

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования «Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА
Рецензент, директор ИП Перминов
О.В. _____ О.В.
Перминов «__» _____ 2017 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
_____ И.И. Просвирина
«__» _____ 2017 г.

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ИП ПЕРМИНОВ В.О.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
РАБОТЕ ЮУрГУ–38.03.01.2017.179.ВКР

Руководитель ВКР, доцент
_____ Е.В. Федина
_____ 2017 г.

Автор ВКР, студентка группы ЭУ-414
_____ А.А. Золотых
_____ 2017 г.

Нормоконтролер, старший преподаватель
_____ М.И. Лаврова
_____ 2017 г.

Челябинск 2017

РЕФЕРАТ

Золотых А.А. Анализ финансового состояния деятельности ИП Перминов В.О. – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ-414, 2017. – 78 с., 4 рис., 24 табл., 2 прил., библиографический список – 53 наим.

Объектом исследования является деятельность ИП Перминов В.О.

Предмет исследования – финансовое состояние организации.

Цель исследования – анализ финансового состояния предприятия для выявления проблем и их решения.

Выпускная квалификационная работа состоит из двух разделов. В первом разделе приведены результаты исследования гостиничного рынка Ямало-Ненецкого автономного округа, перспективы развития гостиничного бизнеса, методики анализа финансового состояния предприятия. Во втором разделе приведена краткая характеристика ИП Перминов В.О., проведен анализ финансового состояния и разработаны мероприятия по совершенствованию финансового состояния организации.

На основании проведенного анализа финансового состояния деятельности ИП Перминов В.О. было предложено принять в штат специалиста по маркетингу с целью совершенствования управления производственными процессами, влияющее на снижение доходности хозяйственной деятельности. Для более эффективного управления гостиничным комплексом было предложено расширение номерного фонда за счет организации размещения клиентов с ограниченными возможностями. В связи с отсутствием анализа, позволяющего прогнозировать величину прибыли было принято решение о необходимости применения менеджерами исследуемого предприятия маржинального анализа, заключающегося в анализе соотношения объема продаж, себестоимости и прибыли.

Результаты работы могут быть использованы ИП Перминов В.О. для решения перечисленных проблем, что позволит предприятию повысить спрос на услуги, сократить постоянные затраты связанных с предоставлением услуг по проживанию и обслуживанию, а также повысить прибыль и рентабельность.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
1 ИССЛЕДОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА.....	9
1.1 Исследование гостиничного рынка Ямало-Ненецкого автономного округа.....	9
1.2 Перспективы развития гостиничного бизнеса.....	17
1.3 Методики анализа финансового состояния предприятия.....	22
2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
ИП ПЕРМИНОВ В.О.....	32
2.1 Краткая характеристика ИП Перминов В.О.....	32
2.2 Анализ финансового состояния ИП Перминов В.О.....	41
2.3 Разработка мероприятий по улучшению финансового состояния ИП Перминов О.В.....	57
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	69
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	71
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А Бухгалтерский баланс ИП Перминов В.О.....	76
ПРИЛОЖЕНИЕ Б Отчет о финансовых результатах ИП Перминов В.О.....	77

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. В настоящее время проблемы анализа финансового состояния предприятия в совокупности определены: различной терминологией анализируемых показателей; проблемой идентификации, группировки статей баланса и других форм бухгалтерской отчетности предприятия для нужд их анализа; проблемой информативности бухгалтерской (финансовой) отчетности; несовершенной нормативно-правовой средой и недостатками российской системы бухгалтерского учета и отчетности; недостаточной разработанностью некоторых аспектов финансового анализа; отсутствием интегральной оценки деятельности хозяйствующего субъекта; отсутствием возможности оценить уровень менеджмента предприятия; сложностью позиционирования субъекта анализа финансового состояния.

Собственники проводят оценку и диагностику финансового состояния предприятия с целью повышения доходности капитала, обеспечения стабильности положения фирмы, кредиторы и инвесторы – чтобы минимизировать свои риски по займам и вкладам.

Устойчивое финансовое состояние формируется в процессе всей экономической деятельности предприятия, определение его на ту или иную дату помогает ответить на вопрос, как предприятие управляло финансовыми ресурсами, как оно использовало имущество, насколько рационально оно сочетало собственные и заемные источники, эффективно их использовало; какова отдача производственного потенциала; нормальны ли взаимоотношения с дебиторами, кредиторами и т.д.

Таким образом, анализ финансового состояния организации является существенным и неременным элементом управления предприятием и важнейшим блоком в системе хозяйственной деятельности. Актуальность исследования определяется необходимостью проведения системного финансового анализа, который позволит заранее продумать стратегию развития предприятия и в случае необходимости реализовать меры по его выходу из кризисной ситуации.

Цель исследования – анализ финансового состояния предприятия для выявления проблем и их решения.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- провести исследование гостиничного рынка;
- провести анализ финансового состояния предприятия ИП Перминов В.О.;
- разработать мероприятия по совершенствованию финансового состояния ИП Перминов В.О. и дать оценку их экономической эффективности.

Объектом исследования является деятельность ИП Перминов В.О.

Предмет исследования – финансовое состояние организации.

В дипломной работе использовались следующие методы исследования: теоретический анализ и синтез, обобщение и конкретизация положений и выводов зарубежных и отечественных ученых, эмпирических данных и результатов научных исследований по финансовому анализу; социально-экономический анализ, комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности, логический анализ, балансовый метод, методы технико-экономических расчетов.

Работа представлена на 78 страницах, содержит 24 таблицы, 4 рисунков, 2 приложений, 53 источника в списке использованной литературы.

1 ИССЛЕДОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА

1.1 Исследование гостиничного рынка Ямало-Ненецкого автономного округа

Сегодня индустрия гостеприимства – это мощнейшая система хозяйства региона и важная составляющая экономики туризма. Одной из приоритетных задач Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» является становление высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса. Реализация программы предполагает: создание нормативно-правовой базы, формирование современного отечественного туристского рынка, обеспечение условий для развития различных видов внутреннего и въездного туризма, развитие международного сотрудничества в области туризма, а также решение целого комплекса задач в области подготовки кадров для отрасли.

Уральский федеральный округ обладает большими резервами для развития гостиничной индустрии, въездного и внутреннего туризма, так как в округе немало исторических, культурных, архитектурных достопримечательностей.

На успешность и доходность гостиничного бизнеса влияет такой фактор, как качество оказываемых услуг, который складывается из таких критериев, как состояние номерного фонда гостиницы, технического оснащения и информационного обеспечения, наличие предприятий питания.

Гостиничный сектор Тюменской области претерпевает серьезные изменения, открываются новые гостиницы. На сегодняшний день в стадии разработки находятся пять новых гостиниц в Тюмени и две в Тобольске.

Наиболее динамично развивается гостиничный рынок Екатеринбурга. Проведение саммита БРИК (Бразилия, Россия, Индия, Китай) и саммита Шанхайской организации сотрудничества (ШОС) дало новый импульс развитию гостиничного рынка уральской столицы.

На территории Ханты-Мансийского автономного округа функционируют 107 гостиничных предприятий. По количеству гостиниц ХМАО занимает лидирующее положение.

В столице Ямало-Ненецкого автономного округа – Салехарде, в настоящее время работает восемь гостиниц. Вместе с тем, в общем количестве предприятий отрасли произошло увеличение количества гостиниц (г. Салехард, Муравленко, Тазовский и Приуральский районы) пунктов общественного питания (г. новый Уренгой, Ноябрьск, Надым, Салехард, Губкинский, Тарко-Сале, Муравленко).

Таблица 1.1 – Количество коллективных средств размещения, действующих в Ямало-Ненецком автономном округе в 2013- 2016 годах [52]

Период	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Кол-во коллективных средств размещения (ед.)	73	84	89	90

Таки образом, за период с 2013 г. по 2016 г. происходит увеличение количества средств размещения в Ямало-Ненецком автономном округе с 73 ед. до 90 ед.

Далее представим мониторинг наиболее крупных коллективных средств размещения и туристских организаций, оказывающих услуги и осуществляющих деятельность на территории Ямало-Ненецкого автономного округа (таблица 1.2).

Таблица 1.2 – Мониторинг наиболее крупных коллективных средств размещения и туристских организаций, оказывающих услуги и осуществляющих деятельность на территории Ямало-Ненецкого автономного округа [52]

Наименование предприятия	Группа субъектов предпринимательской деятельности	Вид деятельности (ОКВЭД)	Состояние конкурентной среды, изменения (оценка)	Группа потребителей, социальный статус
Гостиницы				
Гостиница «Аляска»	Малый бизнес, ООО	55.11	Усиление конкуренции	Рабочие, служащие

Наименование предприятия	Группа субъектов предпринимательской деятельности	Вид деятельности (ОКВЭД)	Состояние конкурентной среды, изменения (оценка)	Группа потребителей, социальный статус
Гостиница «Салют»	Малый бизнес, ИП	55.12	Без изменений	Рабочие, Служащие
Гостиница «Таежная»	Малый бизнес, ИП	55.12	Без изменений	Рабочие, Служащие
Гостиница «Север +»	Малый бизнес, ИП	55.12	Без изменений	Учащиеся, пенсионеры, служащие
Гостиница «Отдых»	Малый бизнес, ООО	55.12	Усиление конкуренции	Учащиеся, пенсионеры, рабочие
Гостиница «Ханто»	Малый бизнес, ИП	55.12	Снижение конкуренции	Учащиеся, Пенсионеры
Гостиница «Звезда Ямала»	Малый бизнес, ИП	55.11	Снижение конкуренции	Учащиеся, Пенсионеры
Гостиница «Парк-Отель»	Малый бизнес, ООО	55.12	Усиление конкуренции	Учащиеся, инвалиды, пенсионеры
Гостиница «Сад»	Малый бизнес, ООО	55.12	Снижение конкуренции	Учащиеся, инвалиды, пенсионеры
Гостиница «Рябинка»	Малый бизнес, ИП	55.12	Снижение конкуренции	Пенсионеры, инвалиды,
Гостиница «Европа»	Малый бизнес, ООО	55.11	Снижение конкуренции	Рабочие, Учащиеся
Гостиница «Россия»	Малый бизнес, ООО	55.11	Без изменений	Рабочие, Служащие
Гостиница «Белые ночи»	Малый бизнес, ООО	55.12	Снижение конкуренции	Учащиеся, рабочие, служащие
Санатории				
Санаторий «Озерный»	Средний бизнес, ООО	55.11	Без изменений	Все социальные категории
Туристические организации				
Туристическое агентство «Лор ТурПарадиз»	Малый бизнес, ООО	63.30	Усиление конкуренции	Учащиеся, пенсионеры, семьи

Наименование предприятия	Группа субъектов предпринимательской деятельности	Вид деятельности (ОКВЭД)	Состояние конкурентной среды, изменения (оценка)	Группа потребителей, социальный статус
Туристическое агентство «Абсолют Тур»	Малый бизнес, ООО	63.30	Без изменений	Пенсионеры, семьи с детьми
Туристическое агентство «Гринпальма-Тур»	Малый бизнес, ООО	63.30	Снижение конкуренции	Семьи с детьми
Туристическое агентство «ИНТУРИСТ Магазин Путешествий»	Малый бизнес, ИП	63.30	Снижение конкуренции	Учащиеся, пенсионеры, инвалиды

Состояние конкурентной среды представлено на рисунке 1.1.

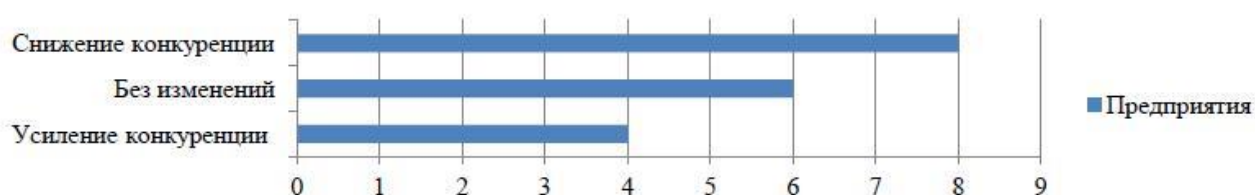


Рисунок 1.1 – Состояние конкурентной среды коллективных средств размещения и туристских организаций, оказывающих услуги и осуществляющих деятельность на территории Ямало-Ненецкого автономного округа [52].

Из-за проведения в округе многих мероприятий, в том числе международного уровня, потребность в гостиницах огромная, часто возникают проблемы с размещением гостей.

Пока новых гостиниц в ЯНАО не строится. Единственным подспорьем в приеме гостей являются частные дома и квартиры, сдаваемые под гостиницы.

Необходимо принять во внимание региональные особенности гостиничного рынка автономного округа, такие, как:

1) Отсутствие на территории автономного округа международных аэропортов и регулярных рейсов в традиционные направления отдыха, в связи с чем выезд населения на отдых зачастую осуществляется через иные регионы, с использованием услуг неместных туристических агентств.

2) В автономном округе широко используется труд вахтовых работников и распространено привлечение для выполнения отдельных видов работ исполнителей из других регионов (особенно в нефтегазовой и строительной сфере), в связи с чем многие хозяйствующие субъекты имеют долгосрочные контракты по аренде жилых помещений (в том числе общежитий) для размещения сторонней рабочей силы и командированных специалистов.

Таблица 1.3 – Основные объекты туристической инфраструктуры, расположенные на территории ЯНАО, в 2016 году (в единицах) [52]

Наименование	Показатель
Количество гостиниц	90
Плотность размещения гостиниц на 1 км ²	0,0002
Количество номеров/мест	2 762/5 273
Плотность размещения номерного фонда на 1 км ²	0,0037/0,007
Число обслуженных посетителей, (чел.)	39173
российских граждан (чел.)	36 871
иностраннх граждан (чел.)	2 302

Анализ показателей, приведенных в таблицах позволяет сделать вывод, о том, что туристическая инфраструктура в Ямало-Ненецком автономном округе развита достаточно слабо и отстает по многим параметрам от среднероссийских показателей.

Зарегистрированные в федеральном реестре организации, осуществляющие туристскую деятельность, работают в основном в сфере выездного туризма, что сдерживает развитие внутреннего и въездного туризма в целом и развитие туристско-экскурсионной деятельности в частности.

Гостиничный сектор хоть и отвечает требованиям средств размещения установленных ГОСТом Р 51185-2008 («Туристские услуги. Средства

размещения. Общие требования», утвержденного Приказом Ростехрегулирования от 18.12.2008 N 518-ст) [М. Стандартинформ. 2009]: только единицы из общего количества гостиниц ЯНАО соответствуют современным техническим и функциональным стандартам гостиниц международного и общероссийского уровня для проживания туристов (требованиям к общим проектным решениям, техническому состоянию здания, дизайну, расположению и отделке внутренних помещений, предназначенных как для гостей, так и для производственных и административных целей, к функционированию и эксплуатации систем жизнеобеспечения, связи, лифтов, эскалаторов, оборудованию, мебели, инвентарю).

Соответственно деятельность исполнительных органов государственной власти ЯНАО направлена на повышение функциональных и технических стандартов гостиниц округа на уровне общероссийского и международного класса. Необходимо отметить, что результатом данной деятельности стало увеличение на 14% поступлений доходов от деятельности гостиниц и аналогичных средств размещения туристов в окружной бюджет (за 2016 год поступления составили 1 004 млн. рублей).

Таблица 1.4 – Доходы от предоставляемых услуг гостиниц и аналогичных средств размещения в сопоставимых ценах в 2014 - 2016 годах (с указанием темпов роста/снижения в % к 2014 году) [52].

Период	2014 г.	2015г.	2016 г.
Доходы гостиниц и аналогичных средств размещения (млн.руб.)	884,3	878	1 004
Темпы роста/снижения (%)		- 7	14

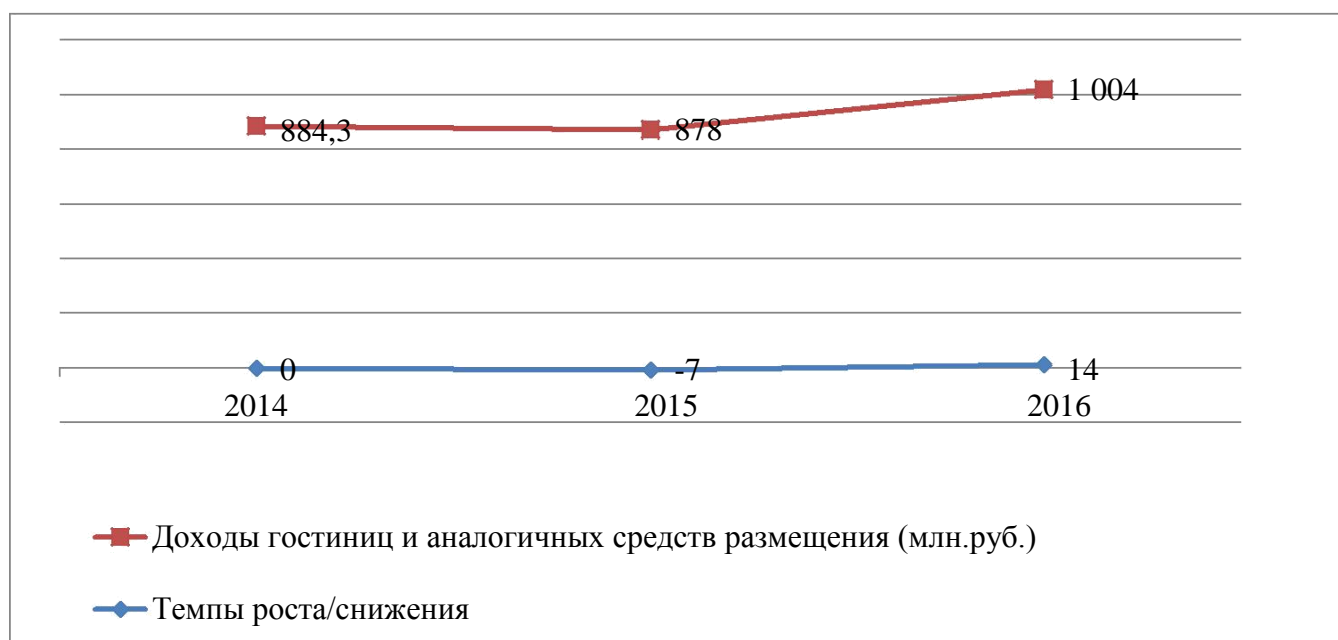


Рисунок 1.2 – Доходы от предоставляемых услуг гостиниц и аналогичных средств размещения в сопоставимых ценах в 2014 - 2016 годах [52].

Более суровый в целом климат Ямала, с одной стороны, может считаться негативным фактором, осложняющим задачи создания и эксплуатации объектов туристской инфраструктуры, отталкивающим определенную часть туристской аудитории, с другой – его можно рассматривать как конкурентное преимущество в части развития экстремального туризма.

В Салехарде, столице Ямало-Ненецкого автономного округа в настоящее время работает, как было сказано выше, восемь гостиниц среднего и высокого ценового сегмента:

- гостиничный комплекс «Ямальский» (28 номеров, 37 мест) – «4 звезды»;
- «Арктика» (53 номера, 81 место) – «3 звезды»;
- «Ямал» (59 номеров, 90 мест) – «2 звезды»;
- «Полярный круг», «Обь» (работающая при аэропорте), «Солнечная», «Сибирь» (17 номеров, 32 места) – эконом-класс.

Удовлетворительным уровнем сервиса отличается гостиница в г. Лабытнанги (65 номеров на 112 мест).

Большая часть номерного фонда коллективных средств размещения относится к среднему или эконом-классу с невысоким уровнем сервиса. Во многих номерах отсутствует доступ к сети Интернет, не предоставляются дополнительные туристские услуги. Этих недостатков лишены новые частные мини-отели и гостиничные комплексы средней и высокой ценовой категории. Появление таких средств коллективного размещения – положительная тенденция для региона.

В целом, можно говорить о недостаточном количестве коллективных средств размещения в ЯНАО, особенно с учетом перспективы роста туристского потока.

Рынок гостиничных услуг Ямало-Ненецкого автономного округа пока еще окончательно не сформирован. Положительная динамика социально-экономического развития Ямало-Ненецкого автономного округа вызывает интерес как российских, так и зарубежных инвесторов, готовых вкладывать средства, в том числе, и в гостиничную недвижимость. Потребность в гостиницах растет, рынок далеко не насыщен, особенно в эконом-сегменте. По мнению экспертов, развитию гостиничного бизнеса должны сопутствовать такие факторы, как развитие инфраструктуры, предприятий общепита, рост розничной торговли и банковских учреждений, а также разработка туристических маршрутов.

Таким образом, состояние гостиничного бизнеса напрямую зависит от развития туристской отрасли, которая, ориентирована на экономическое состояние страны.

Таким образом, гостиничный бизнес - один из самых быстро и успешно развивающихся в России; рост гостиничной индустрии обусловлен увеличением числа гостиниц высокого сегмента - «4 звезды» и «5 звезд», но вместе с тем наиболее востребованными остаются трехзвездочные отели; на дальнейшее развитие рынка гостиничных услуг повлияет проникновение международных сетевых компаний и рост числа инвесторов по строительству и реконструкции гостиниц.

Спрос на гостиничные предприятия Ямало-Ненецкого автономного округа остается высоким и в ближайшие годы, несомненно, не начнет уменьшаться,

поэтому рынок будет развиваться в сторону улучшения стандартов и качества обслуживания и расширения спектра дополнительных услуг [52].

Подводя итог особенностям организации гостиничного бизнеса в Ямало-Ненецкого автономного округа, можно с уверенностью констатировать, что рынок гостиничных услуг еще далек от насыщения и продолжает формироваться. В то же время уже сегодня загрузка гостиниц округа превышает общероссийскую, составляет порядка 48 %.

Как считают эксперты, спрос на гостиницы в Ямало-Ненецком автономном округе остается высоким, и поэтому рынок будет развиваться в сторону улучшения стандартов обслуживания и расширения спектра услуг.

1.2 Перспективы развития гостиничного бизнеса

Ямало-Ненецкий автономный округ, обладая достаточным туристическим потенциалом, занимает весьма скромное место на рынке гостиничных услуг.

Эволюция гостиничного дела напрямую связана с развитием туризма в том или ином регионе. Эту однозначную зависимость нетрудно проследить в самом понятии «туризм». Туризм предполагает перемещение в иную страну или местность, временное проживание за пределами собственного дома. Очевидно, что появление новых туристических направлений мгновенно приводит к строительству гостиниц, развитию гостиничной инфраструктуры в различных регионах.

В настоящее время Ямало-Ненецкий автономный округ имеет достаточно большие туристические возможности для зимнего и летнего отдыха, существуют достаточно веские предпосылки для его развития.

На территории Приуральяского района находятся памятники археологии, архитектуры, истории, культуры. Также имеются уникальные природные зоны: государственный природный заказник регионального значения «Верхнеполуйский», государственный природный заказник регионального

значения «Полуйский», государственный биологический заказник регионального значения «Собты-Юганский», природный парк «Полярно-Уральский».

Географическое положение Приуральского района и природные условия создают наиболее благоприятные условия для развития следующих направлений внутреннего туризма:

- 1) этнографический туризм - путешествия с целью знакомства и изучения расселения, культуры, быта коренных малочисленных народов Севера;
- 2) событийный туризм - путешествия, осуществляемые в целях посещения и участия в национальных праздниках, мероприятиях, ориентированных на памятные даты, события;



Рисунок 1.3 – Районы Ямало-Ненецкого автономного округа

- 3) экологический туризм - путешествия, ориентированные на углубленное ознакомление с природными ценностями территории автономного округа и создающие экономическую заинтересованность населения, проживающего на туристских территориях автономного округа, в сохранении природы;

4) экстремальный туризм - походные экспедиции (нестандартные туры), связанные с риском для жизни, в том числе с применением необычных нетрадиционных транспортных средств;

5) деловой туризм - поездки с деловыми целями, в том числе с целью участия в конференциях, форумах, симпозиумах, проводимых на территории автономного округа;

6) спортивный туризм - одно из направлений туризма, при котором осуществляется организация путешествий по маршрутам определенных категорий сложности, а также проведение туристских соревнований в соответствии с установленными правилами;

7) историко-познавательный туризм - путешествия, осуществляемые в целях ознакомления с памятниками культуры (археологии, архитектуры, истории, искусства) и природы, имеющих особое природоохранное, научное, историко-культурное, эстетическое, рекреационное и иное ценное значение, а также с историей жизни людей, проживающих на территории автономного округа;

8) рыболовный туризм - направление туризма, предполагающее отлов промысловых рыб в автономном округе согласно типовым правилам рыболовства, включающим в себя любительское и спортивное рыболовство, подводную охоту с предоставлением туристам лицензий, услуг специалиста, орудий лова, снаряжения;

9) охотничий туризм - одно из направлений туризма, которое совершается с целью охоты на диких зверей и птиц в автономном округе, с предоставлением туристам лицензий, услуг егерей, орудий охоты, снаряжения;

10) водный туризм - сплавы по рекам, прохождение озер и других водоемов на лодках, плотах, катамаранах, каяках и других плавающих средствах с инструкторами, проводниками и самостоятельно;

11) религиозный туризм - путешествия с целью знакомства с религиозными памятниками, историей религии и с религиозной культурой,

посещение святых мест с целью поклонения религиозным реликвиям, святыням и с целью отправления религиозных обрядов.

Необходимо отметить, что указанные виды внутреннего туризма закреплены законом, при этом список не является исчерпывающим.

В настоящее время отмечается тенденция к росту интереса туристов к событийным мероприятиям и на туристский рынок выходит новое, перспективное, динамично развивающееся направление туризма – событийный туризм. Основным отличием событийного туризма является то, что цель тура приурочен к какому-либо событию.

Учитывая, что событийный туризм подразделяется на несколько тематических видов: национальный, исторический, гастрономический, музыкальный, театральные фестивали-праздники, спортивные мероприятия, выставки, ярмарки, культурные события, можно сказать, что в Приуральском районе есть ресурсы для организации любого вида событийных мероприятий. Поэтому на данный момент исполнительные органы власти в целях популяризации туризма организуют событийный туризм, связано это с тем, что исторические места и яркие события привлекают туристов даже при условии слаборазвитой инфраструктуры гостеприимства.

Так же Приуральский район имеет хорошие перспективы для развития спортивного туризма. На территории района созданы уникальные базы для активного зимнего отдыха - горнолыжный комплекс «Октябрьский», расположенный недалеко от Лабытнанги и еще один комплекс в поселке Полярный. Помимо этого, здесь есть все возможности для развития альпинизма, поэтому в перспективе комплекса - создание альпинистской базы.

Улучшить ситуацию на рынке внутреннего и въездного туризма и привлечь поток денежных средств в округ, а в результате способствовать развитию гостиничного бизнеса, по моему мнению, поможет организация следующих мероприятий:

1) Модернизация существующей и создание новой туристической инфраструктуры (так как на данный момент туризм вообще не развит, стоит рассмотреть различные направления). Результатом будет являться развитие территории в качестве туристического региона, а вместе с этим гостиничный бизнес будет развиваться.

2) Осуществление поддержки со стороны органов государственной власти инвестиционных проектов (в первую очередь инновационных) в сфере туризма (данное предложение заключается в формировании, и реализации государственных программ по развитию туризма, финансирование организации туристических маршрутов).

3) Развитие видов туризма характерных именно для туризма Крайнего Севера, например, этнографического и экстремального.

Таким образом, подводя итоги анализа развития гостиничного рынка, и его зависимости от развития туризма, можно сказать, что географическое положение и природные условия ЯНАО создают благоприятные условия для развития определенных видов и направлений внутреннего туризма. Органами государственной власти округа в целях развития и популяризации туризма в ЯНАО проводится государственная политика по развитию этнографического туризма, принимаются меры по сохранению самобытной культуры, традиционного быта и естественности коренных малочисленных жителей автономного округа.

На наш взгляд, на рынке туристической индустрии минимален уровень рекламы об уникальности регионов Арктики. Соответственно активное продвижение турпродукта Крайнего Севера будет являться хорошим стимулирующим фактором дальнейшего развития въездного и внутреннего туризма ЯНАО, а также формировать имидж ЯНАО на мировом рынке как субъекта, благоприятного для туризма, увеличению предприятий коллективного размещения, повышению спроса на качественные гостиничные услуги.

1.3. Методики анализа финансового состояния предприятия

В рыночной экономике анализ финансового состояния составляет важнейшую часть информационного обеспечения для принятия руководством организации управленческих решений.

На сегодняшний день предложено много различных методик финансового анализа, которые используются аналитиками для решения тех или иных задач.

Конкурентоспособность гостиницы обуславливается ее финансовым положением, уровнем организации деятельности оказанию услуг, уровнем организации и управления маркетингом, состоянием инфраструктуры, обеспечением безопасности проживания, расположением предприятия, квалификацией персонала, классностью и качеством обслуживания потребителей.

Управление деятельностью любой коммерческой организации, в том числе гостиничным бизнесом, требует проведения глубокого качественного анализа финансового состояния и финансовых результатов.

Целью анализа финансово-хозяйственных показателей является выявление резервов повышения эффективности деятельности предприятия и их путей мобилизации. Разработанные мероприятия, являясь оптимальными управленческими решениями, дают возможность эффективно управлять деятельностью объектов анализа. Следовательно, анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий можно рассматривать как одну из важнейших функций управления или, как основной метод обоснования решений по руководству предприятием [29].

Цель анализа финансово-хозяйственной деятельности применительно к предприятиям гостиничного бизнеса достигается в процессе решения ряда задач. Для оценки деятельности гостиницы необходимо выявить [38]:

- динамику и качество полученных финансовых результатов;
- достигнутый уровень эффективности использования активов, собственного капитала и рентабельности услуг;

- степень финансовой устойчивости предприятия;
- платежеспособность предприятия.

Финансовые результаты деятельности предприятия находят отражение в системе показателей, отраженных в отчете о финансовых результатах. Различия в показателях (видах) прибыли в российской и международной практике создает методические трудности их системного рассмотрения.

Рассмотрим особенности методик анализа финансовой отчетности, составленной в соответствии с российскими и международными стандартами.

В соответствии с российской практикой в отчете о финансовых результатах выделяют следующие виды прибыли:

- 1) Валовая прибыль – это полученная при реализации какого-либо товара (услуги) денежная сумма за вычетом расходов. Она определяется как разность между выручкой от продаж и себестоимостью реализованных товаров (услуг).
- 2) Прибыль от продаж – это результат, полученный от реализации произведенной предприятием продукции (работ, услуг). Ее определяют путем вычитания из валовой прибыли коммерческих и управленческих расходов.
- 3) Прибыль до налогообложения – включает прибыль от продаж и разницу, полученную по прочим (отличным от основной деятельности) доходам.
- 4) Чистая прибыль – часть прибыли до налогообложения, остающаяся в распоряжении предприятия после уплаты налогов, сборов, отчислений и других обязательных платежей в бюджет.

Международная учетно-аналитическая практика оперирует следующими видами прибыли [22]:

- 1) Валовая прибыль (Gross Profit) – разница между выручкой и себестоимостью реализованной продукции или услуги.
- 2) Операционная прибыль (Operating Income - OI) – прибыль от основной (обычной) деятельности, равная разности между выручкой и расходами по обычной деятельности.

Операционная прибыль эквивалентна прибыли от продаж по терминологии, используемой в отчете о финансовых результатах по РСБУ.

3) Прибыль до вычета амортизации, финансовых расходов и налога на прибыль (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization - EBIDTA) – показатель финансовой эффективности, который рассчитывается как разность между выручкой и расходами, за исключением расходов по уплате процентов, налогов и амортизационных отчислений.

4) Прибыль до вычета налогов и финансовых расходов (Earnings Before Interest and Taxes – EBIT). Данный показатель является промежуточным, между валовой прибылью и чистой прибылью. Вычитание процентов и налоговых платежей позволяет абстрагироваться от структуры капитала предприятия (доли заемного капитала) и налоговых ставок.

5) Чистая прибыль (Net Income Profit – NIP) – это прибыль предприятия после налогообложения. В процессе анализа финансовых результатов изучаются объем, состав, структура и динамика прибыли. Прибыль и рентабельность, как основные финансовые показатели гостиничных комплексов, являются показателями надежности и стабильного финансового состояния, т.е. отражают способность финансировать свою деятельность, постоянно поддерживать платежеспособность.

Важнейшими показателями, характеризующими рентабельность деятельности, являются [22]:

Рентабельность продаж – это процентное отношение суммы прибыли от продаж к выручке от реализации гостиничных услуг. Чем он выше, тем лучше результаты от основной деятельности гостиницы. Зарубежным аналогом рентабельности продаж является показатель рентабельность продаж по операционной прибыли (Return on sales – ROS) – отражает долю операционной прибыли (финансового результата обычной деятельности) в совокупной величине выручки от продаж и рассчитывается по формуле (1.1):

$$ROS = OI / R \cdot 100, \quad (1.1)$$

где ROS – рентабельность продаж по операционной прибыли; OI – операционная прибыль;
R – выручка от продаж (Revenue).

Рентабельность активов – показывает, насколько эффективно используется имущество, и определяется как отношение прибыли к средней величине активов. Этот коэффициент показывает, какую прибыль получает предприятие с каждого 1 руб., вложенного в активы. Прибыль, как правило, указывают чистую.

Данный показатель называют нормой прибыли, или экономической рентабельностью. Зарубежным аналогом показателя является рентабельность совокупных активов (Return on assets – ROA) – показывает, какая величина прибыли и финансовых расходов (Earnings Before Interest and Taxes – EBIT) приходится на каждую денежную единицу, вложенную в совокупные активы (Total Assets – TA) компании.

Рентабельность совокупных активов определяется по формуле (1.2) [20]:

$$ROA = EBIT / TA \cdot 100, \quad (1.2)$$

где ROA – рентабельность совокупных активов;

EBIT – прибыль до вычета налогов и финансовых расходов; A - совокупные активы компании.

Рентабельность собственного капитала – позволяет установить зависимость между величиной инвестируемых собственных ресурсов и размером прибыли, полученной от их использования. В западной практике этот показатель также присутствует - рентабельность собственного капитала (Return on equity – ROE) показывает, какая величина чистой прибыли (Net Income Profit – NIP) приходится на каждую денежную единицу капитала, принадлежащего собственникам компании (Equity – E) и определяется по формуле (1.3) [20]:

$$ROE = NIP / E \cdot 100, \quad (1.3)$$

где ROE – рентабельность собственного капитала; NIP - чистая прибыль;

E – собственный капитал.

Финансовый анализ характеризует состояние предприятия на текущий момент времени и динамику его изменения, позволяет определить, какие параметры работы предприятия являются приемлемыми и могут сохраняться на сложившемся уровне, а какие неудовлетворительны и требуют оперативной корректировки. На первом этапе анализируется имущественное состояние предприятия на начало и конец отчетного периода. После анализа имущественного положения переходят к анализу источников формирования капитала.

Для этого необходимо оценить данные о наличии и структуре источников формирования имущества (по данным пассива бухгалтерского баланса), а затем проанализировать динамику этой структуры. Важным моментом данного этапа анализа является выявление степени соотношения собственного и заемного капитала. Для определения степени возможного риска банкротства в связи с использованием заемных средств используют показатели структуры капитала (финансовой устойчивости).

Они отражают соотношение собственных и заемных средств в источниках финансирования компании, характеризуют степень финансовой независимости предприятий от кредиторов.

К основным показателям структуры капитала относятся [25]:

1) Коэффициент автономии (коэффициент финансовой независимости), который определяет долю средств, инвестированных в деятельность предприятия его владельцами, т.е. показывает долю собственного капитала в пассивах. Общепринятое нормальное значение коэффициента автономии в российской практике: 0,5 и более (оптимальное 0,6 – 0,7). В мировой практике считается минимально допустимым до 30-40% собственного капитала. Но в любом случае данный показатель сильно зависит от соотношения в структуре предприятия внеоборотных и оборотных активов.

Чем больше доля внеоборотных активов, тем больше долгосрочных источников требуется для их финансирования, а значит больше должна быть доля собственного капитала (выше коэффициент автономии).

Формула для расчета коэффициента автономии имеет следующий вид (1.4) [20]:

$$Ka = CK / ВБ, \quad (1.4)$$

где Ка – коэффициент автономии;

СК – собственный капитал;

ВБ – валюта баланса.

2) Коэффициент финансовой устойчивости показывает удельный вес тех источников финансирования, которые предприятие может использовать в своей деятельности длительное время, т.е. долю собственного и долгосрочного заемного капитала в пассивах. Нормативное значение коэффициента - более 0,75.

Формула для расчета коэффициента имеет следующий вид (1.5) [20]:

$$K_{фy} = (СК + ДО) / ВБ, \quad (1.5)$$

где K_{фy} – коэффициент финансовой устойчивости;

ДО – долгосрочные обязательства.

В западной практике аналогом этого коэффициента является коэффициент капитализации (capitalization ratio) – это показатель, сравнивающий размер долгосрочной кредиторской задолженности с совокупными источниками долгосрочного финансирования, включающими помимо долгосрочной кредиторской задолженности собственный капитал организации. Коэффициент капитализации позволяет оценить достаточность у организации источника финансирования своей деятельности в форме собственного капитала.

3) Коэффициент соотношения заемных и собственных средств - характеризует финансовую устойчивость предприятия, и показывает сколько заемных средств приходится на единицу собственного капитала. Данный коэффициент отражает структуру капитала и дает общую характеристику о финансовом состоянии и представляет собой отношение заемного (привлеченного) капитала предприятия к собственному.

Значение данного показателя должно быть меньше или равно 1. Формула для расчета показателя имеет следующий вид (1.6) [20]:

$$K_{зс} = \frac{ЗК}{ЗК + СК}, \quad (1.6)$$

где $K_{зс}$ – коэффициент соотношения заемных и собственных средств; $ЗК$ – заемный капитал.

Аналогом данного показателя в западной практике является коэффициент финансового левериджа (debt-to-equity ratio) – это показатель соотношения заемного и собственного капитала организации. Он принадлежит к группе важнейших показателей финансового положения предприятия, куда входят аналогичные по смыслу коэффициенты автономии и финансовой зависимости.

4) Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами характеризует степень обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами, необходимую для финансовой устойчивости. Нормативное значение этого показателя от 0,1 до 0,5.

Формула для расчета показателя имеет следующий вид (1.7) [20]:

$$K_{сос} = \frac{СК - ВА}{ОА}, \quad (1.7)$$

где $K_{сос}$ – коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами;

$ВА$ – внеоборотные активы;

$ОА$ – оборотные активы.

Данный коэффициент не получил широкого применения в западной практике финансового анализа. У данного коэффициента в литературе встречаются синонимы: коэффициент обеспеченности собственным оборотным капиталом, Own Funds Ratio, Ratio of Own Working Capital.

5) Коэффициент маневренности собственного капитала показывает, какая часть собственных оборотных средств находится в мобильной форме, позволяющей предприятию относительно свободно маневрировать ими. Нормативное значение показателя 0,2–0,5. Чем ближе значение показателя к верхней рекомендуемой границе, тем больше возможностей финансового маневра у предприятия.

6) Коэффициент покрытия активов (asset coverage ratio) измеряет способность организации погасить свои долги за счет имеющихся активов. Коэффициент показывает, какая часть активов уйдет на покрытие долгов. Данный коэффициент позволяет инвесторам оценить ожидаемые успехи работы предприятия, вероятность наступления неплатежеспособности, банкротства.

В отечественной практике данный коэффициент не нашел своего применения. Коэффициент покрытия активов рассчитывается по формуле (1.8) [23]:

$$K_{ПА} = ((A - НМА) - (КО - ККЗ)) / O \quad (1.8)$$

где $K_{ПА}$ – коэффициент покрытия активов;

A – активы;

$НМА$ – нематериальные активы;

$КО$ – краткосрочные обязательства;

$ККЗ$ – краткосрочные кредиты и займы;

O – обязательства (долгосрочные и краткосрочные).

7) Коэффициент отношение долга к EBITDA (Debt/EBITDA ratio) – это показатель долговой нагрузки на организацию, ее способности погасить

имеющиеся обязательства (платежеспособности). Формула для расчета показателя имеет следующий вид (1.9):

$$\text{Кде} = \text{О} / \text{ЕВITDA} \quad (1.9)$$

где Кде – коэффициент отношения долга к ЕВITDA;

ЕВITDA – прибыль до вычета процентов, налогов и амортизации.

Используя показатели бухгалтерского баланса можно рассчитать коэффициенты ликвидности – финансовые показатели, рассчитываемые для определения способности предприятия погашать текущую задолженность за счет имеющихся текущих (оборотных) активов.

Наиболее важными коэффициентами, которые используют для обобщенной оценки платежеспособности предприятия, являются [25]:

1) Коэффициент текущей ликвидности (current ratio) представляет собой отношение оборотных активов к краткосрочным обязательствам. Нормальным для гостиничной отрасли считается значение коэффициента от 1,5 до 2,5. В западной практике коэффициент также известен под названием коэффициент рабочего капитала (working capital ratio).

Коэффициент текущей ликвидности рассчитывается по формуле (1.10) [23]:

$$\text{КТл} = \text{ОА} / \text{КО} \quad (1.10)$$

где КТл – коэффициент текущей ликвидности;

ОА – оборотные активы;

КО – краткосрочные обязательства.

2) Коэффициент абсолютной (денежной) ликвидности (cash ratio) показывает отношение самых ликвидных активов организации – денежных средств и краткосрочных финансовых вложений – к краткосрочным обязательствам.

Нормальное значение коэффициента колеблется в пределах 0,2–0,4.

Коэффициент рассчитывается следующим образом (1.11) [23]:

$$К_{дл} = (ДС + КФВ) / КО, \quad (1.11)$$

где КДЛ – коэффициент абсолютной (денежной) ликвидности; ДС - денежные средства;

КФВ – краткосрочные финансовые вложения.

3) Коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности (quick ratio, acid-test ratio) характеризует ту часть текущих обязательств, которая может быть погашена не только за счет наличности, но и за счет ожидаемых поступлений от дебиторов. Значение этого показателя рекомендуется в пределах от 0,8 до 1,0.

Коэффициент рассчитывается по следующей формуле (1.12) [23]:

$$К_{бл} = (ДС + КФВ + ДЗ) / КО \quad (1.12)$$

где КБЛ – коэффициент быстрой ликвидности;

ДЗ – краткосрочная дебиторская задолженность.

Коэффициенты ликвидности получил широкое распространение в российской и мировой практике.

Таким образом, анализ финансово-хозяйственных показателей имеет целью выявление резервов повышения эффективности деятельности предприятия и использование выявленных резервов.

Такой анализ применительно к предприятиям гостиничного бизнеса проводится по следующим основным направлениям (этапам): анализ динамики и качества полученных финансовых результатов; оценка достигнутого уровня эффективности использования активов, собственного капитала и рентабельности гостиничных услуг; степень финансовой устойчивости и платежеспособность предприятия гостиничного бизнеса.

2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ИП ПЕРМИНОВ В.О.

2.1 Краткая характеристика ИП Перминов В.О.

Гостиница «Рябинка» зарегистрирована как ИП Перминов Владимир Олегович и расположена по адресу: 629830, г Губкинский, мкр 13-й, д. 19.

В состав ИП «Перминов В.О.» входит: гостиница «Рябинка» на 25 номеров: 18 номеров «Стандарт», 4 номера «Комфорт», 2 номера «Семейный» 1 номер – «Люкс», кафе на 60 мест, бар, магазин по продаже сувениров и продуктов, бассейн, сауна, тренажерный зал.

Цель деятельности предприятия – удовлетворение общественных потребностей, развитие предпринимательской деятельности, получение прибыли.

Основной вид деятельности: оказание услуг гостиничного сервиса; осуществление услуг общепита; торгово-закупочная деятельность; оказание досуговых услуг; оказание оздоровительных услуг.

В гостинице предоставляются основные и дополнительные услуги. Они делятся на бесплатные и платные.

К основным услугам относятся проживание и питание. Оформление проживающих в гостинице и убывающих из неё производится круглосуточно, расчетный час - 12.00. В стоимость проживания входит завтрак.

В гостинице предусмотрено круглосуточное обслуживание номеров с кнопкой вызова персонала, мини-бар, многоканальное спутниковое телевидение, международная телефонная связь, охраняемая автостоянка. В каждом номере установлены телевизор и холодильник, внутри есть ванная комната и туалет.

Без дополнительной оплаты гостям предоставляются следующие виды услуг: вызов скорой помощи; пользование медицинской аптечкой; доставка в номер корреспонденции при её получении; побудка к определённому времени; предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов.

Кроме обязательных и бесплатных услуг, гостиницы предоставляют целый комплекс всевозможных дополнительных услуг, которые оплачиваются дополнительно.

Тарифы на гостиничные номера приведены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Прейскурант цен на гостиничные номера

Категория номера	Количество номеров	Стоимость проживания, руб.
«Стандарт»	18	2 500
«Комфорт»	4	3 200
«Семейный»	2	4 000
«Люкс»	1	7 500

Ресторан предлагает кофе-брейки, бизнес-ланчи, фуршеты, банкеты, праздничные торжества в уютной атмосфере и с живой музыкой. В ресторане готовят блюда европейской, русской и восточной кухонь. Примерная стоимость обедов в ресторане представлена в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Стоимость обедов в ресторане на одного человека

Наименование услуги	Стоимость, руб.
Кофе-брейк	от 170
Бизнес-ланч	от 300
Фуршет	от 1 300
Банкет	от 2 200

В оздоровительный комплекс входит: бассейн, сауна, тренажерный зал. Бассейн расположен в 50 метрах от гостиницы. Для проживающих в гостинице предусмотрена услуга бесплатного пользования бассейном.

Тренажерный зал оснащен профессиональными кардио тренажерами немецкой фирмы «KETTLER» – одного из мировых лидеров в производстве спортивного оборудования:

– 2 беговые дорожки (имитируют ходьбу и бег, в т. ч. в гору за счет изменяемого угла наклона);

– 2 велотренажера - горизонтальные и вертикальные (имитируют езду на велосипеде);

– 2 эллипсоида (имитируют ходьбу на лыжах);

– стоппер (имитирует ходьбу по лестнице).

Стоимость услуг тренажерного зала и сауны представлены в таблицах 2.3 и 2.4 соответственно.

Таблица 2.3 – Стоимость услуг тренажерного зала

Наименование услуги	Стоимость, руб.
Разовое посещение	200
Абонемент на 6 занятий	900
Абонемент на 10 занятий	1 300

Таблица 2.4 – Стоимость посещения сауны за час

Наименование услуги	Стоимость, руб.
По будням, до 4-х чел.	1200, доп. место 250
По выходным, до 4-х чел.	1500, доп. место 350

Ценовая политика ИП Перминов В.О. складывается из существующих рыночных цен в Ямало-Ненецком автономном округе на исследуемый вид услуг и направлена на обеспечение затратной и прибыльной части предприятия.

Тип организационной структуры компании – линейно–функциональная. Организационная структура компании ИП Перминов В.О. представлена на рисунке 2.1.

В основе данной схемы управления лежит шахтный способ построения, при котором осуществляется специализация процесса управления по функциональным подсистемам. Каждая подсистема формирует свою иерархию, которая пронизывает сверху донизу всю организацию. Оценка деятельности каждой службы производится посредством показателей, которые характеризуют выполнение ею своих задач.

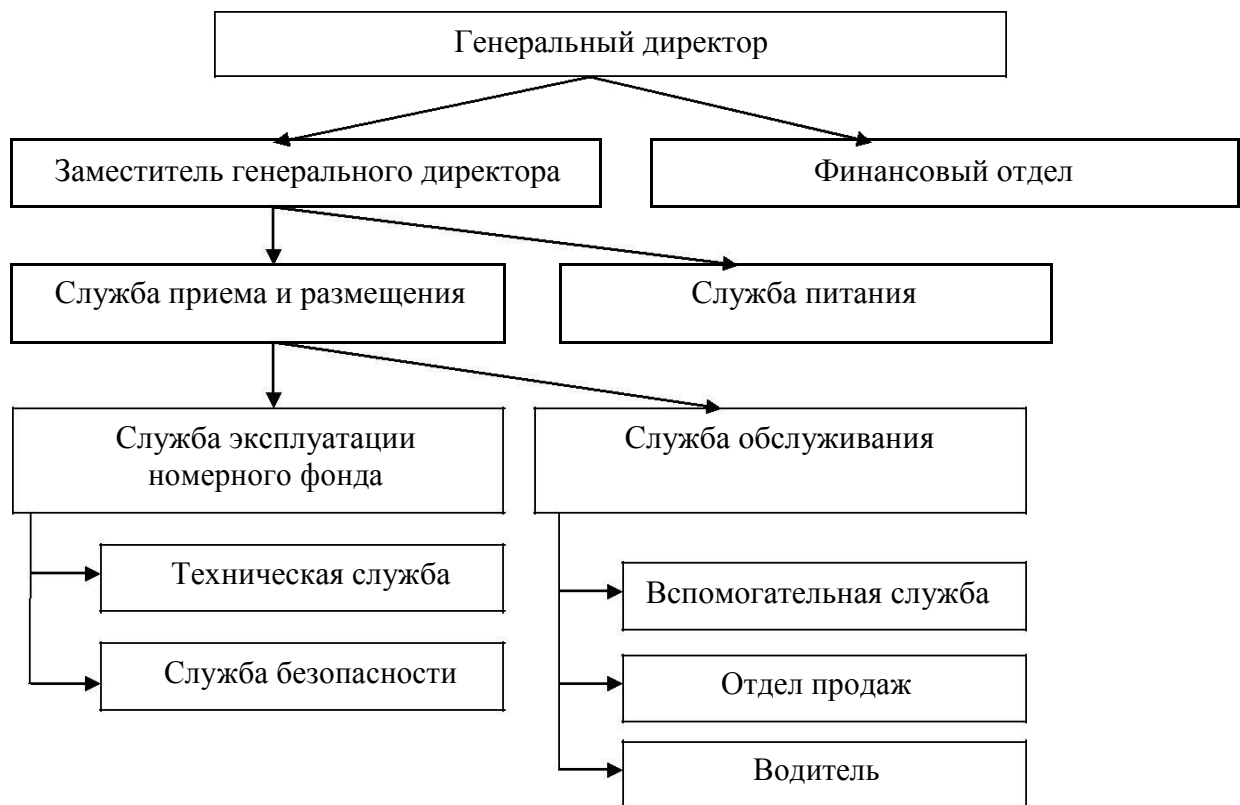


Рисунок 2.1 – Организационная структура компании ИП Перминов В.О.

Положительными моментами являются четкость системы взаимодействия подразделений, единоначалие, разграничение ответственности, возможность быстрой реакции исполнительных подразделений на указания, полученные свыше. Недостатки управления в данной структуре заключаются в большом количестве промежуточных звеньев, которые находятся между работниками и управленцем, принимающим решения. Управленцы верхнего уровня подвержены перегрузке. Повышается зависимость между результатами работы и квалификацией, деловыми и личностными качествами высшего управленческого состава.

Среднесписочная численность предприятия составляет 30 человек. Должностной и количественный состав предприятия представлен в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Должностной и количественный состав ИП Перминов В.О.

Должность	Количество, чел.	Позиция в организационной структуре
Генеральный директор	1	Генеральный директор
Заместитель генерального директора	1	Заместитель генерального директора
Финансовый отдел	1	Финансовый отдел
Администратор	2	Служба приема и размещения
Менеджер приема и размещения	2	Служба приема и размещения
Горничная	4	Служба обслуживания
Заведующий производством	1	Служба питания
Повар	2	Служба питания
Официант	4	Служба питания
Бармен	2	Служба питания
Кухонный рабочий	2	Служба питания
Главный инженер	1	Техническая служба
Вспомогательный рабочий	2	Вспомогательная служба
Кассир	2	Отдел продаж
Охранник	2	Служба безопасности
Водитель	1	Служба обслуживания
Итого	30	-

Элементом структуры служит орган управления, представляющий собой группу работников, которые объединены решением одной задачи – удовлетворить запросы потребителей. Во главе этой группы стоит руководитель-работник, выполняющий функции управления в соответствии с доверенным ему участком.

Генеральный директор несет ответственность за организацию и результаты всей торгово-производственной деятельности, контролирует выполнение плана показателей коммерческо-хозяйственно-финансовой деятельности гостиничного комплекса. Он отвечает за культуру и качество обслуживания посетителей, состояние учета и контроля, сохранность материальных ценностей, соблюдение трудового законодательства. А также осуществляет управление трудовыми ресурсами, персонально решает вопросы подбора и расстановки кадров.

Одновременно директор распоряжается материально-денежными средствами, приобретает имущество и инвентарь, заключает договоры и соглашения, перемещает, увольняет (в соответствии с трудовым законодательством), поощряет работников, налагает на них дисциплинарные взыскания. В обязанности

директора входит и рассмотрение жалоб и предложений, принятие мер по устранению отмеченных недостатков; обеспечить повышение квалификации работников предприятия.

В ИП Перминов В.О. имеется должность заместителя директора, который в отсутствие директора выполняет его функции, а также является управляющим рестораном, который также организует всю работу предприятия и несет ответственность за его состояние и деятельность. Он обеспечивает выполнение утвержденных для предприятия планов и заданий. Он принимает меры по своевременному снабжению предприятия продовольственными товарами и средствами материально-технического снабжения, отвечает за связи с общественностью и разработку рекламных мероприятий.

Другие руководящие работники (заведующий производством, главный бухгалтер) руководствуются в своей деятельности утвержденными директором должностными инструкциями, составленным на основе квалификационных характеристик должностей этих работников.

Заведующий производством относится к службе питания и несет ответственность за производственную деятельность предприятия и качество продукции, также он является помощником директора.

Администратор занимается расстановкой кадров, координирует работу аппарата и отдельных исполнителей, руководит подведомственными предприятиями и подчиненными работниками, принимает решения по вопросам деятельности предприятия, контролирует и обеспечивает выполнение этих решений.

Служба приема и размещения является сердцем любой гостиницы. С этой службой клиент контактирует чаще всего, обращаясь за информацией и советами. Работник службы приема и размещения встречает клиента и вступает с ним в тесный контакт, поэтому они должны иметь полную информацию о своем гостинице.

К важнейшим функциям службы приема относятся: приветствие, регистрация, размещение гостя в номере (выдача ключей от номера) и выполнение необходимых формальностей при его размещении, ведение картотеки гостей. Данные из картотеки позволяют значительно повысить качество обслуживания, предвидеть пожелания и потребности гостя. Также эта информация позволяет избежать повторной встречи с "нежелательными" гостями – проблемными клиентами, которые либо не оплатили проживание в гостинице, либо вели себя неподобающим образом, либо нанесли материальный ущерб имуществу отеля.

Служба обслуживания является важнейшей в гостинице, так как персонал именно этой службы работает с клиентами в постоянном контакте и выполняет все функции, связанные с их непосредственным обслуживанием. Специфика заключается в том, что персонал должен обладать максимально возможной информацией как о самой гостинице и ее службах, так и о местных условиях и достопримечательностях. В связи с важностью первого впечатления клиентов о гостинице на персонал данной службы возлагается особая ответственность.

Важнейшей функцией службы эксплуатации номерного фонда является поддержание необходимого уровня комфорта и санитарно-гигиенического состояния гостиничных номеров, а также общественных помещений (холлов, фойе, переходов, коридоров). По численности персонала эта служба является самой крупной в гостинице. Как правило, здесь работает до 50 % всех служащих.

Служба безопасности. Численность службы безопасности относительно невелика: часто в эту службу берут бывших сотрудников правоохранительных органов. Сотрудники службы безопасности, естественно, должны хорошо знать все законы, имеющие отношение к их работе и деятельности гостиницы. Сотрудников службы безопасности не рекомендуется одевать в форму и тем более вешать им на пояс пистолет или дубинку. Значка службы безопасности (идентификационная карточка) на лацкане пиджака вполне достаточно.

Необходимо постоянно совершенствовать технические средства охраны. Желательно, чтобы в центральном холле, а также на этажах гостиницы было организовано видеонаблюдение.

Служба безопасности выполняет следующие функции:

- обеспечение охраны и безопасности гостей и их личного имущества во время пребывания в гостинице, обеспечение покоя и конфиденциальности;
- защита имущества здания гостиницы от краж, вандализма и т. д.;
- поддержание общественного порядка и обеспечение надлежащих рамок поведения;
- тщательный осмотр охраняемой территории (патрулирование помещений каждые 2 часа: проверяются, заперты ли двери, наличие в помещениях лиц, которых там не должно быть, нарушение правил безопасности служащими, для предотвращения или обнаружения пожара);
- поддержка постоянной связи со всеми дежурными службами гостиничного комплекса, обмен информацией о подозрительных личностях и предметах и т.д.

Техническая служба занимается обслуживанием систем кондиционирования, теплоснабжения, санитарно-технического оборудования, электротехнических устройств, служб ремонта и строительства, систем телевидения и связи. В состав службы входят: служба текущего ремонта, служба благоустройства территории. Служба текущего ремонта осуществляет профилактический и текущий ремонт не только номерного фонда и установленного в нем оборудования, но и всего гостиничного предприятия.

Вспомогательная служба – оказывают платные услуги. В ее состав входят: бассейн, сауна, тренажерный зал.

Таким образом, совокупность управленческих звеньев в организационной структуре управления располагается в строгой соподчиненности и обеспечивает взаимосвязь между управляющей и управляемой системой.

В ходе анализа функциональных обязанностей выявлено выполнение функций не соответствующих квалификации следующими работниками: заместитель

директора - выполняет функции маркетолога, директор выполняет функции специалиста по кадрам.

Анализ организационной структуры выявил отсутствие ряда должностей функционально необходимых для эффективной работы предприятия: отдела маркетинга, специалиста по кадрам.

Основные финансовые показатели хозяйственной деятельности исследуемого предприятия приведены в таблице. 2.6.

Таблица 2.6 – Основные показатели хозяйственной деятельности ИП Перминов В.О. за 2014– 2016 гг.

Показатели	2014 год	2015 год	2016 год	Изменение	Темп роста за три года, %
Выручка от продаж, тыс. руб.	50 120	49 150	49 987	-133	99,7
Себестоимость продаж, тыс. руб.	39 971	40 631	41 547	1 576	103,9
Прибыль от продаж, тыс. руб.	10 149	8 519	8 440	-1 709	83,2
Чистая прибыль, тыс. руб.	3 638	1 310	1 934	-1 704	53,2
Рентабельность продаж, процент	20,2	17,3	16,9	-3,4	83,4
Рентабельность затрат, процент	79,8	82,7	83,1	3,4	104,2

Полученные данные свидетельствуют о снижении объемов услуг в 2016 году по сравнению с 2014 годом на 133 тыс. руб. или на 0,3 процента. Хотя при анализе последних двух лет наблюдается увеличение объемов продаж с 49150 тыс. руб. до 49987 тыс. руб. Рост себестоимости услуг в 2016 году по сравнению с 2014 годом составил 1576 тыс. руб. или 3,9 процента. В себестоимость услуг, кроме стоимости размещения в номере определенной категории, входят другие составляющие, такие, как двукратное или трехкратное питание или только завтрак, услуги мини-бара (напитки), услуги сауны и др. согласно от особенностей спроса клиентов и маркетинговой (в том числе продуктовой) политики гостиницы. При сравнении с 2015 годом также наблюдается рост себестоимости. При этом необходимо отметить превышение темпа роста затрат

над темпом роста выручки от продаж. Это говорит о неэффективности управления затратами. В результате в течение последних двух лет наблюдается снижение прибыли от продаж на 16,8 процента и рост рентабельности затрат на 3,4 процента.

2.2 Анализ финансового состояния ИП Перминов В.О.

Цель горизонтального и вертикального анализа финансовой отчетности состоит в том, чтобы наглядно представить изменения, произошедшие в основных статьях баланса, отчета о прибыли и отчета о денежных средствах и помочь менеджерам компании принять решение в отношении того, каким образом продолжать свою деятельность.

Горизонтальный анализ заключается в сопоставлении финансовых данных организации за два прошедших периода (года) в относительном и абсолютном виде с тем, чтобы сделать лаконичные выводы.

На основе данных активов бухгалтерского баланса ИП Перминов В.О. проводится горизонтальный анализ за 2014-2016г., который представлен в таблице.

Таблица 2.7 – Горизонтальный анализ ИП Перминов В.О.

Наименование показателей	Сумма			Абсолютное изменение		Относительное изменение, %	
	на конец 2014г	на конец 2015г	на конец 2016г	2014-2015г	2015-2016г	2014-2015г	2015-2016г
1	2	3	4	5	6	7	8
Активы							
I ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ							
Основные средства	1 158	1 507	977	349	-530	130,14	64,83
ИТОГО по разделу I	1 158	1 507	977	349	-530	130,14	64,83
II ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ							
Запасы	9 466	12 700	15 585	3 234	2885	134,17	122,72
НДС по приобретенным ценностям	31	16	15	-15	-1	51,62	93,75

1	2	3	4	5	6	7	8
Дебиторская задолженность	13	22	15	9	-7	169,23	68,19
Денежные средства	12 232	12 588	5 438	356	-7 150	102,91	43,20
ИТОГО по разделу II	35 695	35 580	32 099	-10 115	-3 481	99,68	90,22
БАЛАНС Актив	36 854	37 087	33 076	233	-4 011	100,64	89,19
Пассивы							
III КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ							
Уставный капитал	10	10	10	-	-	-	-
Фонд накопления							
Целевые поступления							
Нераспределенная прибыль(убыток)	23 466	8 622	11 409	-14 844	2 787	36,75	132,33
ИТОГО по разделу III	23 476	8 632	11 419	-14 844	2 787	36,75	132,33
IV ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА							
ИТОГО по разделу IV	0	0	0	0	0	-	-
V КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА							
Кредиторская задолженность	13 378	28 455	21 657	15 077	-6 798	212,70	76,11
Резервы предстоящих расходов							
ИТОГО по разделу V	13 378	28 455	21 657	15 077	-6 798	212,70	76,11
БАЛАНС Пассив	36 854	37 087	33 076	233	-4 011	100,64	89,19

Как видно из таблицы 2.7 имущество организации за исследуемый период снизилось с 36854 тыс. руб. до 33076 тыс. руб., то есть на 3778 тыс. руб. (или на 10,25%).

Сокращение имущество в основном произошло из-за снижения нераспределенной прибыли гостиницы, то есть собственных средств.

Кроме этого, произошло снижение общей стоимости основных средств на 15,63 за период с 2014 по 2016гг., что можно объяснить начислением амортизации, однако данный показатель говорит об отсутствии обновления основных фондов гостиницы.

Увеличение запасов за текущий период составило 6119 тыс. руб. (или 64%).

Вертикальный (структурный) анализ – это представление бухгалтерской (финансовой) отчетности в виде относительных величин, которые характеризуют структуру итоговых показателей. Вертикальный анализ может проводиться по исходной отчетности или агрегированной. Преимущества такого вида анализа

отчетности также очевидны при сравнении отчетов. Все статьи баланса при вертикальном анализе приводятся в процентах к итогу баланса. Структурный анализ баланса позволяет рассматривать соотношение оборотных и внеоборотных активов организации, а также структуру внеоборотных и оборотных активов; определять удельный вес собственного и заемного капитала, структуру капитала по видам.

Вертикальный анализ балансов ИП Перминов В.О. за 2014-2016 года представлен в таблице 2.8.

Таблица 2.8 –Вертикальный анализ баланса

Актив	Удельные веса			Изменение доли	
	на конец 2014г	на конец 2015г	на конец 2016г	2014- 2015г.	2015- 2016г
I ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ					
Основные средства	16,33	18,38	19,66	2,05	1,28
ИТОГО по разделу I	16,33	18,38	19,66	2,05	1,28
II ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ					
Запасы	70,00	52,08	44,01	-17,92	-8,07
НДС по приобретенным ценностям	7,74	4,09	4,16	-3,65	0,07
Дебиторская задолженность	1,39	1,51	0,84	0,12	-0,67
Денежные средства	4,53	23,94	31,33	19,41	7,39
Прочие оборотные активы					
ИТОГО по разделу II	83,67	81,62	80,34	-2,05	-1,28
БАЛАНС Актив	100,00	100,00	100,00	-	-
III КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ					
Уставный капитал	3,26	3,73	4,03	0,47	0,30
Фонд накопления					
Целевые финансирования и поступления					
Нераспределенная прибыль (убыток)	88,75	86,85	85,06	-1,90	-1,79
ИТОГО по разделу III	92,01	90,58	89,08	-1,43	-1,50
IV ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА					
ИТОГО по разделу IV	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
V КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА					
Кредиторская задолженность	7,99	9,42	10,92	1,43	1,50
Резервы предстоящих расходов					
ИТОГО по разделу V	7,99	9,42	10,92	1,43	1,50
БАЛАНС Пассив	100,00	100,00	100,00	-	-

Вертикальный анализ балансов позволяет наглядно определить значимость активов и пассивов баланса.

Доля оборотных средств компании составляет (80%).

Преобладающая часть оборотных активов представлена запасами – 44,01%, что объясняется общей направленностью гостиничного бизнеса.

Внеоборотные активы в 2014 году составили 16,33% всех средств, а в 2015 году их удельный вес увеличился на 18,38 %, а в 2016 году наблюдается увеличение до 19,66% от общей стоимости имущества.

Оценка финансового состояния организации будет неполной без анализа финансовой устойчивости. Анализируя платежеспособность, сопоставляют состояние пассивов с состоянием активов. Задачей анализа финансовой устойчивости является оценка величины и структуры активов и пассивов. Показатели, которые характеризуют независимость по каждому элементу активов и имуществу в целом, дают возможность измерить, достаточно ли устойчива анализируемая организация в финансовом отношении[19].

Финансово устойчивым является такой хозяйствующий субъект, который за счёт собственных средств покрывает средства, вложенные в активы, не допускает неоправданной дебиторской и кредиторской задолженности и расплачивается в срок по своим обязательствам. Анализ финансовой устойчивости позволяет выявить: на сколько рационально организация управляет собственными и заёмными средствами. Для определения финансового состояния необходимо сопоставить отдельные статьи актива с источниками финансирования, т.е. с пассивом [19].

Существует четыре типа финансовой устойчивости:

– абсолютная – когда запасы и затраты обеспечены собственными оборотными средствами;

– нормальная – когда запасы и затраты обеспечены собственными и долгосрочными заёмными средствами;

– неустойчивое финансовое состояние – когда запасы и затраты обеспечены собственными средствами, долгосрочными и краткосрочными заёмными средствами;

– кризисное финансовое положение – когда никаких источников средств недостаточно для формирования или покрытия запасов и затрат.

Расчёт производится на базе данных бухгалтерского баланса, значение показателей сведены в таблицу 2.9.

Таблица 2.9 – Анализ финансовой устойчивости организации

Показатели	На конец 2014 года	На конец 2015 года	На конец 2016 год
1	2	3	4
Источники собственных средств	33 869	29 139	26 556
Основные средства и иные внеоборотные активы	6 013	5 912	5 860
Наличие собственных оборотных средств	27 856	23 227	20 696
Долгосрочные кредиты и заемные средства	–	–	–
Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат	27 856	23 227	20 696
Краткосрочные кредиты и заемные средства	2 943	3 029	3 254
Наличие собственных, долгосрочных и краткосрочных заемных источников формирования запасов и затрат	30 799	26 256	23 950
Величина запасов и затрат	25 768	16 754	13 120
Излишек (+) или недостаток (–) собственных оборотных средств	2 088	6 473	7 576
Излишек (+) или недостаток (–) собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат	2 088	6 473	7 576
Излишек (+) или недостаток (–) общей величины формирования запасов и затрат	5 031	9 502	10 830
Тип финансовой ситуации	(1;1;1)	(1;1;1)	(1;1;1)
	Абсолютная финансовая устойчивость		

Расчёт показателей данной таблицы с 9-ой по 11-ю строки проводится до первого положительного результата. Так если положительный результат достигается в 9 - ой строке, это значит собственные оборотные средства превышают величину запасов и затрат, организации свойственна абсолютная финансовая устойчивость. Если в 10-ой строке – нормальная финансовая устойчивость, если в 11-ой строке – неустойчивое финансовое состояние. В

случае, когда при расчёте 9-ой, 10-ой, 11-ой строк положительный результат вообще не получается говорят о кризисном финансовом положении организации.

На финансовую устойчивость организации влияют такие факторы как:

- положение организации на товарном и финансовом рынках;
- выпуск и реализация конкурентно-способной продукции и оказание востребованных услуг надлежащего качества;
- наличие неплатёжеспособных дебиторов;
- величина и структура издержек и их соотношение с денежными доходами;
- уровень профессиональной подготовки производственных и финансовых менеджеров и их умение учитывать внутренние и внешние изменения.

Анализ финансовой устойчивости организации я показал, что финансовое положение организации абсолютно устойчивое. Собственных оборотных средств вполне достаточно.

Финансовые коэффициенты – важнейшие инструменты финансового анализа - представляют собой отношение одного бухгалтерского показателя к другому. Анализ финансового положения фирмы при помощи финансовых коэффициентов заключается в сопоставлении показателей компании за текущий год с аналогичными показателями за прошедшие годы, по каждому коэффициенту.

Среди множества финансовых показателей есть такие, которые имеют наиболее важное значение, для определения позиции фирмы и могут использоваться для анализа любых стратегических проблем. Основное назначение данных коэффициентов состоит в том, чтобы охарактеризовать степень защиты интересов кредиторов и финансовую устойчивость организации.

Рассмотрим показатели оценки имущественного положения организации.

Сумма капитала, вложенного в имущество, рассчитывается по формуле(2.2) [20]:

$$K = ВБ, \tag{2.2}$$

где ВБ – валюта баланса.

Доля основных средств в активах рассчитывается по формуле(2.3)[20]:

$$D_K = \frac{OC}{ВБ}, \quad (2.3)$$

где ОС – основные средства.

$$D_{2014} = \frac{1158}{36854} = 0,032$$

$$D_{2015} = \frac{1507}{37087} = 0,041$$

$$D_{2016} = \frac{977}{33076} = 0,030$$

Приведём формулы расчета показателей ликвидности.

Собственный оборотный капитал рассчитывается по формуле(2.4)[20]:

$$СОК = СК - ВОА, \quad (2.4)$$

где СК – собственный капитал,

ВОА – внеоборотные активы.

$$СОК_{2014} = 23476 - 1159 = 22317 \text{ тыс. руб.}$$

$$СОК_{2015} = 8632 - 1507 = 7125 \text{ тыс. руб.}$$

$$СОК_{2016} = 11419 - 977 = 10442 \text{ тыс. руб.}$$

Коэффициент текущей ликвидности(КТЛ)рассчитывается по формуле(2.5)[23]:

$$K_{ТЛ} = \frac{ОбК}{КО}, \quad (2.5)$$

где ОбК – оборотный капитал,

КО – краткосрочные обязательства.

$$K_{2014} = \frac{35695}{13378} = 2,67$$

$$K_{2015} = \frac{35580}{28455} = 1,25$$

$$K_{2016} = \frac{32099}{21657} = 1,49$$

Коэффициент промежуточной ликвидности (КПЛ) рассчитывается по формуле(2.6)[23]:

$$K_{\text{ПЛ}} = \frac{\text{ДС} + \text{КФВ} + \text{ДЗ}}{\text{КО}}, \quad (2.6)$$

где ДС – денежные средства;

КФВ – краткосрочные финансовые вложения;

ДЗ – дебиторская задолженность.

$$K_{2014} = \frac{12201 + 13997}{13378} = 1,96$$

$$K_{2015} = \frac{12572 + 10292}{28455} = 0,81$$

$$K_{2016} = \frac{5423 + 11076}{21657} = 0,77$$

Коэффициент абсолютной ликвидности (КАЛ) рассчитывается по формуле(2.7)[23]:

$$K_{\text{АЛ}} = \frac{\text{ДС}}{\text{КО}}, \quad (2.7)$$

где ДС – денежные средства;

КО – краткосрочные обязательства.

$$K_{2014} = \frac{12201}{13378} = 0,92$$

$$K_{2015} = \frac{12572}{28455} = 0,45$$

$$K_{2016} = \frac{5423}{21657} = 0,25$$

Коэффициент срочной ликвидности (КСЛ) рассчитывается по формуле (2.8) [23]:

$$K_{\text{СЛ}} = \frac{\text{ДС} + \text{КФВ}}{\text{КО}}, \quad (2.8)$$

где ДС – денежные средства;

КО – краткосрочные обязательства.

КФВ – краткосрочные финансовые вложения;

$$K_{2014} = \frac{12201}{13378} = 0,92$$

$$K_{2015} = \frac{12572}{28455} = 0,45$$

$$K_{2016} = \frac{5423}{21657} = 0,25$$

Далее представим формулы расчёта коэффициентов, характеризующих финансовую устойчивость организации.

Коэффициент финансовой независимости (КФН) рассчитывается по формуле (2.9) [20]:

$$K_{\text{ФН}} = \frac{\text{СК}}{\text{ВБ}}, \quad (2.9)$$

где СК – собственный капитал,

ВБ – валюта баланса.

$$K_{\Phi H 2014} = \frac{23476}{36854} = 0,64$$

$$K_{\Phi H 2015} = \frac{8632}{37087} = 0,24$$

$$K_{\Phi H 2016} = \frac{11419}{33076} = 0,35$$

Коэффициент финансовой зависимости (КФЗ) рассчитывается по формуле (2.10)[20]:

$$K_{\Phi 3} = \frac{3K}{ВБ}, \quad (2.10)$$

где 3К – заёмный капитал.

$$K_{\Phi 3 2014} = \frac{13378}{36854} = 0,37$$

$$K_{\Phi 3 2015} = \frac{28455}{37087} = 0,77$$

$$K_{\Phi 3 2016} = \frac{21657}{33076} = 0,66$$

Коэффициент задолженности (КЗ) рассчитывается по формуле (2.11)[20]:

$$K_3 = \frac{3К}{СК}, \quad (2.11)$$

$$K_{3 2014} = \frac{13378}{23476} = 0,57$$

$$K_{3 2015} = \frac{28455}{8632} = 3,30$$

$$K_{3 2016} = \frac{21657}{11419} = 1,90$$

Коэффициент маневренности активов (МА) рассчитывается по формуле (2.12)[20]:

$$M_A = \frac{A}{CK}, \quad (2.12)$$

$$M_{A 2014} = \frac{36854}{\frac{23476}{37087}} = 1,57$$

$$M_{A 2015} = \frac{8632}{33076} = 4,30$$

$$M_{A 2016} = \frac{11419}{11419} = 2,90$$

Коэффициент маневренности оборотного капитала (МОБК) рассчитывается по формуле (2.13)[20]:

$$M_{обК} = \frac{ОбК}{CK}, \quad (2.13)$$

$$M_{обК 2014} = \frac{35695}{\frac{23476}{35580}} = 1,52$$

$$M_{обК 2015} = \frac{8632}{32099} = 4,13$$

$$M_{обК 2016} = \frac{11419}{11419} = 2,82$$

Коэффициент оборачиваемости активов (КобА) рассчитывается по формуле(2.14)[20]:

$$K_{об А} = \frac{Вр}{A}, \quad (2.14)$$

где Вр – выручка от реализации;

A – среднегодовая стоимость активов.

$$K_{об А 2014} = \frac{50120}{36854} = 1,36$$

$$K_{\text{об А 2015}} = \frac{49150}{37087} = 1,33$$

$$K_{\text{об А 2016}} = \frac{49987}{33076} = 1,52$$

Коэффициент оборачиваемости собственного капитала рассчитывается по формуле(2.15)[22]:

$$K_{\text{обСК}} = \frac{Вр}{СК}, \quad (2.15)$$

где $СК$ – среднегодовая стоимость собственного капитала.

$$K_{\text{об ск 2014}} = \frac{50120}{23476} = 2,14$$

$$K_{\text{об ск 2015}} = \frac{49150}{8632} = 5,70$$

$$K_{\text{об ск 2016}} = \frac{49987}{11419} = 4,38$$

Фондоотдача рассчитывается по формуле(2.16)[20]:

$$Kф = \frac{Вр}{ОС}, \quad (2.16)$$

где $ОС$ – среднегодовая стоимость основных средств.

$$Kф = \frac{50120}{1159} = 43,25$$

$$Kф = \frac{49150}{1507} = 32,62$$

$$Kф = \frac{49987}{977} = 51,17$$

Показатели коэффициентов финансового состояния ИП Перминов В.О. в 2014 – 2016 годах приведены в таблице 2.10.

Таблица 2.10 – Коэффициентный анализ

Наименование показателя	Норма– тив	Значение		
		на 2014 г.	на 2015 г.	на 2016 г.
1. Оценка имущественного положения				
Сумма капитала, в имущество	–	36 854	37 087	33 076
Доля основных средств в активах	–	0,032	0,041	0,030
2. Оценка ликвидности				
Собственный оборотный капитал	–	22 317	7 125	10 442
Коэффициент текущей ликвидности	1,0÷ 2,0	2,67	1,25	1,49
Коэффициент промежуточной ликвидности	1,0	1,96	0,81	0,77
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2	0,92	0,45	0,25
Коэффициент срочной ликвидности	1,0	0,92	0,45	0,25
3. Оценка финансовой устойчивости				
Коэффициент финансовой независимости (автономии)	0,6	0,64	0,24	0,35
Коэффициент финансирования	> 1,0	0,37	0,77	0,66
Коэффициент задолженности	< 0,7	0,57	3,30	1,90
Коэффициент маневренности активов	–	1,57	4,30	2,90
Коэффициент маневренности оборотного капитала	0,2÷0,5	1,52	4,13	2,82
4. Оценка деловой активности, в оборотах				
Коэффициент оборачиваемости активов	–	1,36	1,33	1,52
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	–	2,14	5,70	4,38
Фондоотдача	–	43,25	32,62	51,17

По результатам таблицы 2.10 оценивая имущественное положение предприятия, отмечается сокращение суммы капитала, вложенного в имущество и снижение доли основных средств.

Оценка ликвидности показала, что собственный оборотный капитал имеет положительное значение, что благоприятно для организации. Повысились коэффициенты абсолютной, промежуточной и срочной ликвидности, полученные значения коэффициентов превышают нормативные значения, что положительно характеризует деятельность организации.

Высокое значение коэффициентов ликвидности свидетельствует о неэффективном использовании ликвидных средств. В оценке финансовой устойчивости отмечается снижение коэффициента финансовой независимости, кроме того, коэффициент не соответствует нормативу, коэффициент задолженности выше 0,7.

Коэффициенты маневренности активов и маневренности оборотного капитала растут к концу 2016 года, а затем снижаются. В оценке деловой активности все коэффициенты на конец периода растут, что положительно характеризует деятельность предприятия.

Далее проанализируем основные экономические показатели хозяйственной деятельности ИП Перминов В.О.

Факторная модель рентабельности от продаж представлена следующим образом(2.17):

$$R_{п} = (V - C - КР - УР) / V \times 100\% = Пп / V \times 100\% \quad (2.17)$$

где $R_{п}$ – рентабельность продаж;

V – объем продаж;

C – себестоимость продукции;

$КР$ – коммерческие расходы;

$УР$ – управленческие расходы;

$Пп$ – прибыль от продаж.

Проанализируем влияние объема продаж и уровня рентабельности продаж на изменение прибыли от продаж (таблице 2.11).

Прибыль от продаж за 2016 году по сравнению с 2015 годом сократилась на 79 тыс. руб. за счет влияния следующих факторов:

– изменения выручки от оказания услуг:

$$837 \times 0,17 = 145 \text{ тыс. руб.}$$

В результате роста выручки от продаж на 837 тыс. руб., прибыль от продаж выросла на 145 тыс. руб.

– рентабельности продаж:

$$(-0,004) \times 49987 = -224 \text{ тыс. руб.}$$

За счет уменьшения рентабельности продаж на 0,4 процента прибыль от продаж снизилась на 224 тыс. руб.

Ежеквартально начальник отдела продаж по итогам квартальной отчетности, предоставляемой главным бухгалтером, проводит анализ соотношения прироста суммы прибыли от продаж и суммы объемов проживания и обслуживанию. Анализ проводится на основе оценки эффекта операционного левеиджа.

Таблица 2.11 – Факторный анализ прибыли от продаж ИП Перминов В.О. за 2014 – 2016 гг.

Показатели	2014 год	2016 год	Изменение
Выручка от продаж, тыс. руб.	49 150	49 987	837
Себестоимость предоставленных услуг по проживанию и обслуживанию, тыс. руб.	36 784	37 840	1 056
Коммерческие расходы, тыс. руб.	3 847	3 707	-140
Управленческие расходы, тыс. руб.			0
Прибыль от продаж, тыс. руб.	8 519	8 440	-79
Уровень рентабельности продаж, доли	0,17	0,17	-0,004
Влияние на изменение прибыли от продаж			-79
– объема продаж, тыс. руб.	x	X	145
– уровня рентабельности продаж, тыс. руб.	x	X	-224

Результаты расчета эффекта операционного левеиджа ИП Перминов В.О. за 2016 г. представлены в таблица 2.12.

Как видно из результатов расчета, предприятие за счет наличия постоянных затрат получает эффект операционного левеиджа. Так, предприятие, снизив объем предоставленных услуг по проживанию и обслуживанию во 2 квартале 2016 года по отношению к 1 кварталу на 8,69 процентов (100 – 91,31), получило соответственно снижение валовой прибыли 86,74 процента (100 – 13,26). Однако в 3 квартале по отношению к 1 кварталу за счет более высокого коэффициента операционного левеиджа получило прирост валовой прибыли в размере 14,82 процента (114,82 – 100), а по отношению ко 2 кварталу – почти в 8 раз больше.

Незначительное увеличение объемов услуг по проживанию и обслуживанию в 4 квартале 2016 года по отношению к 3 кварталу на 3,26 процента (103,26 – 100), получило снижение валовой прибыли 20,1 процента (100 – 79,90).

Таблица 2.12 – Расчет эффекта операционного левеиджа ИП Перминов В.О.

Показатели	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
1. Объем предоставленных услуг по проживанию и обслуживанию, тыс. руб.	10 980	10 026	14 258	14 723
2. Постоянные затраты, тыс. руб.	852	714	998	1143
3. Переменные затраты, тыс. руб.	7 489	8 962	10 230	11 159
4. Уровень переменных затрат к объему предоставленных услуг по проживанию и обслуживанию, процент	68,21	89,39	71,75	75,79
5. Общая сумма затрат, тыс. руб.	8 341	9 676	11 228	12 302
6. Коэффициент операционного левеиджа (п. 2 : п. 5)	0,10	0,07	0,09	0,09
7. Сумма валовой прибыли, тыс. руб.	2 639	350	3030	2421
8. Темп роста валовой прибыли, %:				
к 1 кв.		13,26	114,82	91,74
ко 2 кв.			865,71	691,71
к 3 кв.				79,90
9. Темп роста объема предоставленных услуг по проживанию и обслуживанию, процент:				
к 1 кв.		91,31	129,85	134,09
ко 2 кв.			142,21	146,85
к 3 кв.				103,26

Результаты сравнения показывают, что за счет более высокого исходного коэффициента операционного левеиджа (показателя 1 квартала) степень чувствительности прибыли от обычных видов деятельности к приросту объема предоставленных услуг по проживанию и обслуживанию выше.

Таким образом, проведенный анализ финансового состояния ИП Перминов В.О. показал снижение эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

Проанализировать проблемы управления прибылью ИП Перминов В.О. можно назвать основные из них:

1) Неэффективное управление производственными процессами, влияющее на снижение доходности хозяйственной деятельности (в результате сокращения объемов предоставленных услуг по проживанию и обслуживанию с 50120 тыс.

руб. в 2014 году до 49987 тыс. руб. в 2016 году, ростом прочих расходов на 8,8% за три года, снижением чистой прибыли с 3638 тыс. руб. в 2014 году до 1934 в 2016 году и рентабельности продаж на 0,4%).

2) Недостаточно эффективное управление использованием всего комплекса (Высокое значение коэффициентов ликвидности свидетельствует о неэффективном использовании ликвидных средств. В оценке финансовой устойчивости отмечается снижение коэффициента финансовой независимости, кроме того, коэффициент не соответствует нормативу, коэффициент задолженности выше 0,7. Коэффициенты маневренности активов и маневренности оборотного капитала растут к концу 2015 года, а затем снижаются.).

3) Отсутствие анализа, позволяющего прогнозировать величину прибыли (в ИП Перминов В.О. не проводят анализа и прогнозирования объема реализованных услуг и прибыли, в результате плановые мероприятия, связанные с затратами, часто не выполняются ввиду отсутствия денежных средств).

Решение перечисленных проблем позволит предприятию повысить спрос на услуги ИП Перминов В.О., сократить постоянные затраты, связанные с предоставлением услуг по проживанию и обслуживанию, а также повысить прибыль и рентабельность.

2.3 Разработка мероприятий по улучшению финансового состояния ИП Перминов В.О.

Рассмотрим первоначально проблему неэффективного управления производственными процессами, влияющее на снижение доходности хозяйственной деятельности.

Отсутствие маркетингового анализа рынка привело к тому, что за анализируемый период объем услуг по проживанию и обслуживанию сократились, что свидетельствует о насыщенности рынка подобными услугами.

Анализ организационной структуры управления ИП Перминов В.О. показал, что на предприятии отсутствует отдел маркетинга. Функции по организации и планированию рекламной кампании выполняет заместитель генерального директора, не имеющий для этого соответствующей квалификации, а значит не обладающий профессиональными знаниями для эффективной организации и планирования рекламной кампании.

Для обеспечения решения поставленных задач по совершенствованию организации и планированию рекламной стратегии ИП Перминов В.О., необходимо принять в штат специалиста по маркетингу.

Закрепить за специалистом по маркетингу следующие функции:

- проведение маркетинговых исследований услуг, потребителей, конкурентов, необходимых для разработки эффективной рекламной кампании;
- определение целей и стратегии рекламной кампании;
- разработка идеи и выбор рекламных носителей;
- определение рекламного бюджета;
- оценка эффективности проведенной рекламной кампании.

Прием в штат специалиста по маркетингу запланирован на июль 2017 г.

Маркетологу назначена заработная плата в размере 19,5 тыс. руб. в месяц. До конца 2017 г. затраты по данной статье составят:

$$З = (19,5 + 5,7) \times 7 = 176,4 \text{ тыс. руб.}$$

С целью повышения эффективности проводимых ИП Перминов В.О. рекламных кампаний, в первую очередь, необходимо разработать фирменную символику предприятия.

Фирменный стиль нужен для того, чтобы посредством индивидуальности и единства графических и др. констант, выделиться среди конкурентов, стать узнаваемым (идентификация) и хорошо запоминаемым. Если вас быстрее узнают, то быстрее начинают сотрудничать. Из-за хорошей узнаваемости уменьшается количество средств, потраченных на рекламные кампании. Наличие фирменного стиля значительно повышает эффективность рекламы.

Первостепенное внимание в планировании и организации рекламной кампании ИП Перминов В.О. необходимо уделить разработке фирменного стиля, который включает в себя следующие элементы:

- логотип;
- фирменные цвета;
- фирменные шрифты;
- фирменная визитка;
- фирменный бланк.

Разработка фирменного стиля в любом его проявлении, будь то логотип или товарный знак – это сложный и многоуровневый процесс, требующий профессиональных знаний в области символики, колористики, дизайна и других важных параметров.

В настоящее время существует огромное множество организаций, создающих логотипы и товарные знаки, соответствующие роду деятельности компании и отражающий ее характер.

В данном случае обратимся к профессиональной студии «MolchStudio», которая изготовит логотип или товарный знак с документальной гарантией перехода прав к Заказчику, а также предоставит гарантии на уникальность дизайна.

Несмотря на то, что ИП Перминов В.О. использует достаточно популярные СМИ, анализ коммуникационной эффективности рекламной кампании показал, что потенциальные покупатели плохо осведомлены о деятельности предприятия и его услугах. Поэтому необходимо провести интересную PR - акцию, способную привлечь внимание потребителей, упрочнить положение организации на рынке и соответственно увеличить объем доходов.

Основная идея PR - акции следующая: двое молодых людей, парень и девушка, наряженные в оригинальные костюмы, будут раздавать рекламные буклеты, листовки, и различную сувенирную продукцию с логотипом предприятия (авторучки, блокноты, шарики). Место размещения промоутеров

должно быть оформлено яркими шарами, с фирменной символикой, установлен стенд с описанием предприятия и спектром предлагаемых услуг.

Акция состоится в июле 2017 года, и перед каждым началом сезонного спроса. Длительность акции три дня, последние пятница – воскресенье месяца, по четыре часа в день. Для проведения PR – акции рекомендуется запланировать следующие расходы:

- плата промоутерам (включая страховые взносы) – $(4,9+2,1)$ тыс. руб.;
- рекламная продукция - 18,0 тыс. руб.;
- бутафорские костюмы - 5,0 тыс. руб.

Затраты на PR - акцию составят: $Z = (4,9+2,1) + 18,0 + 5,0 = 30,0$ тыс. руб.

Создание и размещение наружной рекламы станет заключительным этапом в комплексе разработанных мероприятий. Рекламный баннер с изображением данного предприятия, списком предоставляемых услуг, логотипом, а также с указанием интернет адреса организации, будет дополнять и усиливать действие всех проведенных рекламных мероприятий.

Договор на создание и размещение наружной рекламы будет заключен с компанией «А-Медиа». Компания занимается изготовлением и размещением наружной рекламы на рекламных щитах и брендмауэрах в городах. Затраты на данное мероприятие составят:

$$Z = 20,0 + 30,0 = 50,0 \text{ тыс. руб.}$$

План мероприятий по совершенствованию рекламной стратегии ИП Перминов В.О. представлен в таблице 2.13.

Таблица 2.13 – План мероприятий по совершенствованию рекламной стратегии ИП Перминов В.О.

Мероприятия	Срок реализации 2017 г.	Объем финансирования , тыс. руб.	Источник финансирования
Совершенствование организационной структуры предприятия			
Прием в штат специалиста по маркетингу и закрепление за ним функций по организации и планированию рекламной кампании	Июль	19,5	Собственные средства предприятия
Отчисления с заработной платы	Июль	5,7	
Итого		176,4	
Совершенствование организации и планирования рекламной кампании			
Разработка фирменной символики	Июль	8,0	Собственные средства предприятия
Проведение PR-акции	Июль	30,0	Собственные средства предприятия
Создание наружной рекламы	Август	20,0	Собственные средства предприятия
Размещение наружной рекламы	В течение года	30,0	Собственные средства предприятия
Итого		155,0	
Всего		331,4	

Таким образом общие затраты до конца 2017 г. на мероприятия по совершенствованию организационной структуры предприятия и организации и планирования рекламной кампании составят:

$$З = 176,4 + 155,0 = 331,4 \text{ тыс. руб.}$$

Планируемая рекламная кампания позволит предприятию активно информировать потенциальных клиентов о своей деятельности, сформировать положительный образ, укрепить рыночные позиции и увеличить объем продаж.

Для решения второй проблемы, а именно «недостаточно эффективное управление использованием всего комплекса» предлагается расширение номерного фонда за счет организации отдыха клиентов с ограниченными возможностями.

В ИП Перминов В.О. отсутствуют номера, оборудованные для инвалидов. В других крупных гостиницах на территории РФ ситуация немногим лучше. Предлагается переоборудовать 5 номеров гостиницы.

В номере, предназначенном для гостей с ограниченными возможностями, необходимо предусмотреть полное отсутствие порогов. Все дверные проемы должны быть шириной не менее 0,9 м. Двери снабжают магнитным стопором, позволяющим их фиксировать в открытом состоянии.

Площадь номера превышает площадь обычного «стандарта» - 28 кв. м. Дверной глазок и цепочка должны располагаться на уровне 1,2 м.

Письменный стол должен быть изогнутым, чтобы можно было подъехать на коляске. Розетки и выключатели располагаются на высоте 1-1,2 м.

Особым образом необходимо оборудовать шкафы: разместить вешалку для одежды на уровне 1,1-1,2 м., например, откидную. Как вариант - напольная вешалка на колесах для костюма. Дверь шкафа желательно сделать по типу «шкаф-купе».

В номере также должны быть дополнительные подушки и «думки» на диванах и креслах. Дополнительное одеяло должно располагаться на высоте не выше 1,2 м. Телефон в номере для людей с ограниченными возможностями должен быть переносным. Ванная комната должна быть удобной. Чтобы гость с ограниченными возможностями чувствовал себя комфортно в санузле, нужно, прежде всего, предусмотреть габариты помещения - в нем придется разворачивать коляску. В ванной комнате должны быть специальные поручни, облегчающие переход в ванну и на сиденье унитаза. Унитаз должен быть выше обычного. Раковина, напротив, проектируется ниже обычной. Лучше, если она изогнута по центру. Душ крепится на уровне 0,9-1 м. от дна ванны. Зеркала, фен, диспенсоры для мыла и шампуни размещают на уровне сидящего человека.

Таким образом, для расширения номерного фонда, прежде всего, необходима новая мебель и переоборудование ванных комнат.

Таблица 2.14 – Затраты по мероприятию

Мероприятие	Сумма, тыс. руб.
Единовременные затраты	
Кровати	145,00
Кресла и столы	85,5
Установка мобильных устройств	55,0
Переоборудование ванных комнат	120,0
Итого единовременные затраты	405,50
Текущие затраты	
Доплата обслуживающему персоналу (горничным)	62,0
Страховые взносы	18,6
Итого текущих затрат	80,6
Всего затрат	486,10

Таким образом, затраты по мероприятию составили 486,10 тыс. руб.

Для решения третьей проблемы – отсутствия анализа позволяющего прогнозировать величину прибыли, предлагается внедрить проведение маржинального анализа сотрудников финансового отдела.

Необходимость применения менеджерами исследуемого предприятия маржинального анализа заключается в анализе соотношения объема продаж, себестоимости и прибыли. Значения удельных маржинальных доходов для каждого конкретного направления услуг по проживанию и обслуживанию важны для руководства ИП Перминов В.О. Если данный показатель отрицателен, то выручка от продаж не покрывает даже переменных затрат. Исчисление маржинального дохода позволяет определить влияние объема услуг по проживанию и обслуживанию на величину прибыли и тот объем продаж, начиная с которого предприятие получает прибыль.

Таким образом, безубыточность – такое состояние, когда бизнес не приносит ни прибыли, ни убытков. Это выручка, которая необходима для того, чтобы предприятие начало получать прибыль.

Таблица 2.15 – Определение безубыточности продаж

Показатель	2017 год
Выручка от продаж	49 987
Переменные затраты	37 840

Показатель	2017 год
Маржинальный доход	12 147
Уровень маржинального дохода (маржа)	0,24
Доля переменных затрат в выручке от продаж	0,76
Постоянные затраты	3707
Прибыль (убыток)	8 440
Безубыточный объем продаж (п. 6 / п. 4)	15 255

Безубыточный объем продаж – такой объем продаж, при котором доход от осуществления услуг по проживанию и обслуживанию равен расходам (точка безубыточности, порог рентабельности, точка окупаемости затрат).

Приведенные расчеты показывают, что в результате исследования уровня доходов, а, следовательно, и прибыли, порог рентабельности сократится на 47%.

Руководство предприятия должно не только прогнозировать объемы продаж, но и суммы затрат. Этого возможно добиться также на основе маржинального анализа. С помощью маржинального анализа устанавливается критический уровень суммы постоянных затрат по формуле(2.17):

$$\text{Акр} = \text{В} \times \text{Умд} \quad (2.17)$$

Где Акp – критический уровень суммы затрат.

В – выручка от продаж.

Умд – уровень маржинального дохода.

$$49987 \times 0,24 = 11997 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, максимально допустимая величина постоянных расходов, которую ИП Перминов В.О. смогла покрыть маржинальным доходом при объеме продаж, цены и уровня переменных затрат на единицу продукции в 2016 году, составят 11997 тыс. руб. Если постоянные затраты превысят этот уровень, то предприятие будет убыточным.

Для определения срока окупаемости постоянных затрат отчетного периода, в месяцах, можно сделать следующий расчет:

$$\frac{12 \times 8025}{96006} = 1,00 \text{ мес.}$$

Оставшиеся 11 месяцев в году предприятие будет получать прибыль. Следовательно, лишь 1 мес. уйдет на возмещение постоянных издержек.

Таким образом, используя подобный расчет раз в два месяца, главный бухгалтер предприятия сможет следить за динамикой постоянных расходов с целью не превышения их порога.

Меру использования постоянных расходов в их общей структуре называют операционным рычагом.

На основе данных табл. 2.15 определим операционный рычаг:

$$OP_{2016} = \frac{12147}{8440} = 14,44.$$

Таким образом, изменение объема услуг по проживанию и обслуживанию хотя бы на 10% привело бы к изменению прибыли в 2017 году на 144,4% ($10\% \times 14,44$).

Далее необходимо спрогнозировать эффективность предложенных мероприятий. А именно, организация специализированных номеров для людей с ограниченными возможностями и проведение рекламной компании. Основываясь на результатах отеля «Пятерка» которая смогла увеличить объем реализации услуг на 92%, в результате внедрения подобных мероприятий, можно спрогнозировать те же показатели [53].

Приведенные прогнозные расчеты в сравнении с данными за 2016 год приведены в таблице 2.16.

Таблица 2.16 – Прогноз роста прибыли за счет расширения видов деятельности, тыс. руб.

Показатели	2016 год	Прогноз	Изменение	Темп прироста, %
Выручка от продаж	49 987	96 006	46 019	92,1
Себестоимость продаж	37 840	51 656	13 816	36,5
Валовая прибыль	12 147	44 350	32 203	265,1
Управленческие расходы	3 707	3 367	-340	-9,2
Прибыль от продаж	8 440	40 983	32 543	385,6

Показатели	2016 год	Прогноз	Изменение	Темп прироста, %
Прочие доходы	1 421	1 501	80	105,6
Прочие расходы	7 414	8 834	1 420	19,53
Прибыль до налогообложения	2 447	33 650	31 203	1 391,2
Налог на прибыль	513	5 047	4 534	1 313,8
Чистая прибыль	1 934	29 237	26 303	1 411,8

Расчет экономического эффекта показал, что величина доходов ИП Перминов В.О. может вырасти почти в 2 раза или на 46019 тыс. руб. при этом темп роста выручки (192,1%) гораздо выше темпа роста затрат (136,5%), что говорит о повышении эффективности управления затратами. Кроме того, прибыль от продаж вырастет на 32203 тыс. руб. за счет сокращения управленческих расходов на 340 тыс. руб. Несмотря на рост налога на прибыль на значительную величину, чистая прибыль вырастет гораздо больше.

Влияние прогнозных показателей прибыли на рентабельность также положительное (таблице 2.17).

В результате на 1 руб. прогнозной выручки от продаж предприятие может получить 43 коп. прибыли от продаж, что выше показателя 2016 на 26 коп. одновременно с 1 руб. выручки от продаж величина произведенных затрат сократится также на 26 коп. и составит 57 коп. вместо 83 коп. в 2016 году.

Таблица 2.17 – Прогноз роста рентабельности

Показатели	2016 год	Прогноз	Изменение
Выручка от продаж	49 987	96 006	46 019
Затраты	41 547	55 023	13 476
Прибыль от продаж	8 440	40 983	32 543
Рентабельность продаж	16,9	42,7	25,8
Рентабельность затрат	83,1	57,3	-25,8
Чистая прибыль	1 934	29 237	27 303

Рассматривая управление прибылью на основе прогнозирования ее величины и определения при этом уровня запаса прочности, определим точку безубыточности продаж по приведенным выше данным (таблице 2.18).

Таблица 2.18 – Определение безубыточности продаж

Показатель	2016 год	Прогноз
Выручка от продаж	49 987	96 006
Переменные затраты	37 840	51 656
Маржинальный доход	12 147	44 350
Уровень маржинального дохода (маржа)	0,24	0,46
Доля переменных затрат в выручке от продаж	0,76	0,54
Постоянные затраты	3707	3707
Прибыль (убыток)	8 440	40 643
Безубыточный объем продаж	15 255	8 025

Приведенные расчеты показывают, что в результате повышения уровня доходов, а, следовательно, и прибыли, порог рентабельности сократится на 47%.

Руководство предприятия должно не только прогнозировать объемы продаж, но и суммы затрат. Этого возможно добиться также на основе маржинального анализа. С помощью маржинального анализа устанавливается критический уровень суммы постоянных затрат:

$$96006 \times 0,46 = 44163 \text{ тыс. руб.}$$

Максимально допустимая величина постоянных расходов, которую ИП Перминов В.О. сможет покрыть маржинальным доходом при плановом объеме продаж, цены и уровня переменных затрат на единицу продукции, составят 44163 тыс. руб.

В любом случае, применение руководства ИП Перминов В.О. методов маржинального анализа особенно актуально, так как позволяет спланировать объемы продаж, чтобы получить прибыль, или, наоборот, спланировать объемы прибыли при заданных объемах перевозок.

Таким образом, рассмотрев предлагаемые направления управления прибылью ИП Перминов О.В. можно заключить, что для решения первой проблемы неэффективного управления производственными процессами, влияющее на снижение доходности хозяйственной деятельности было предложено внедрение в штат специалиста по маркетингу и разработка рекламной компании.

Для решения второй проблемы, а именно «недостаточно эффективное управление использованием всего комплекса» предлагается расширение номерного фонда за счет организации отдыха клиентов с ограниченными возможностями.

Управление прибылью предприятия возможно при помощи использования системы взаимосвязи издержек, объемов реализации и прибыли за счет влияния объемов услуг в стоимостном и натуральном выражении, суммы постоянных и переменных затрат. Эти показатели могут рассматриваться менеджерами предприятия как основные факторы формирования суммы различных видов прибыли, воздействуя на которые можно получить необходимые результаты.

Рассчитав экономическую эффективность предлагаемых методов управления прибылью ИП Перминов В.О. можно сделать ряд выводов.

Прием в штат маркетолога и разработка эффективной рекламной компании позволит ИП Перминов В.О. работать с клиентами увеличивая объем клиентов.

Расширение номерного фонда за счет организации отдыха клиентов с ограниченными возможностями позволит увеличить объем клиентов, а соответственно прибыль компании.

Необходимость применения менеджерами исследуемого предприятия маржинального анализа заключается в анализе соотношения объема продаж, себестоимости и прибыли. Значения удельных маржинальных доходов для каждого конкретного направления услуг важны для менеджера ИП Перминов В.О. Если данный показатель отрицателен, то выручка от продаж не покрывает даже переменных затрат. Исчисление маржинального дохода позволяет определить влияние объема предоставленных услуг на величину прибыли и тот объем продаж, начиная с которого предприятие получает прибыль.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Спрос на гостиничные предприятия Ямало-Ненецкого автономного округа остается высоким и в ближайшие годы, несомненно, не начнет уменьшаться, поэтому рынок будет развиваться в сторону улучшения стандартов и качества обслуживания и расширения спектра дополнительных услуг.

Анализ организации гостиничного бизнеса в Ямало-Ненецком автономном округе, позволяет констатировать, что рынок гостиничных услуг еще далек от насыщения и продолжает формироваться. В то же время уже сегодня загрузка гостиниц округа превышает общероссийскую, составляет порядка 48 %.

Стоит отметить, что географическое положение и природные условия ЯНАО создают благоприятные условия для развития определенных видов и направлений внутреннего туризма.

На наш взгляд, на рынке туристической индустрии минимален уровень рекламы об уникальности регионов Арктики. Соответственно активное продвижение турпродукта Крайнего Севера будет являться хорошим стимулирующим фактором дальнейшего развития въездного и внутреннего туризма ЯНАО, а также формировать имидж ЯНАО на мировом рынке как субъекта, благоприятного для туризма, увеличению предприятий коллективного размещения, повышению спроса на качественные гостиничные услуги.

Проведенный анализ прибыли ИП Перминов О.В. показал снижение эффективности хозяйственной деятельности предприятия в результате сокращения объемов предоставленных услуг по проживанию и обслуживанию с 50120 тыс. руб. в 2014 году до 49987 тыс. руб. в 2016 году, ростом прочих расходов на 8,8% за три года, снижением чистой прибыли с 3638 тыс. руб. в 2014 году до 1934 в 2016 году и рентабельности продаж на 0,4%.

В дипломной работе мы выявили следующие проблемы:

1. Неэффективное управление производственными процессами, влияющее на снижение доходности хозяйственной деятельности.

2. Неэффективное управление гостиничным комплексом.

3. Отсутствие обоснованности прогнозов величин прибыли.

Решение перечисленных проблем позволит предприятию повысить спрос на услуги ИП Перминов В.О., сократить постоянные затраты связанных с предоставлением услуг по проживанию и обслуживанию, а также повысить прибыль и рентабельность.

Для решения проблемы неэффективного управления производственными процессами, было предложено внедрение в штат специалиста по маркетингу и разработка рекламной компании.

Неэффективное управление гостиничным комплексом предлагается решить расширение номерного фонда за счет организации отдыха клиентов с ограниченными возможностями.

Управление прибылью предприятия возможно при помощи использования системы взаимосвязи издержек, объемов реализации и прибыли за счет влияния объемов услуг в стоимостном и натуральном выражении, суммы постоянных и переменных затрат. Эти показатели могут рассматриваться менеджерами предприятия как основные факторы формирования суммы различных видов прибыли, воздействуя на которые можно получить необходимые результаты.

Перечисленные меры были нами экономически обоснованы, что подтверждает их целесообразность.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Гражданский кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 26.01.1996 № 15-ФЗ (в ред. от 06.04.2015 г.) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
- 2 Налоговый Кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 05.08.2000 № 117-ФЗ. (ред. от 05.03.2015) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
- 3 Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Учет расчетов по налогу на прибыль» ПБУ 18/02: Приказом Минфина России от 19.11.2002 № 114н. (ред. от 01.01.2015) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
- 4 Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99: Приказ Минфина России от 06.05.1999 № 33н. (ред. от 01.02.2015) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
- 5 Авдеев, А.М. Анализ сильных и слабых сторон организации, угроз и благоприятных возможностей для неё со стороны внешней среды: учебное пособие / А.М. Авдеев. – М.: Дело, 2014. – 14 с.
- 6 Азрилиян, А.Н. Большой экономический словарь: учебное пособие / А.Н. Азрилиян. – М.: Институт новой экономики, 2014. – 214 с.
- 7 Богдановская, Л.А. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: учебник / Л. А. Богдановская, Г.Г. Виногоров, О.Ф. Мигун – М.: Высшая школа, 2015. – 189 с.
- 8 Баканов, М.И. Теория экономического анализа: учебник. / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. - М.: Финансы и статистика, 2014. – 114 с.
- 9 Бланк, И.А. Управление активами: учебное пособие / И.А. Бланк. – Киев: Ника-Центр, 2015. – 45 с.
- 10 Бланк, И.А. Управление финансовой стабилизацией строительной организации: учебное пособие / И.А. Бланк. - Киев: Ника-Центр, 2014. 77 с.

- 11 Бланк, И.А. Управление использованием капитала: учебное пособие / И.А. Бланк. – Киев: Ника-Центр, 2015. – 51 с.
- 12 Богатин, Ю.В. Производство прибыли: учебное пособие / Ю.В. Богатин, В.А. Швандар. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 123 с.
- 13 Борисов, М.Е. Региональное раздвоение: статья / М. Е. Борисов. // Эксперт. —2014. – №37. – С. 26–29.
- 14 Бороненкова, С.А. Финансовый анализ предприятий: учебное пособие / С.А. Бороненкова. – Екатеринбург: Урал. гос. университет, 2015. – 211 с.
- 15 Вакуленко, Т.Г. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений: учебное пособие / Т.Г. Вакуленко, Л.В. Фомина. – СПб.: Герда, 2014. – 58 с.
- 16 Ван, Х. Основы управления финансами / Ван Хорн; пер. с англ. Я.В. Соколов. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 13 с.
- 17 Ван, Х. Основы управления фирмой / Ван Хорн; пер с англ. Я.В. Соколов – М.: Финансы и статистика, 2015. – 5 с.
- 18 Дибб, С. Практическое руководство по маркетинговому планированию / Дибб С; пер. с англ. А.Б. Ворошенко – СПб.: Питер, 2014. – 33 с.
- 19 Зайцев, Н.Л. Экономика промышленной строительной организации: учебное пособие / Л.Н. Зайцев. – М.: Инфра-М, 2014. – 11 с.
- 20 Ершов, Л.Г. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений: учебник / Л.Г. Ершов. – СПб.: Герда, 2015. – 214 с.
- 21 Ерямов, С.В. Оценка бизнеса и инновации: учебное пособие / С.В. Ерямов – СПб.: Питер, 2014. – 57 с.
- 22 Ковалев, В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом: учебное пособие / В.В. Ковалев – М.: Финансы и статистика, 2015. – 361 с.
- 23 Ковалев, В.В. Финансовый анализ: Анализ отчетности: учебное пособие / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 381 с.
- 24 Ковалев, В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры: учебное пособие / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 124 с.

- 25 Кондраков, Н.П. Бухгалтерский учет: учебное пособие. / Н.П. Кондраков – М.: ИПБ-БИНФА, 2015. – 97 с.
- 26 Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности на предприятии: учебное пособие / Л.И. Кравченко – М.: Новое знание, 2014. – 104 с.
- 27 Любушкин, Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности строительной организации: учебное пособие / Н.П. Любушкин, В.Б. Лещева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 14 с.
- 28 Маркарьян, Э.А. Финансовый анализ: учебное пособие / Э.А. Маркарьян, Г.П. Герасименко. – М.: ПРИОР, 2014. – 205 с.
- 29 Маркарьян, Э.А. Финансовый анализ: учебное пособие. / Э.А. Маркарьян, Г.П. Герасименко. – 3-е изд; испр. и доп. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2015. – 213 с.
- 30 Матвеев, П.С. Анализ деятельности фирмы. Микро и макрофакторы: учебное пособие / П.С. Матвеев. – М.: Эра, 2013. – 79 с
- 31 Мескон, М. Основы менеджмента: учебное пособие / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 2014. – 37 с.
- 32 Остапенко, В.Н. Финансовое состояние строительной организации: оценка, пути повышения: научная статья / В.Н. Остапенко // Экономист. – 2015. № 3. – С. 45–46.
- 33 Патров, В.В. Комментарии к положению по бухгалтерскому учету: научная статья / В.В. Патров. // Бухгалтерский учёт. – 2015. – № 5. – 23 с.
- 34 Павлова, Л.Н. Финансовый менеджмент: учебник / Л.Н. Павлова – М.: ЮНИТИ, 2014. – 299 с.
- 35 Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности строительной организации: учебное пособие / Г.В. Савицкая. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Новое знание, 2015. – 55 с.
- 36 Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности строительной организации: учебное пособие / Г.В. Савицкая. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Новое знание, 2014. – 28 с.

- 37 Самсонов Н.Ф. Финансовый менеджмент: учебник / Н.Ф. Самсонов. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 150 с.
- 38 Сафронов, Н.А. Экономика строительной организации: учебник / Сафронов Н.А. – М.: Юрист, 2014. – 20 с.
- 39 Федоров, В.С. Расчет налога на прибыль по-новому: научная статья / В.С. Федоров.// Практическая бухгалтерия. – 2014. – № 2. – 48 с.
- 40 Терехина В.И. Финансовое управление фирмой: научная статья / В.И Терехина // Экономика – 2015. – № 10. – 3 с.
- 41 Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: теория и практика: учебник. / Е.С. Стояновой. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Перспектива, 2015. –277 с.
- 42 Грязнова А. Г. Финансово-кредитный энциклопедический словарь: учебное пособие / А.Г. Грязнов.– М.: Финансы и статистика, 2015. – 151 с.
- 43 Попова В.М. Финансовый бизнес – план: учебное пособие / В.М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 43 с.
- 44 Колчина Н.В. Финансы предприятий: учебник / Н.В. Колчина, Г.Б. Поляк, Л.П. Павлова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 306 с.
- 45 Хонгрэн, Т. Бухгалтерский учет: управленческий аспект / Хонгрэн Т; пер. с англ. А.С. Степанов – М.: ФБК-ПРЕСС, 2014. –33 с.
- 46 Черненко, А.Ф. Рентабельность капитала: учебное пособие. / А.Ф. Черненко – Челябинск: ЮУрГУ, 2015. – 28 с.
- 47 Чернов, В.А. Финансовая политика организации: учебное пособие / В.А. Чернов, Баканова М.И. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 2 с.
- 48 Чернов, В.А. Экономический анализ: учебное пособие / В.А. Чернов, Баканова. М.И. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 34 с.
- 49 Шеремет, А.Д. Финансы предприятий: учебное пособие / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 85 с.
- 50 Стоянова, Е.С. Финансовый менеджмент: научное пособие / Е.С. Стоянова – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015 – 37 с. – <http://www.twirpx.com>

51 Черненко А.Ф. Совершенствование методов оценки текущей платежеспособности: научная статья / А.Ф. Черненко // Проблемы современной экономики – 2007. – № 4. – 1 с.– <http://www.m-economy.ru>

52 Официальный сайт Ямало-Ненецкого автономного округа. – <http://правительство.янао.рф>

53 Руднева, С.Ю. Пример увеличения прибыли отеля: статья / С.Ю. Руднева // Бизнес драйв – 2015. – № 1. – 1 с.– <https://bdraiv.ru/ru/articles/primer-uvelichenija-pribyli-otelja-na-84.html>

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Бухгалтерский баланс ИП Перминов В.О.

Приложение А.1 – Бухгалтерский баланс на 31.12.2016

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	На		
		31 декабря 2016г. ⁵	31 декабря 2015г. ⁴	31 декабря 2014г. ³
	АКТИВ			
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
	Нематериальные активы			
	Результаты исследований и разработок			
	Нематериальные поисковые активы			
	Материальные поисковые активы			
	Основные средства	977	1507	1158
	Доходные вложения в материальные ценности			
	Финансовые вложения			
	Отложенные налоговые активы			
	Прочие внеоборотные активы			
	Итого по разделу I	977	1507	1159
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
	Запасы	15585	12700	9466
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	15	16	31
	Дебиторская задолженность	11076	10292	13997
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)			
	Денежные средства и денежные эквиваленты	5423	12572	12201
	Прочие оборотные активы			
	Итого по разделу II	32099	35580	35695
	БАЛАНС	33076	37087	36854

		На 31 декабря	На 31 декабря	На 31 декабря
Пояснения 1	Наименование показателя ²	2016 г. ⁵	2015г. ⁴	2014г. ³
	ПАССИВ			
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ⁰			
	Уставный капитал(складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	10	10	10
	Собственные акции, выкупленные у акционеров			
	Переоценка внеоборотных активов			
	Добавочный капитал (без переоценки)			
	Резервный капитал			
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	11 409	8 622	23 466
	Итого по разделу III	11 419	8 632	23 476
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
	Заемные средства			
	Отложенные налоговые обязательства			
	Оценочные обязательства			
	Прочие обязательства			
	Итого по разделу IV			
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
	Заемные средства		78	25
	Кредиторская задолженность	21 657	28 455	13 378
	Доходы будущих периодов			
	Оценочные обязательства			
	Прочие обязательства			
	Итого по разделу V	21 657	28 455	13 378
	БАЛАНС	33 076	37 087	36 854

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Отчет о финансовых результатах ИП Перминов В.О.

Приложение Б.1 – Отчет о финансовых результатах, за период с 01.01.2016 г. по 31.12.2016 г.

Наименование показателя	Код	За отчетный период	За аналогичный период
Выручка	2110	49 987 000	49 150 000
Себестоимость продаж	2120	37 840 000	36 784 000
Валовая прибыль (убыток)	2100	12 147 000	12 336 000
Управленческие расходы	2220	3 707 000	3 847 000
Прибыль (убыток) от продаж	2200	8 440 000	8 519 000
Проценты к получению	2320		
Проценты к уплате	2330		
Прочие доходы	2340	1 421 000	445 000
Прочие расходы	2350	7 414 000	6 978 000
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	2 447 000	1 986 000
Текущий налог на прибыль	2410	513 000	676 000
В т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421		
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430		
Изменение отложенных налоговых активов	2450		
Прочее	2460		
Чистая прибыль (убыток)	2400		
Совокупный финансовый результат периода	2500		
Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	1 934 000	1 310 000

Приложение Б.2 – Отчет о финансовых результатах, за период с 01.01.2015 г. по 31.12.2015 г.

Наименование показателя	Код	За отчетный период	За аналогичный период
Выручка	2110	49 150 000	50 120 000
Себестоимость продаж	2120	36 784 000	36 843 000
Валовая прибыль (убыток)	2100	12 366 000	13 277 000
Коммерческие расходы	2210	3 847 000	3 128 000
Управленческие расходы	2220		
Прибыль (убыток) от продаж	2200	8 319 000	10 149 000
Проценты к получению	2320		
Проценты к уплате	2330		
Прочие доходы	2340	445 000	944 000
Прочие расходы	2350	6 978 000	10 149 000

Наименование показателя	кол	За отчетный период	За аналогичный период
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	1 986 000	4 639 000
Текущий налог на прибыль	2410	676 000	1 001 000
В т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421		
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430		
Изменение отложенных налоговых активов	2450		
Прочее	2460		
Чистая прибыль (убыток)	2400	1 310 000	3 638 000

