибутку та рентабельності тісно пов'язані з іншими економічними показниками. Наприклад, на їх основі можна розраховувати ефективність використання основних фондів, ефективність праці, потенційну дохідність підприємства та ін.

Багатогранна діяльність готельних підприємств обумовлює створення та використання у планово-аналітичній роботі різні значення прибутку: прибуток (збиток) від реалізації послуг; прибуток від реалізації основних фондів та іншого майна; прибуток від іншої діяльності; балансовий (валовий) прибуток; оподаткований прибуток, чистий прибуток (прибуток, що залишається у розпорядженні підприємства), розподільний прибуток. Відмінність цих понять визначається їх економічним змістом, з одного

боку, та положеннями законодавства про оподаткування прибутку підприємства, з другого боку.

Прибуток (збиток) від реалізації послуг визначається як різниця між доходами від реалізації послуг (без урахування ПДВ) і торговельно-експлуатаційними витратами.

Прибуток від реалізації основних фондів — це різниця між продажною ціною (без ПДВ) та залишковою вартістю цих фондів, збільшеною на індекс інфляції, що визначається у порядку, встановленому урядом України.

Прибуток від іншої діяльності — це різниця між доходами та витратами від позареалізаційних операцій. До складу доходів від позареалізаційної діяльності включаються: доходи, отримані від пайової участі в діяльності інших підприємств, від надання приміщень і майна в оренду, дивіденди за акціями, облігаціями та іншими цінними паперами, що належать підприємству, а також інші доходи від операцій, не пов'язаних з реалізацією готельних послуг (санкції за порушення господарських договорів). У складі позареалізаційних витрат враховуються податкові платежі, що відносяться на фінансові результати діяльності підприємства, різні штрафи, пені.

Валовий (балансовий) прибуток характеризує кінцевий фінансовий результат господарської діяльності підприємства та являє собою суму прибутку від реалізації послуг, основних фондів і позареалізаційних операцій.

Оподаткований прибуток — це сума частини валового (балансового) прибутку, що підлягає оподаткуванню. Для визначення оподаткованого прибутку з валового прибутку підприємства готельного господарства вилучаються деякі види доходів відповідно до положень чинного законодавства про оподаткування (доходи від пайової участі в

діяльності інших підприємств; дивіденди за акціями та іншими цінними паперами).

Чистий прибуток — це та частина валового (балансового) прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати до бюджету податку на прибуток [3].

Абсолютна сума прибутку не має можливості повною мірою охарактеризувати ефективність роботи підприємства, тому її доповнюють показником рентабельності. Це відносний показник, що відображає рівень ефективності використання матеріальних, трудових і грошових ресурсів. Для повноти аналізу застосовують кілька видів показників рентабельності.

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

Рівень рентабельності до загального обсягу реалізованих послуг, що визначається як відношення (виражене у відсотках) балансового прибутку до суми реалізованих послуг.

Рівень рентабельності до поточних витрат, що визначається як відношення (виражене у відсотках) балансового прибутку до повної собівартості послуг.

Рівень рентабельності власних і позичених коштів — це виражене у відсотках відношення балансового прибутку до суми власних і позичених коштів. Визначення рентабельності позичених коштів дозволяє дійти висновку про ефективність їх використання та доцільності залучення в подальшому нових кредитів [3].

Підприємство готельного господарства, що спеціалізується на обслуговуванні туристів, являє собою готельний комплекс, що включає готель, ресторан та інші підрозділи. Всі ці підрозділи надають туристам комплекс основних і додаткових послуг. Відокремлений розгляд господарської діяльності готелів і ресторанів, навіть зважаючи на відмінності, досить умовний.

Ці показники є найважливішими в діяльності готельних підприємств, адже вони надають якісну характеристику ефективності роботи як окремих підрозділів, так і всього готелю в цілому.

Крім того, характеризуючи прибуток готелю, важливо взяти до уваги не тільки його сутність, а й умови, в яких він формується. Адже для отримання найбільшого прибутку підприємства, потрібно мати певну правову та юридично закріплену базу, яка б сприяла ефективній роботі готельного підприємства.

На сьогоднішній день в Україні вже існує позитивна тенденція, спрямована на стимулювання та розвиток готельної індустрії [2, 4]:

- 1) прибуток готелів звільнено від оподаткування, але лише при умові, що готелі насправді займаються наданням послуг з розміщення, що складає хоча б 50% сукупного доходу [8];
- 2) пільга надається лише у відношенні до прибутку, отриманого суб'єктом господарювання від надання готельних послуг;
- 3) вивільнені від оподаткування кошти готельєри використовують на власний розсуд, але в рамках 3-річного строку і в межах цільового призначення, визначеного законом, спрямованого на розвиток готельної індустрії.

Звичайно, ці заходи значно сприяють збільшенню прибутковості готельних підприємств, але, все ж таки, доцільно не зупинятися на цьому, потрібно ще працювати над удосконаленням юридичної сторони функціонування готелів та звернути увагу на використання вивільнених

від оподаткування коштів саме за цільовим призначенням [4].

До того ж, крім правової бази на формування прибутку підприємства впливає безпосередньо і форма власності, і розмір підприємства, і тип засобу розміщення [1]. Так, для великих готелів характерним є отримання більш значного прибутку, але це є можливим тільки завдяки раціональному розподілу ресурсів підприємства та дотриманню відповідних стандартів роботи залежно від специфіки діяльності засобу розміщення.

В умовах досить нестабільного економіко-правового середовища повинні бути впроваджені відповідні заходи для поліпшення господарсько-фінансових показників діяльності. Серед цих заходів можна виділити такі [7]:

- збільшення обсягу реалізації готельних послуг за рахунок підвищення комфортності номерів, обладнання їх більш сучасною побутовою технікою тощо;
- зниження собівартості всіх видів готельних послуг при збереженні їх високої якості за рахунок підвищення ефективності використання всіх видів ресурсів і технічного вдосконалення всієї експлуатаційної діяльності;
- збільшення доходів від позареалізаційних операцій за рахунок вкладень вільних коштів у цінні папери, продажу цих цінних паперів на кредитних ринках, придбання депозитних сертифікатів банків чи відкриття в них депозитних рахунків;
- проведення активної маркетингової політики, зокрема рекламної компанії послуг як у межах власної країни, так і за кордоном, з метою підвищення попиту на готельні послуги, що пропонуються, у тому числі з використанням інноваційних технологій;
- посилення роботи по укладенню довгострокових угод з фірмами й організаціями з метою залучення споживачів пропонованої продукції

й готельних послуг.

З огляду на стан матеріально-технічної бази готелів та запити споживачів готельних послуг особливо актуальним, на нашу думку, є:

- проведення сертифікації підприємств готельного господарства на категорію;
- систематичне проведення сертифікації системи управління якістю готельних послуг.

Такі заходи дозволять створити основу для нормальної роботи підприємств готельного господарства і значно сприяють збільшенню прибутку підприємств.

Постійні зміни на ринку готельних послуг сприяють більш якісному висвітленню питання отримання прибутку засобами розміщення. Адже, прибуток є, по-перше, одним з найвагоміших показників роботи підприємства, а, по-друге, є головною метою створення та функціонування підприємств готельного господарства в цілому. Тому, на сьогоднішній день дослідження щодо специфіки отримання прибутку та шляхів його збільшення стають надзвичайно актуальними.

Перспективними такі дослідження стають ще й тому, що в умовах постійно зростаючої конкуренції готельному підприємству потрібно скорегувати свою роботу таким чином, щоб з кожним наступним звітним періодом отримувати більший прибуток порівняно з аналогічним попереднім періодом. Отже, безперервний пошук нових шляхів та резервів підвищення прибутку є основною умовою здійснення підприємницької діяльності в період ринкової економіки [4].

Існують фактори, які чітко впливають на формування доходу, а отже і прибутку. Серед таких можна визначити зовнішні фактори та внутрішні. [1]

До зовнішніх факторів можна віднести:

- державну цінову політику;

- участь держави у формуванні і розподілі доходів населення;
- платоспроможний попит населення;
- культуру та національні особливості споживання послуг;
- державну податкову політику;
- рівень конкуренції на споживчому ринку;
- політичну ситуацію в країні і в світі;
- рівень розвитку фінансового ринку;
- сезонність попиту на готельні послуги;
- сезонність попиту на ресторанну продукцію та послуги.

Отже, можна зробити висновок, що основним фактором впливу є держава, яка регулює діяльність підприємств даної галузі і сповільнює тим самим процес реорганізації та оновлення застарілої бази на нову, досконалішу і рентабельнішу.

Також існує низка внутрішніх факторів, які вагомо впливають на рівень доходів кожного окремого готельного підприємства:

- обсяг реалізованої продукції та послуг (у натуральному вираженні);
- ціни на продукцію та послуги;
- місцезнаходження підприємства;
- забезпеченість людськими ресурсами (за загальним обсягом та кваліфікованим складом);
- ефективність використання матеріально-технічної бази;
- асортимент додаткових послуг;
- маркетингова діяльність підприємства;
- кількість місць.

Вивчаючи зарубіжний досвід відомих підприємств готельної індустрії та враховуючи перелічені фактори впливу на прибуток можна виділити три основних типи орієнтації на прибуток: максималізація

прибутку, орієнтація на стабільний прибуток, та мінімаксималізація прибутку [3, 6].

Сенс максималізації прибутку полягає в отриманні максимально високого прибутку як за рахунок внутрішніх резервів, так і за рахунок споживачів послуг. За такого підходу підприємство підвищує ціни на основні та додаткові послуги, переводить деякі безплатні послуги до категорії платних, спрощує сервіс. Недолік цієї концепції в тому, що вона може реалізуватися лише тимчасово в умовах значного переважання попиту над пропозицією. Тому, в подальшому, з розширенням мережі готелів, орієнтація на максималізацію прибутку, як довгострокова стратегія підприємства, не раціональна.

З розвитком ринкових відносин підприємства прагнуть до стабілізації свого фінансового становища. Тому, для підприємства більш привабливою є довгострокова діяльність, ніж одноразовий, нехай і досить високий дохід. Така орієнтація економічної діяльності підприємства ставить за мету отримання стабільного «задовільного» прибутку.

«Мінімаксималізація» прибутку характеризується, з одного боку, максималізацією мінімуму очікуваних доходів, а з другого боку, мінімізацією максимуму очікуваних витрат. Як правило, в таких випадках скорочують обсяг менш прибуткових послуг, а ресурси, що звільнюються направляють на виробництво та реалізацію більш прибуткових. Однак, такі підприємства, значною мірою ризикують втратити стабільний контингент туристів, які надають перевагу комплексу різноманітних послуг.

Висновки. Отже, аналізуючи фактори впливу на доходи в готельних підприємствах, та існуючі типи орієнтації на прибуток можна виокремити наступні способи збільшення прибутку:

- збільшення обсягу реалізації готельних послуг за рахунок підвищення комфортності номерів, обладнання їх більш сучасною побутовою технікою тощо;

- зниження собівартості всіх видів готельних послуг при збереженні їх високої якості за рахунок підвищення ефективності використання всіх видів ресурсів і технічного вдосконалення всієї експлуатаційної діяльності;
- збільшення доходів від позареалізаційних операцій за рахунок вкладень вільних коштів у цінні папери,
- проведення активної маркетингової політики, зокрема рекламної компанії послуг як у межах власної країни, так і за кордоном;
- посилення роботи по укладенню довгострокових угод з фірмами й організаціями з метою залучення споживачів пропонованої продукції й готельних послуг [7].

Таким чином, існують різні підходи до визначення основних понять та факторів прибутку. На нашу думку, прибуток – це кінцева грошова оцінка діяльності підприємства, тобто, сума перевищення доходів від його діяльності над сумою видатків, одна з форм його власних нагромаджень.

Література:

1. Амбросій О.І. Класифікація доходів готельного господарства та фактори, що впливають на їх розмір / Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2010. – Випуск 1. – с. 195-199.
2. Вуйцик О.І. Оподаткування прибутку готельного бізнесу як засіб державного регулювання інвестиційної діяльності / Економіка. Управління. Інновації. – 2012. - №2 (8).
3. Кузнецова Н.Н. Основи економіки готельного та ресторанного господарства: Навч. посібник. – 2-е вид., Київ, 2005. – 250 с.
4. Кухаренко Ю.І. Прибуток підприємств готельного господарства: сутність та шляхи збільшення [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://sophus.at.ua/publ/2013_05_30_31_kampodilsk/ekonomic

hrij_blok_doslidzhen/pributok_pidpriemstv_gotelного_gospodarstva_sutnist_ta_shljakhi_zbilshennja/31-1-0-656

5. Мальська М. П. Економіка туризму: теорія та практика [текст]: підручник. / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. – К: «Центр учбової літератури», 2014. – 544с.
6. Мехеда Н., Сафонов В. Шляхи збільшення прибутку в підприємствах готельного господарства [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=73598>
7. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навч. посібник.— К: Центр навчальної літератури, 2003.— 348 с.
8. Про внесення змін у Розділ XX «Перехідні положення» Податкового Кодексу України відносно особливостей стягування податку на прибуток підприємств, отриманого від надання готельних послуг: Закон України від 15.08.2012 р.
9. Федоренко В. Г. Страховий та інвестиційний менеджмент / [Електронний ресурс] - режим доступу: <http://fingal.com.ua/content/view/1178/87/1/2/>
10. Фінансова аналітика / [Електронний ресурс] - режим доступу: <http://www.finalearn.com/lifers-495-1.html>.