Министерство образования и науки Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА
Учебный офис высшей школы бизнеса

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ В ГЭК

Руководитель ООП
канд. экон. наук, доцент
_____ И.П.Каргин
«5» июня 2018 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РФ

по основной образовательной программе подготовки бакалавров
направление – 38.03.01 - Экономика

Меньшакова Евгения Михайловна

Руководитель ВКР
д-р экон. наук, профессор
_____ Л. С. Гринкевич
(подпись)
«4» 06 2018 г.

Консультант
канд. экон. наук, доцент
_____ Л. Л. Лычагина
(подпись)
«4» июня 2018 г.

Автор работы
Студент группы №229156
_____ Е. М. Меньшакова
(подпись)

Томск 2018

Министерство образования и науки Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА
Учебный офис высшей школы бизнеса

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель ООП
канд. экон. наук, доцент
_____И.П.Каргин
«25» 10 2017

ЗАДАНИЕ

по подготовке выпускной квалификационной работы бакалавра
студенту Меньшаковой Евгении Михайловне группы № 229156
фамилия, имя, отчество

1. Тема ВКР Анализ финансового состояния и перспективы развития гостиничного бизнеса в РФ

2. Срок сдачи студентом выпускной квалификационной работы бакалавра
в деканат 04. 06. 2018 г.
в ГЭК 08. 06. 2018 г.

3. Исходные данные к работе 1.Цель ВКР – дать оценку финансового состояния гостиничного предприятия, разработать предложения по его улучшению и выявить перспективы развития гостиничного бизнеса в РФ. 2. Задачи исследования: - выявить место и роль гостиничного бизнеса в системе рыночных отношений; - охарактеризовать современное состояние индустрии гостеприимства в РФ; - рассмотреть цели, задачи, сущность и особенности анализа финансового состояния деятельности предприятий индустрии гостеприимства; - изучить методику анализа и оценки финансового состояния деятельности предприятий гостиничного бизнеса; - провести анализ финансового состояния деятельности ООО «Отель Магистрат»; - выявить современные проблемы развития гостиничного бизнеса в РФ; - разработать мероприятия по улучшению финансового состояния ООО «Отель Магистрат»; - оценить перспективы развития индустрии гостеприимства в РФ.
цель и задачи исследования,
3. Объектом исследования являются учетно-аналитические процессы предприятия гостиничного бизнеса ООО «Отель Магистрат». 4. Предметом исследования являются оценка финансового состояния предприятия и выявление перспектив развития гостиничного бизнеса в РФ. 5. Методологической основой работы послужили методы анализа и синтеза, индукции и дедукции, экономико-статистические и др.
объект и предмет исследования, методы исследования,

4. Краткое содержание работы 1. Теоретические основы анализа финансового
дать перечень основных разделов,
состояния деятельности предприятий гостиничного бизнеса, 2. Анализ финансового состояния деятельности ООО «Отель Магистрат», 3. Современные проблемы развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации.

5. Указать предприятие, организацию по заданию или на примере которого выполняется работа ООО «Отель Магистрат».

6. Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей, рисунков, таблиц) 12 рисунков, 27 таблиц.

7. Дата выдачи задания « 23 » 10 2017г.

Руководитель ВКР
д-р экон. наук, профессор — Должность
подпись
Л. С. Гринкевич — инициалы, фамилия

Консультант
канд. экон. наук, доцент — Должность
подпись
Л. Л. Лычагина — инициалы, фамилия

Задание принял к исполнению 23.10.17
дата, подпись студента

АННОТАЦИЯ

В настоящее время резко возрастает значение оценки эффективности и финансового состояния субъектов хозяйствования, так как в современных экономических условиях деятельность каждого предприятия является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования. Собственники анализируют финансовое состояние предприятия для повышения доходности капитала, обеспечения стабильного положения. Кредиторы и инвесторы изучают финансовые отчеты, чтобы минимизировать свои риски по займам и вкладам, поставщики для своевременного получения платежей, налоговые инспекции для выполнения плана поступлений средств в бюджет. Руководители предприятия проводят анализ с целью изучения эффективного использования финансовых ресурсов, повышения доходности капитала, обеспечения стабильного положения предприятия. Можно сказать, ни одно управленческое решение не может быть принято без экономического обоснования, что усиливает роль оценки финансового состояния в деятельности предприятия.

В первой главе показана роль и место гостиничного бизнеса в системе рыночных отношений, проанализировано современное состояние индустрии гостеприимства в РФ, изложена концепция финансового анализа в современных условиях и методические приемы оценки финансовой устойчивости и платежеспособности организации. Подчеркивается, что эффективность финансового анализа непосредственно зависит от полноты и качества используемой информации. Кроме того, финансовый анализ можно использовать как инструмент обоснования и краткосрочных, и долгосрочных экономических решений, целесообразности инвестиций, как средство оценки мастерства и качества управления, как способ прогнозирования будущих результатов.

Во второй главе представлена общая характеристика предприятия ООО «Отель Магистрат» и основные показатели его хозяйственной деятельности. Проведен анализ финансовых результатов, анализ структуры баланса и оценка финансовой устойчивости и платежеспособности организации.

В третьей главе представлены современные проблемы развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации и выявлены перспективы развития индустрии гостеприимства.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, 3 глав, заключения и списка литературы. Объем работы составляет 86 страниц, в том числе 12 рисунков и 27 таблиц. Список литературы содержит 53 источника.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение 3
1 Теоретические основы анализа финансового состояния деятельности предприятий гостиничного бизнеса 6
1.1 Место и роль гостиничного бизнеса в системе рыночных отношений 6
1.2 Современное состояние индустрии гостеприимства в Российской Федерации 11
1.3 Цели, задачи, сущность и особенности анализа финансового состояния деятельности предприятий индустрии гостеприимства 19
1.4 Методика анализа и оценки финансового состояния деятельности предприятий гостиничного бизнеса 27
2 Анализ финансового состояния деятельности ООО «Отель Магистрат» 43
2.1 Характеристика предприятия и основные показатели его хозяйственной деятельности 43
2.2 Анализ финансовых результатов ООО «Отель Магистрат» 47
2.3 Анализ структуры баланса и оценка финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия 49
3 Современные проблемы развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации 58
3.1 Проблемы развития гостиничного бизнеса в РФ 58
3.2 Разработка мероприятия по улучшению финансового состояния ООО «Отель Магистрат» 60
3.3 Перспективы развития индустрии гостеприимства в Российской Федерации 69
Заключение 75
Список использованных источников и литературы 79
Приложение А Бухгалтерский баланс ООО «Отель Магистрат» 84
Приложение Б Отчет о финансовых результатах ООО «Отель Магистрат» 86

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время резко возрастает значение оценки эффективности и финансового состояния субъектов хозяйствования, так как в современных экономических условиях деятельность каждого предприятия является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования. Собственники анализируют финансовое состояние предприятия для повышения доходности капитала, обеспечения стабильного положения. Кредиторы и инвесторы изучают финансовые отчеты, чтобы минимизировать свои риски по займам и вкладам, поставщики для своевременного получения платежей, налоговые инспекции для выполнения плана поступлений средств в бюджет. Руководители предприятия проводят анализ с целью изучения эффективного использования финансовых ресурсов, повышения доходности капитала, обеспечения стабильного положения предприятия. Можно сказать, ни одно управленческое решение не может быть принято без экономического обоснования, что усиливает роль оценки финансового состояния в деятельности предприятия.

Анализ финансового состояния предприятия осуществляется на основе данных его бухгалтерской отчетности, являющейся совокупностью соответствующих форм (бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, отчет об изменении капитала и отчет о движении денежных средств). Бухгалтерская отчетность выступает в качестве основы для проведения глубокого анализа финансового состояния. Кроме того, бухгалтерская отчетность предприятия является инструментом, который позволяет объективно оценить ключевые показатели имущественного и финансового положения, о финансовых результатах деятельности организации. Это обеспечит привлечение новых бизнес-партнеров, инвесторов и потенциальных кредиторов.

Масштаб гостиничной деятельности в России развит намного меньше, чем за рубежом. Это обуславливается тем, что развитие гостиничного бизнеса в России после распада союза заметно приостановилось, связи, нарабатываемые годами - резко разорвались.

За последние десять лет в России наблюдается значительный рост гостиничного бизнеса. Менеджеры гостиничной индустрии стали интенсивно осваивать науку управления гостиничным бизнесом. В результате этого гостиничный бизнес стал индустрией с миллиардными доходами. За эти годы гостиничный рынок России ежегодно рос на 16-20%.

Гостиничный бизнес в России активнее всего развивается в Сочи, Москве и Санкт-Петербурге. В данных регионах большое внимание развитию гостиничного бизнеса уделяют чиновники, которые способствуют привлечению инвестиций. На сегодняшний день на Москву и Санкт-Петербург приходится 70% оборота отельного бизнеса. Но эксперты

отмечают, в ближайшие годы данная тенденция поменяется из-за строительства большого количества гостиниц на периферии и сноса либо реконструкции больших отелей в Москве.

Для предприятия индустрии гостеприимства проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности является очень важным и необходимым элементом в системе управления предприятием, так как это является основой, на которой строится разработка его экономической стратегии функционирования на рынке. Способность грамотно оценивать результаты анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия индустрии гостеприимства позволит принимать эффективные управленческие решения по минимизации риска и максимизации доходности от финансово-экономической деятельности, а также позволит выявить факторы и резервы для повышения эффективности его функционирования.

Грамотное управление финансово-хозяйственной деятельностью предприятия индустрии гостеприимства позволит укрепить его положение на рынке услуг гостеприимства, повысит конкурентоспособность, увеличит его финансовую устойчивость, что является весьма важным, особенно в условиях нестабильности экономики (экономического кризиса).

Актуальность темы выпускной квалификационной работы обусловлена необходимостью улучшения и постоянной оценки финансового состояния предприятия индустрии гостеприимства для выбора политики финансирования и кредитования, поддержания конкурентоспособности и предотвращения кризисных ситуаций.

Объектом исследования являются учетно-аналитические процессы предприятия гостиничного бизнеса ООО «Отель Магистрат».

Предметом исследования являются оценка финансового состояния предприятия и выявление перспектив развития гостиничного бизнеса в РФ.

Цель выпускной квалификационной работы – дать оценку финансового состояния гостиничного предприятия, разработать предложения по его улучшению и выявить перспективы развития гостиничного бизнеса в РФ. Для достижения поставленных целей были поставлены следующие задачи:

- выявить место и роль гостиничного бизнеса в системе рыночных отношений;

- охарактеризовать современное состояние индустрии гостеприимства в Российской Федерации;

- рассмотреть цели, задачи, сущность и особенности анализа финансового состояния деятельности предприятий индустрии гостеприимства;

- изучить методику анализа и оценки финансового состояния деятельности предприятий гостиничного бизнеса;

- провести анализ финансового состояния деятельности ООО «Отель Магистрат»;

- выявить современные проблемы развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации;

- разработать мероприятия по улучшению финансового состояния ООО «Отель Магистрат»;

- оценить перспективы развития индустрии гостеприимства в Российской Федерации.

Теоретическую базу выпускной квалификационной работы составляют труды российских ученых в области финансового анализа как Г.В. Савицкая, А.Д. Шеремет, И.Т. Абдукаримов, Е.В. Негашев, Д.А. Кувшинов и др.

Информационную базу исследования составляют учебные пособия; законодательные и другие нормативные акты, данные бухгалтерской отчетности ООО «Отель Магистрат»; материалы о методах оценки финансового состояния, опубликованные в периодической и специальной литературе.

Методологической основой работы послужили методы анализа и синтеза, индукции и дедукции, экономико-статистические и др.

Практическая значимость исследования заключается в разработке рекомендаций практического характера, которые могут быть использованы в практике оценке финансового состояния предприятия ООО «Отель Магистрат» с целью улучшения финансового состояния предприятия.

Выпускная квалификационная работа содержит введение, три главы, заключение, список использованных источников.

В первой главе выпускной квалификационной работы рассмотрены теоретические основы анализа финансового состояния деятельности предприятий гостиничного бизнеса. Во второй главе проведена оценка финансового состояния деятельности ООО «Отель Магистрат». В третьей главе рассмотрены современные проблемы и перспективы развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации.

1 Теоретические основы анализа финансового состояния деятельности предприятий гостиничного бизнеса

1.1 Место и роль гостиничного бизнеса в системе рыночных отношений

Гостеприимство – одно из фундаментальных понятий человеческой цивилизации. По мере ее развития оказание гостеприимных услуг людям, оказавшимся по тем или иным причинам вне дома, превращалось в профессию для все большего и большего числа людей, пока не превратилось в подлинную индустрию.

Индустрия гостеприимства – это бизнес, направленный на обеспечение приезжих людей жильем, питанием, а также на организацию их досуга. Индустрия гостеприимства объединяет все родственные отрасли экономики, специализирующиеся на обслуживании путешествующих людей через специализированные предприятия: отели, рестораны, туристические агентства, национальные парки, парки культуры и отдыха и т.д.

Высшей целью деловой активности в сфере индустрии гостеприимства является, прежде всего, удовлетворение нужд клиента, и только потом - повышение доходов предприятия. В условиях жесткой конкуренции, господствующей на рынке гостеприимных услуг, только таким образом можно привлечь и, главное, удержать клиента, а именно это создает основу для подлинного процветания гостиничных предприятий в этих условиях. Индустрия гостеприимства является неотъемлемой частью туристической индустрии и гостиничной индустрии. В рамках гостиничной индустрии развивается гостиничный бизнес[1].

Гостиничный бизнес – предпринимательская деятельность гостиничных предприятий как самостоятельных хозяйствующих субъектов с целью получения прибыли. Гостиничные услуги – комплекс услуг по обеспечению временного проживания в гостинице, включая сопутствующие услуги, перечень которых определяется исполнителем. В качестве объектов гостиничного бизнеса выступают средства размещения. Средства размещения - объекты, предоставляющие туристам (клиентам) эпизодически или регулярно услуги по размещению, проживанию, ночевке на коммерческой основе[2].

Индустрия гостеприимства является одной из наиболее быстро растущих сфер мировой экономики, а также является составным элементом международного туристического бизнеса. В последние десятилетия гостиничный бизнес начал стремительно

[1] Арбузова Н.Ю. Состояние и перспективы развития гостиничного хозяйства Российской Федерации / Н.Ю. Арбузова, О.В. Яшин // Парад гостиниц. – 2016. – № 9. – С.6–7.
[2] Забержинский Б.Э., Карева Н.В. Гостиничная индустрия: ее роль в развитии экономики, основные проблемы и пути их решения // Экономика, предпринимательство и право. – 2016. – Том 6. – № 1. – С. 99-110.

развиваться и становиться более массовым социально-экономическим явлением международного масштаба[3].

Первые гостиничные хозяйства получили свое распространение еще в далекие времена и именовались они тогда постоялыми дворами. Гораздо позже, к началу 19 века, к гостиничным предприятиям примкнули места общепита и различные сервисные узлы (автомойка, заправка и т.д.). К этому времени туризм уже прочно вошел в жизнь людей. В конце XX в. Индустрия гостеприимства достигла своего расцвета. Лидерами в этой области стали США и Европа.

Повышение жизненного уровня населения в цивилизованных странах и экономический подъем в различных отраслях индустрии привело к многократным посещениям деловых людей и туристов из разных регионов мира. С увеличением количества туристов, стремительно развивается инфраструктура туризма и ее главный элемент: гостиничная сфера, которая за века претерпела различные изменения – от семейного владения до участия в международных отельных сетях.

Для развития индустрии гостеприимства важную роль имеет гостиничная цепь - это определенное количество гостиниц или отелей, которые имеют один фирменный знак, название, проводят единую совместную маркетинговую деятельность[4]. Гостиничная цепь продвигает на мировой туристский рынок высокие стандарты обслуживания, способствует поддержке обслуживания туристов, расширению и заметному повышению уровня предоставляемых услуг компанией и создают определенный образ гостиничного сервиса. Известными на весь мир гостиничными цепочками являются «Хилтон», «Холидэй Инн», «Рэдиссон», «Шератон», «Мариотт» и др. Каждой из них присущи свой собственный узнаваемый стиль, логотип, философия[5].

Гостиничная отрасль является одним из наиболее привлекательных секторов экономики для инвестиций в связи с небольшими начальными вложениями капитала, постоянно растущим спросом общества на гостиничные услуги, высоким уровнем рентабельности и средним сроком окупаемости проектов.

Гостиничный бизнес стимулирует развитие смежных отраслей народного хозяйства, в первую очередь строительства и торговли, способствует созданию новых рабочих мест. Установлено, что для обслуживания 10 человек, проживающих в гостинице, необходимо

[3] Виноградова М. В., Панина З. И., Ларионова А. А., Васильева Л. А. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства; Дашков и Ко - Москва, 2018. С. 114.
[4] Скобкин С.С. Стратегия развития предприятия индустрии гостеприимства и туризма. М.: ИНФРА-М, 2016. С. 46.
[5] Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России: Материалы международной научно-практической конференции, 9-10 марта 2017 г./ под ред. С.В. Дусенко, Н.Л. Авиловой; РГУФКСМиТ. – М., 2017. С. 45.

создать дополнительно пять рабочих мест, три из которых связаны непосредственно с оказанием гостиничных услуг, два – косвенно.

Гостиничная индустрия активно влияет на экономику города (региона, страны в целом), в частности на сферы хозяйственной и социальной деятельности. Степень такого влияния и экономическая эффективность оцениваются с помощью математических моделей, основанных на реальных статистических данных выбранного региона. Необходимые данные специалисты получают с помощью маркетинговых групп, например, Discovery Research Group, занимающихся исследованием рынка гостиничных услуг в России. Подобные исследования позволяют определить тенденции развития гостиничного бизнеса, лимитирующие, «проблемные» вопросы, наметить пути их решения.

Как экономическое явление, рассматриваемая отрасль имеет индустриальную форму, выступает в качестве продукта и услуг, которые не могут накапливаться и транспортироваться, перераспределяет национальный доход в пользу стран, специализирующихся в гостиничном бизнесе; совмещается со всеми отраслями народного хозяйства и видами деятельности человека.

Гостиничное хозяйство это одна из главных составляющих сферы туризма, поскольку все места размещения представляют собой основу для формирования каждого туристического продукта для любого вида туризма.

Основными тенденциями развития индустрии гостеприимства являются:

1. Расширение области интересов гостиничного бизнеса в продуктах и услугах.
2. Рост демократизации гостиничной индустрии.
3. Формирование новых типов туризма.
4. Концентрация и глобализация гостиничного бизнеса в виде больших корпораций и гостиничных цепей.
5. Персонификация обслуживания и глубокая концентрация на потребностях и запросах клиентов.
6. Внедрение новейших технологий в деловую стратегию гостиничных предприятий (сеть Интернет для продвижения гостиничных услуг).

Прогноз мировой индустрии гостеприимства на 2017 год таков, что планируется открытие больше двух тысяч новых отелей, крупнейшими по строительству отелей будут две азиатские страны: Китай и Азия, они же были лидерами и в 2016 году[6].

Современную индустрию гостеприимства невозможно представить без информационного обеспечения. Наиболее востребованными информационными системами,

[6] Климовец О.В. Мобильные технологии в международном маркетинге. Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe. 2016. Т. 7. № 4. С. 35-37.

используемыми в гостиницах, являются автоматизированные системы управления отелем. Особенность данных систем заключается в том, что они представляют собой взаимосвязь различных компьютерных программ, применяемых в индустрии гостеприимства. Целью используемых в отельном бизнесе программ является обеспечение бесперебойной работы персонала, оперативное принятие управленческих решений, начиная с процесса бронирования мест и заканчивая получением полного отчета о деятельности гостиничного предприятия за определенный период времени. В настоящее время в мире зарегистрировано четыре современные и многофункциональные системы резервирования в области отельного бизнеса (Global Distribution Systems – GDS): Amadeus, Galileo, Sabre и Worldspan. Отечественные разработки в области информационных технологий для предприятий гостиничной индустрии представлены такими программными продуктами, как «Эдельвейс», «Интеротель» («Interhotel»), «Синимакс: Гостиница» («Cinemax: Hotel»)[7].

Информационные технологии и программное обеспечение, применяемые в различных отелях для служб по работе с гостями, могут значительно отличаться друг от друга, так как на их внутреннюю структуру оказывают влияние особенности функционирования предприятия размещения и питания.

В отечественной индустрии гостеприимства важным является время правления Петра 1 именно в это время появляется курортная застройка, а на рубеже 19-20 веков строительство курортов идет полным ходом. Рыночные реформы 90-х годов не только притормозили развитие, но и оказали негативное воздействие на предприятия гостиничного хозяйства, это выразилось в снижении номерного фонда, а также объемов туризма, в общем, из-за падения доходов населения. В дальнейшем, развитие российского гостиничного бизнеса очень зависело от приглашенных зарубежных экспертов, но кроме зависимости это тесное сотрудничество привело к формированию в России нового понимания гостиничного дела и к этим аспектам можно отнести:

1. Углубление специализации гостиничного предложения.
2. Образование гостиничных цепей.
3. Развитие сети малых предприятий.
4. Появление все большего числа мотелей.
5. Широкое внедрение в гостиничный бизнес компьютерных технологий.
6. Стандартизация гостиничных услуг и классификация средств размещения[8].

[7] Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России: Материалы международной научно-практической конференции, 9-10 марта 2017 г./ под ред. С.В. Дусенко, Н.Л. Авиловой; РГУФКСМиТ. – М., 2017. С. 46.

[8] Щетинина, К.И. Современные тенденции развития туристической отрасли и гостиничного бизнеса / К.И. Щетинина // Маркетинг услуг. – 2016. – № 3(35). – С.234.

В настоящее время для отельного бизнеса настали не лучшие времена, основная причина: санкции со стороны ЕС, из-за которых у зарубежных гостей нет желания посещать Россию. Страна взяла курс на внутренний и въездной туризм. Из-за скачка стоимости валют, посещение достопримечательностей России стало очень выгодным, чем и воспользовался гостиничный сектор страны. А приближающийся Чемпионат мира по футболу в 2018- м году обеспечит новый приток туристов из разных стран. Что даст возможность гостиничной отрасли в целом показать себя в позитивном ключе, а также продемонстрировать рост качества обслуживания в местных отелях. Для этого государством в рамках программно-целевого планирования прорабатываются такие инструменты обеспечения качества туристских продуктов как стандартизация, сертификация и категоризация. Определены основные этапы разработки и внедрения стандарта комфортного размещения туристов: принятие решения о разработке, определение организации-разработчика, разработка рамочного проекта, общественная экспертиза проекта, разработка полного содержания, утверждение стандарта, с выделением ответственных исполнителей на каждом этапе. Важной задачей развития туризма на региональном уровне является предоставление качественных туристских продуктов и услуг, которые отвечают ожиданиям туристов, помогают им определиться с выбором и найти оптимальное соотношение «цена – качество» туристского продукта [9] . Выявлены направления разработки комплекса стандартов региональной системы гостеприимства: информационная доступность туристского продукта, безопасность пребывания туристов, формирование доступной среды комфортного пребывания, комфортное размещение, качественное туристско-экскурсионное обслуживание.

Развитие в России гостиничных цепей происходит не быстрыми темпами. На территории страны присутствуют филиалы известных международных гостиничных цепей, а появление собственных национальных гостиничных цепей началось не так уж и давно. Самыми известными национальными сетями являются «АМАКС», «Интурист», «Азимут», «Гелиопарк»[10]. В России получила распространение также практика создания совместных гостиничных предприятий: «Рэдиссон Славянская», «Балчуг Кемпински Москва», «Новотель Шереметьево», «Шератон Палас Отель», «Rocco Forte».

На сегодня известны три международных отеля, которые строятся в рамках государственной программы подготовки к чемпионату мира по футболу–2018 – это Hyatt

[9] Klimovets O.V. NEW MARKETING TECHNOLOGIES IN INTERNATIONAL BUSINESS. В сборнике: Living Economics: Yesterday, Today, Tomorrow. The International Scientific and Practical Web-Congress of Economists and Jurists. ISAE «Consilium». 2016. С. 25-30.
[10] Сайт Федерального агентства по туризму http://www.russiatourism.ru/

Regency Don-Plaza в Ростове-на-Дону, Hampton by Hilton в Волгограде и Four Points by Sheraton в Саранске.

Обращаясь к анализу развития гостиничной индустрии в Томской области, можно выделить следующие тенденции:

1. Глобализация гостиничной индустрии.
2. Акцентирование на маркетинговой деятельности.
3. Специализация оказываемых услуг.
4. Повышение стандартов качества обслуживания.

Дальнейшее развитие гостиничного хозяйства в Томской области и повышение конкурентоспособности отдельных гостиничных предприятий имеет колоссальное стратегическое значение для экономики страны.

Несмотря на ряд положительных сдвигов в развитии гостиничного хозяйства Томской области остается и ряд нерешенных проблем, например, сравнительно высокая сезонность спроса на гостиничные услуги. Для успешного решения этой проблемы усилий отдельно взятых гостиничных предприятий недостаточно. Здесь необходима поддержка региональных органов власти, например, помощь в проведении маркетинговой деятельности и реализации коммуникационной политики.

В развитии гостиничного хозяйства Томской области помимо увеличения количественных параметров наметилось и повышение показателей качества услуг (рост уровня комфортности), что дает основания прогнозировать повышение загрузки номерного фонда, повышение доходов гостиниц, прирост налоговых поступлений в бюджет области и благоприятное развитие гостиничного сектора в целом.

1.2 Современное состояние индустрии гостеприимства в Российской Федерации

В последние годы в России сфера услуг динамично развивается по всем направлениям, в особенности в сегменте гостиничного сервиса. На его развитие существенное влияние оказывают международные гостиничные компании и операторы, а также тенденции современного международного гостиничного бизнеса. Это во многом связано с крупными событиями мирового масштаба, проводимыми в России: Саммит АТЭС во Владивостоке в 2012 г.; Всемирная летняя Универсиада в Казани в 2013 г.; Зимние Олимпийские игры в Сочи в 2014 г.; Гонки «Формулы-1» в Сочи в 2014 г.; Саммиты ШОС и БРИКС в Уфе в 2015 г.; Чемпионат мира по хоккею в Москве и Санкт-Петербурге в 2016 г.; Чемпионат мира по футболу в России в 2018 г.

На каждую 1000 жителей приходится всего 7 мест в гостиницах (из них в отелях категории 3–5* только 3,9 мест). В европейских столицах этот показатель достигает 30–40 мест.

Гостиничный и ресторанный бизнес составляют 1% ВВП России, что говорит о том, что данная отрасль только начинает набирать обороты в нашей стране.

За период с 2000 – 2017 гг. число официально зарегистрированных средств размещения в России увеличилось более чем в два раза, а число гостиниц – более чем втрое. Особенно стоит обратить внимание на 2017 год, по итогам которого число средств размещения увеличилось почти на треть (+29,2%) или на 4,5 тысячи. Это обусловлено не только открытием новых гостиниц, но и в значительной мере принудительной регистрацией своей деятельности. Число средств размещения по годам представлено на рисунке 1.

Основной прирост за последние 17 лет пришелся на гостиницы (+54%), тогда как объем специализированных средств размещения с 2000 по 2013 падал, заметный рост отмечен только в 2017 году (+26,7% к 2014 году)[11].

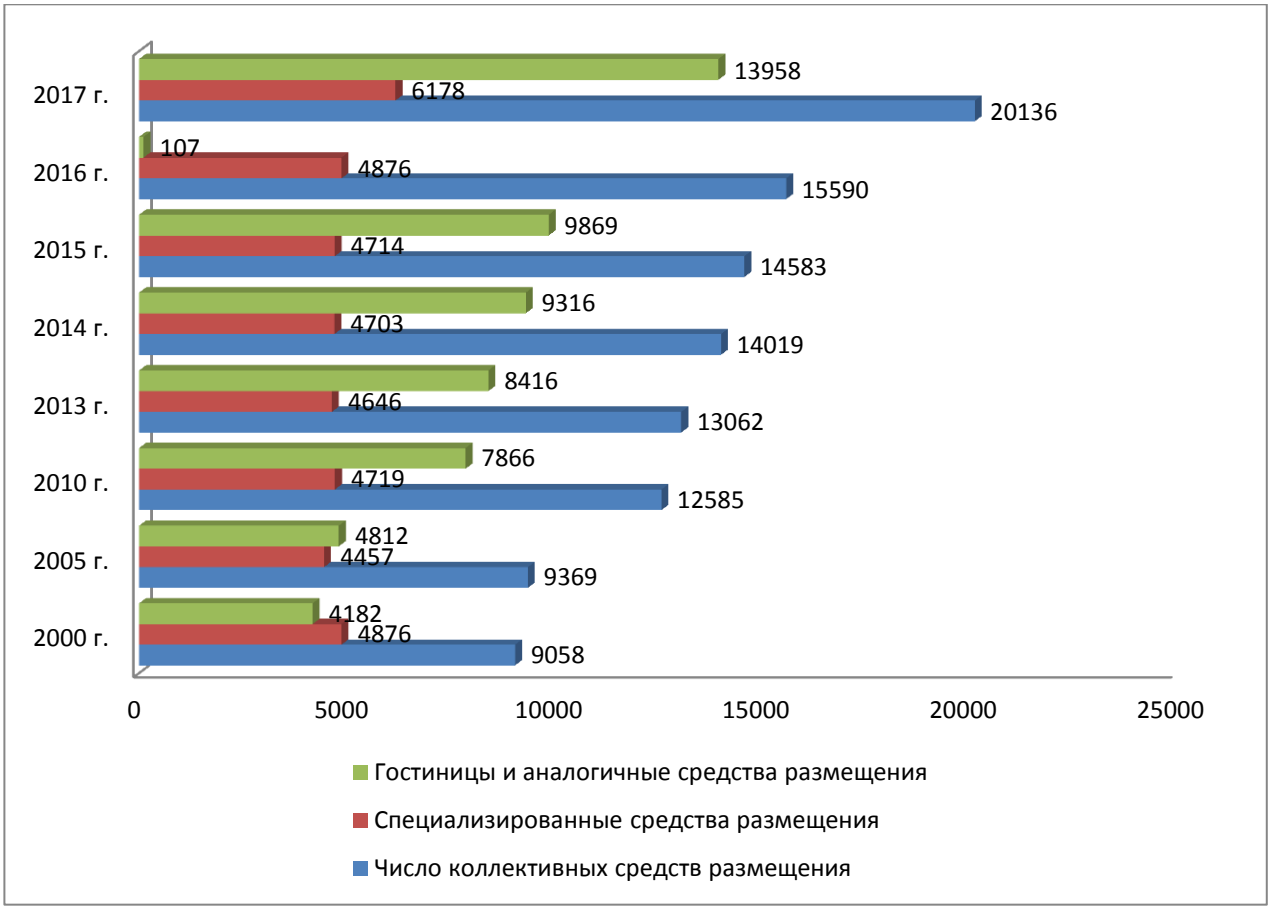


Рисунок 1 – Число средств размещения по годам

[11] Федеральная государственная служба статистики [Электронный ресурс] // http://www.gks.ru/. (дата обращения 15.04.2018 г.)

Специализированные средства размещения: санаторно-курортные организации; дома отдыха; базы отдыха; кемпинги; туристские базы; общественные средства транспорта, используемые как средства размещения (туристские поезда, круизные суда, яхты); наземный и водный транспорт, переоборудованный под средства размещения для ночлега, включая дебаркадеры.

Номерной фонд российских средств размещения за последние 17 лет увеличился на 63%: с 472 тыс. до 771 тыс. номеров. Примечательное, что до 2011 года номерной фонд специализированных средств размещения превышал гостиничный. До 2014 года этот сегмент номерного фонда практически не менялся, прирост (на 12,7%) зафиксирован лишь в 2017 году, что связано, скорее, с реконструкцией старых объектов, чем с запуском новых.

Напротив, номерной фонд гостиниц и других аналогичных средств размещения (мотели, пансионаты) с 2000 года постоянно прирастал, за 17 лет увеличившись почти в 2,5 раза. Динамика изменения номерного фонда (тыс. номеров) отображена на рисунке 2.



Рисунок 2 – Динамика изменения номерного фонда (тыс. номеров)

Динамика изменения числа гостей российских средств размещения прекрасно показывает перемены в социально-экономической сфере. Устойчивый рост числа гостей в 2000 – 2008 гг. (+43,3%), сменился резким спадом в 2009 году (–21% или на 21,8 млн человек)[12]. С 2010 года число гостей вновь начало расти, но на докризисные показатели вернулось лишь к 2013–2014 гг. С 2017 года отмечен резкий скачок этого показателя (+29,2%), что, скорее всего, является следствием выхода отельеров из теневой экономики, нежели заслуга внутреннего туризма.

На рисунке 3 представлены основные цели поездок туристов за 2017 год в процентах.

[12] Федеральная государственная служба статистики [Электронный ресурс] // http://www.gks.ru/. (дата обращения 15.04.2018 г.)

Преобладание туристов с целью отдыха объясняется переориентацией на внутренний туризм. Среди направлений в России, согласно данным компании OnlineTours.ru, лидирует Адлер, показавший значительный прирост своей доли – по итогам 2016 года туда направились 44% туристов. В 2017 году доля Адлера составляла около 35%. Остальные направления отображены на рисунке 4.

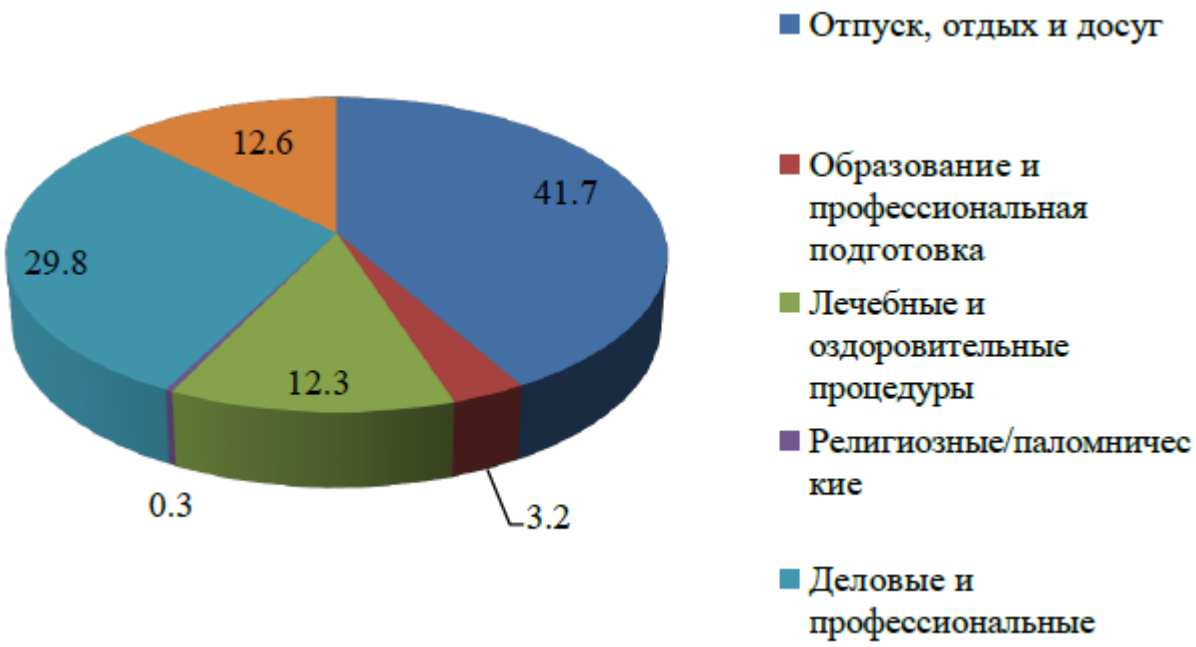


Рисунок 3 – Распределение гостей коллективных средств размещения по целям поездок за 2017 год, в %

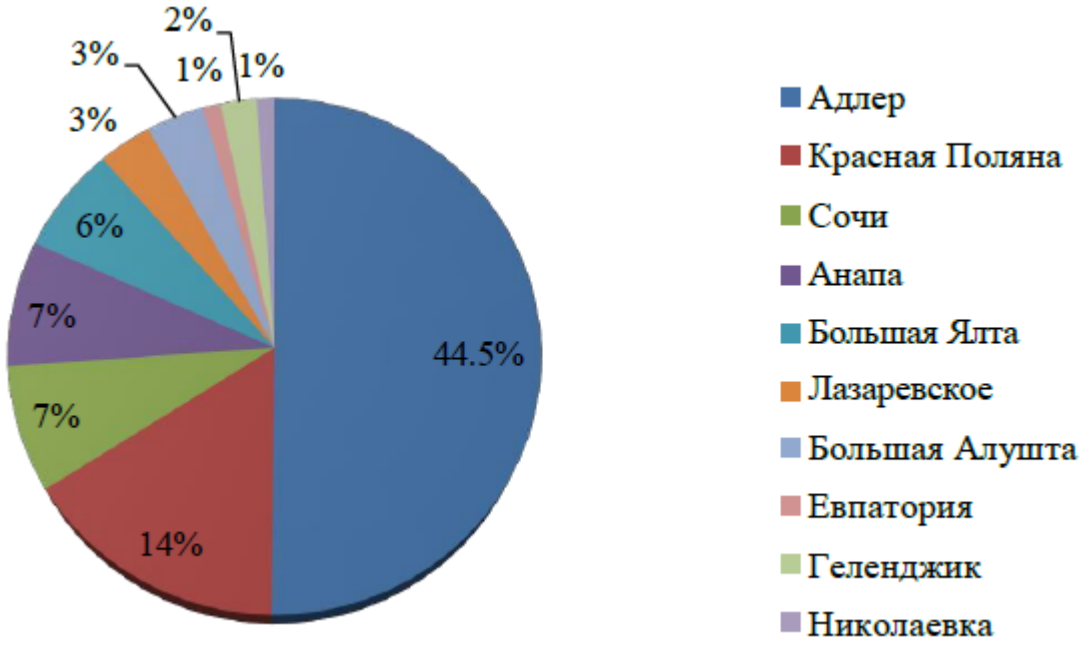


Рисунок 4 – Популярные туристические направления внутри России за 2017 год, в %[13]

[13] Федеральная государственная служба статистики [Электронный ресурс] // http://www.gks.ru/. (дата обращения 15.04.2018 г.)

Тем не менее, бизнес-туризм является важнейшей составляющей гостевого потока. На него приходится порядка одной трети всех гостей по целям поездки.

Развитие гостиничной инфраструктуры в России доказывается не только возрастающим числом туристов, а соответственно и гостиниц, но также и укреплением позиций России в рейтинге конкурентоспособности в сфере туризма. По данным Отчета о конкурентоспособности секторов путешествий и туризма 2017 г. (The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017), Россия по конкурентоспособности туристского сектора экономики в 2017 г. заняла 43-е место рейтинга из 136 стран-участниц, что на 2 позиций выше, чем в 2016 г. Места Российской Федерации за предыдущие года представлены на рисунке 5.

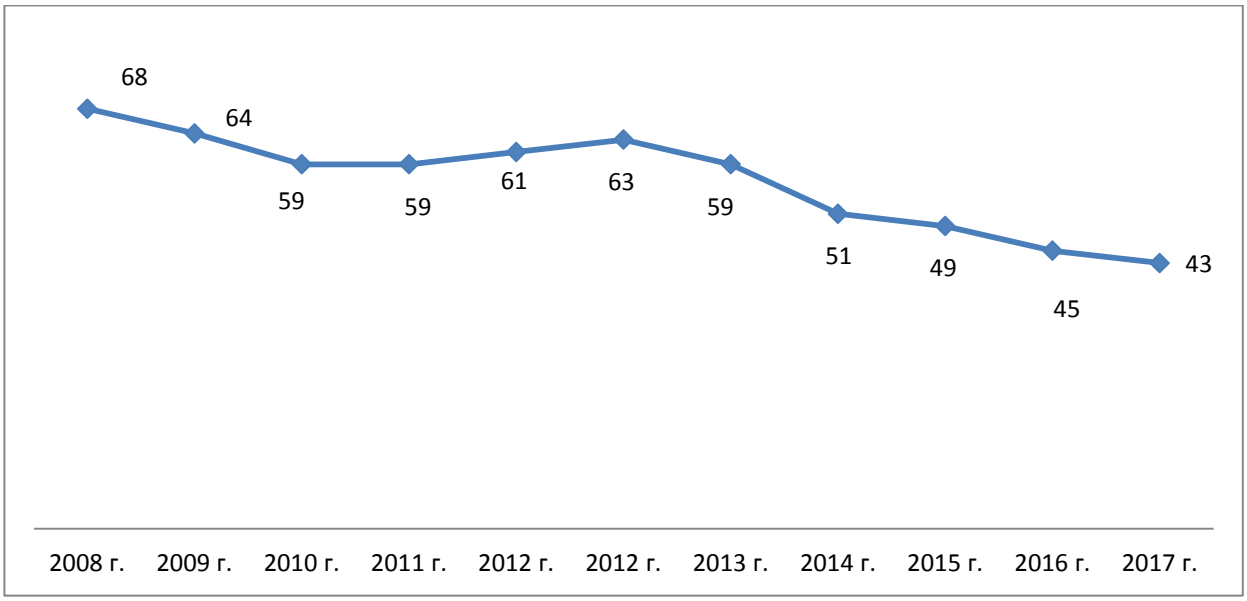


Рисунок 5 – Места РФ в «индексе конкурентоспособности путешествий и туризма» за 2008–2017 годы

В течение последних десяти лет в России наблюдается стремительное развитие гостиничного бизнеса. В крупные города приходят международные гостиничные компании, растет число маленьких частных отелей, реконструируются старые советские гостиницы. Однако количественный рост далеко не всегда сопровождается одновременным повышением качества обслуживания и уровня сервиса[14].

Структура российского гостиничного рынка по регионам выглядит следующим образом: 17% гостиниц насчитывается в Санкт-Петербурге, 38% гостиниц – в Москве и 45% гостиниц – в регионах (рисунок 6).

[14] Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России: Материалы международной научно-практической конференции, 9-10 марта 2017 г./ под ред. С.В. Дусенко, Н.Л. Авиловой; РГУФКСМиТ. – М., 2017. С. 47.

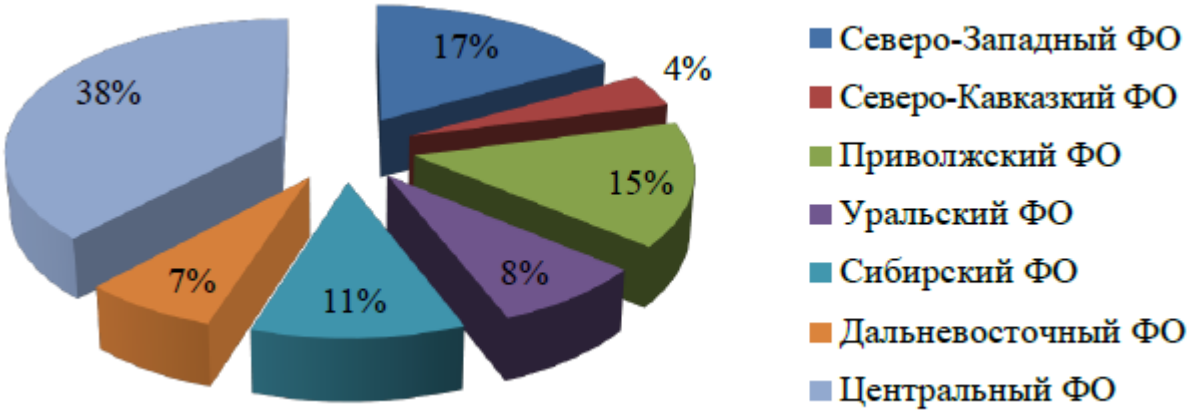


Рисунок 6 – Структура российского гостиничного рынка по регионам, в %

Структура российского гостиничного рынка по типу размещения за 2015 – 2017 года представлена на рисунке 7.

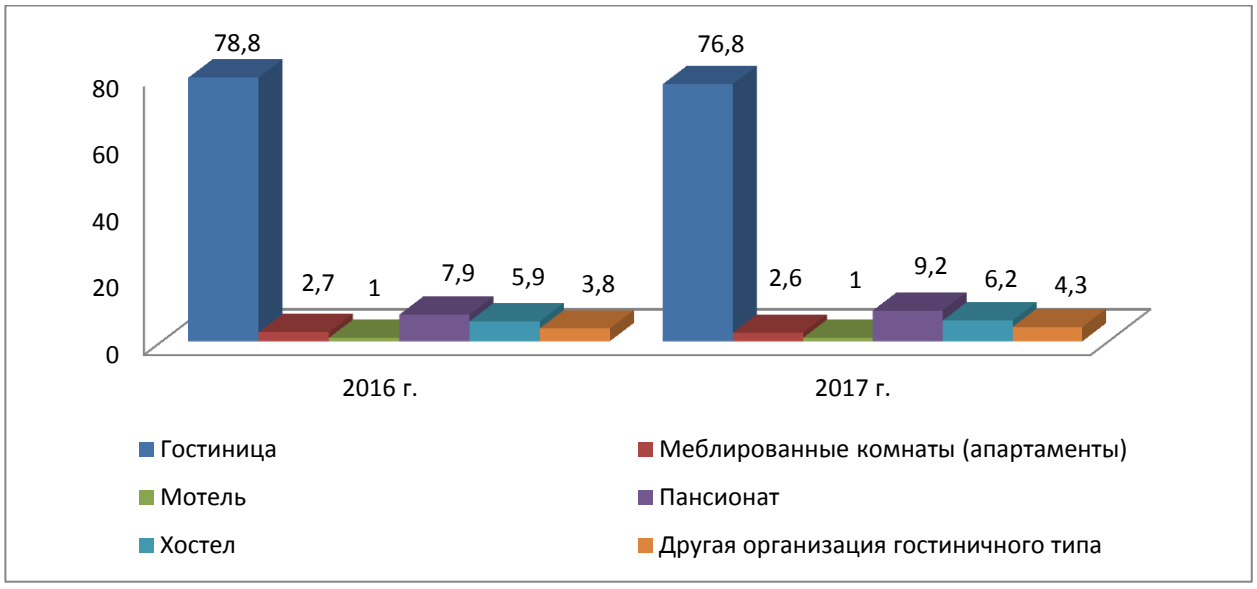


Рисунок 7 – Структура гостиничного рынка России по типу размещения за 2016–2017 гг. (%)[15]

Основную долю занимают гостиницы стандартного типа, в том числе и гостиницы международных операторов, однако наблюдается тенденция увеличения доли хостелов. Хостел – это бюджетный вариант размещения, при котором номер делится на нескольких человек (до 8–12 гостей), предназначенный, прежде всего для индивидуальных путешественников и групп, прибывающих на короткий период времени. Хостелы предполагают совместное пользование гостей общественными зонами. Считаясь изначально дешевым типом размещения, хостелы все больше совершенствуются (как и бюджетные гостиницы сегодня) и зачастую по местоположению выигрывают у других вариантов размещения. Хостел сейчас – это скорее гибридный продукт, сочетающий услуги

[15] Федеральная государственная служба статистики [Электронный ресурс] // http://www.gks.ru/. (дата обращения 15.04.2018 г.)

традиционных отелей с неформальной и дружеской атмосферой. Качество хостелов со временем только растет – разрабатываются новые стили, предполагающие более современные, дизайнерские интерьеры. Поэтому, помимо обычной конкуренции с гостиницами с ограниченным набором услуг, можно заметить также тенденцию к конкуренции хостелов с отелями среднего ценового сегмента.

Также популярность набирают апартаменты или же квартиры внаем. Частные квартиры, как правило, стоят недорого, позволяют окунуться в местную среду и предлагают независимый вариант размещения со всем оснащением, привычным для обычного дома. Такой тип размещения набирает все большую популярность среди путешествующих семей и в случае поездок на длительные сроки. Найти частную квартиру можно через специализированные интернет-платформы, устанавливающие связь между хозяевами квартир и путешественниками, например AirBnB, Flipkey, HomeAway, VRBO, Roomorama и Houstrip[16].

На данный момент существует ряд проблем в гостиничной сфере России: устаревший номерной фонд, 60% от общего номерного фонда было построено более 30 лет назад; нехватка средств размещения категории «3 звезд», для развития не только бизнес-туризма, но и для развития экскурсионного, познавательного туризма и др.; высокие цены на гостиничные услуги; недостаточный уровень подготовки специалистов, работающих в сфере туризма, дефицит специалистов среднего и младшего звена, нежелание выпускников высших учебных заведений работать на начальных позициях в гостиницах (горничные, официанты и так далее); отсутствие полноценной государственной статистической информации о состоянии туристской индустрии в Российской Федерации; невысокие показатели загруженности гостиниц в регионах, чему способствует состояние региональной туристской инфраструктуры, и в первую очередь транспортной; политическая и экономическая нестабильность страны; вопрос классификации гостиниц и иных средств размещения в Российской Федерации[17].

На основе выявленных проблем можно определить ряд тенденций развития гостиничного бизнеса: совершенствование организационно-правовых документов, регламентирующих деятельность гостиничных предприятий, в частности по проведению классификации гостиниц и иных средств размещения; разработка новых туристических и гостиничных продуктов для привлечения потенциальных потребителей Россию; изучение и адаптация международного опыта по профессиональной подготовке и переподготовке

[16] Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России: Материалы международной научно-практической конференции, 9-10 марта 2017 г./ под ред. С.В. Дусенко, Н.Л. Авиловой; РГУФКСМиТ. – М., 2017. С. 51.

[17] Интерактивплюс: Центра Научного Сотрудничества [Электронный ресурс] // https://interactive-plus.ru/ (дата обращения 25.04.2018 г.)

кадров в индустрии гостеприимства в национальную практику; расширение взаимодействия с работодателями по совершенствованию системы профессионального образования в индустрии гостеприимства; формирование методологии оценки инвестиционной привлекательности предприятий с целью привлечения средств инвесторов в туристско-гостиничный бизнес; развитие и использование маркетинговых стратегий; решение проблемы подготовки высококвалифицированных кадров; внедрение прогрессивных технологий обеспечения высокой доходности. Виды инновационных технологий продемонстрированы на рисунке 8.



Рисунок 8 – Инновационные технологии в развитии гостиничного бизнеса

Представленные технологии со временем найдут широкое применение и в российском туристско-гостиничном хозяйстве, поскольку будущее именно за теми предприятиями, владельцы которых не жалеют инвестировать средства в освоение прогрессивных управленческих технологий, являющихся в настоящее время основой успешного развития практически любого бизнеса.

Гостиничный бизнес в РФ год за годом демонстрирует положительную динамику развития: увеличивается число гостиниц, вариантов размещения, в связи, с чем увеличивается и общий номерной фонд. Немаловажным фактором развития гостиничного бизнеса в РФ является увеличение количества внутренних и международных прибытий. В регионах важно создавать инфраструктуру, средства размещения и благоприятные условия для путешественников. Развитие индустрии гостеприимства способствует притоку денежных

средств, повышению привлекательности страны на мировом уровне, оживлению местной культурной жизни и укреплению международных связей.

1.3 Цели, задачи, сущность и особенности анализа финансового состояния деятельности предприятий индустрии гостеприимства

Гостиничный бизнес последнее время все чаще оказывается в очень нестабильной ситуации, потому что конкуренция растет, рынок очень динамично меняется, многие предприятия просто не успевают производить изменения для улучшения эффективности работы, в связи, с чем теряют большой поток клиентов и соответственно прибыль. Именно по этой непростой причине важное место занимает анализ финансовой деятельности предприятия в индустрии гостеприимства.

Усиление конкуренции в процессе перехода к рыночной экономике дает значительное влияние на все сферы жизни общества: экономическую, политическую, правовую, социальную. В число проблем экономического характера все чаще можно отнести проблемы поддержки среднего и малого бизнеса, а особое место занимает сфера услуг и в частности ресторанно-гостиничный бизнес. Для эффективности ее функционирования важная роль отводится к анализу финансовой основы предприятия[18].

Это очень важный пункт в развитии бизнеса ведь благодаря качественному анализу можно выявить именно те составляющие, что могут, как привести к развитию, так и к упадку многих отраслей данной сферы.

В настоящее время индустрия гостеприимства это целый спектр услуг, включающий в себя транспортные услуги, коммуникативные и здравоохранительные мероприятия. Сфера гостеприимства объединяет в себе множество разных групп организаций: гостиницы, хостелы, мотели, отели, базы отдыха, дома отдыха, санатории; развлекательные парки, центры досуга и отдыха; рестораны, кафе, закусочные; транспортные организации и в принципе все, что хоть каким-либо образом касается туристической сферы.

Сам термин «гостеприимство» стремительно развивается во всем мире, и большую долю занимает в России. В данное время в современной экономической ситуации производить анализ очень важно для поддержания занимаемого места на рынке индустрии гостеприимства, именно поэтому данной задачей занимаются сами руководители, либо нанимают организации, которые специализируются на проведении качественных анализов по всем сферам предприятия.

[18] Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса [Электронный ресурс] // http://www.frontdesk.ru/news/ (дата обращения 24.04.2018 г. г.)

Финансовое состояние оценивают, ссылаясь на использование средств предприятия, данные сведения отражены в балансе предприятия. Существует несколько факторов, которые определяют финансовое состояние. Одним из этих факторов является выполнение финансового плана. Вторым считается скорость оборачиваемости активов или оборотных средств, где главным показателем выступает платежеспособность предприятия, а именно способность своевременно погашать кредиты и займы, производить оплату своему персоналу, а также вносить средства в бюджет путем уплаты налогов[19].

Финансовая часть предприятия – это основа основ, от которой зависит вся целостность развития и существования фирмы, поэтому крайне важно обеспечить жизнеспособность в реальных условиях со всеми вытекающими последствиями, а управленческому персоналу необходимо быть экономически грамотными, чтобы оценивать обстановку как на своем предприятии, так и на предприятиях - конкурентах, чтобы не остаться позади.

Индустрия гостеприимства всегда зависит от всего происходящего вокруг: от изменений внешних факторов (экономическая активность, государственная политика, культура, международные отношения, конкуренция, климат, технологические инновации, социальные отношения) которые значительно влияют на деятельность предприятия в стратегическом развитии и, конечно же, все изменения дают свой результат в анализе.

Финансовое состояние определяет потенциал организации в деловом сотрудничестве, на его основе дается оценка степени гарантированности экономических интересов организации и ее партнеров. Оценка финансового состояния предприятия рассматривается как первый этап финансового анализа. Для проведения которого привлекают бухгалтерскую отчетность и необходимые данные внешней информации. При этом вся информация должна быть достоверной и отражать все факты, имевшие место в хозяйственной жизни организации за отчетный период[20].

Рассмотрим понятие «финансовое состояние коммерческой организации» в интерпретации различных авторов.

В рамках финансового подхода финансовое состояние рассматривается как система обеспечения предприятия капиталом. Так, А.Д. Шеремет, А.Ф. Ионова отмечают, что «финансовое состояние коммерческой организации характеризуется размещением и использованием средств (активов) и источниками их формирования (собственного капитала и обязательств, т.е. пассивов). Основными факторами, определяющими финансовое

[19] Абрютина М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / М.С. Абрютина, А.В. Грачев. - М.: Дело и сервис; Издание 3-е, перераб. и доп., 2017. С.41.
[20] Косолапова М.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник / М.В. Косолапова, В.А. Свободин. - М.: Дашков и К, 2016. С.36.

состояние, являются, во-первых, выполнение финансового плана и пополнение по мере возникновения потребности собственного оборотного капитала за счет прибыли и, во-вторых, скорость оборачиваемости оборотных средств (активов). Сигнальным показателем, в котором проявляется финансовое состояние, выступает платежеспособность организации»[21].

Недосекин С.В., Иванов М.А. понимают под финансовым состоянием предприятия «способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее ее постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска»[22].

Финансовое состояние, по мнению Грищенко О.В. «это способность предприятия финансировать свою деятельность»[23]. Оно характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования предприятия, целесообразностью их размещения и эффективностью использования, финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами, платежеспособностью и финансовой устойчивостью.

В рамках ресурсного подхода можно выделить следующие определения. Колчина Н.В. считает, что «финансовое состояние характеризуется совокупностью показателей, отражающих процесс формирования и использования его финансовых средств. В рыночной экономике финансовое состояние организации отражает конечные результаты ее деятельности»[24].

Борисов А.Б. определяет финансовое состояние как «уровень обеспечения экономического субъекта денежными средствами для осуществления хозяйственной деятельности, поддержания нормального режима работы и своевременного проведения расчетов»[25].

По мнению Евстигнеевой О.А. «финансовое состояние – это уровень финансового обеспечения ресурсами коммерческой организации и их источниками»[26].

---

[21] Шеремет А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / А.Д. Шеремет. 2-е изд., доп. М.: ИНФРА-М, 2017. С. 229.

[22] Недосекин С.В Финансовое состояние предприятия: сущность и организация в современных условиях: электронный журнал / С.В Недосекин, М.А. Иванов // Вестник РГАЗУ. 2011. № 1. [Электронный ресурс] - URL: http://www.rgazu.ru/ (Дата обращения 20.04.2018 г.).

[23] Грищенко О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, [Электронное пособие] – URL: http://www.aup.ru/ (Дата обращения 15.04.2018 г.).

[24] Финансы организаций (предприятий): учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, специальности «Финансы и кредит» / [Н. В. Колчина и др.]; под ред. Н. В. Колчиной. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИДАНА, 2018. С. 246.

[25] Борисов А.Б. Большой экономический словарь. изд. 6-е, перераб. и доп. М.: Книжный мир, 2018. С. 785.

[26] Евстигнеева О.А. Содержание понятия финансовое состояние коммерческой организации // Вектор науки ТГУ. 2016. № 2 (28). С.102.

Отношенческий подход рассматривает финансовое состояние как систему экономических отношений, обусловленных кругооборотом капитала. Например, Савицкая Г.В. дает следующее определение «финансовое состояние организации – это система показателей, отражающих состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования финансировать свою деятельность на фиксированный момент времени»[27].

Гужвина Н.С., Охрименко А.А. рассматривают финансовое состояние предприятия как «экономическую категорию, отражающую состояние капитала в процессе его кругооборота, и способность субъекта хозяйствования к развитию на фиксированный момент времени. С помощью анализа финансового состояния обосновывается целесообразность осуществления конкретных хозяйственных, инвестиционных и финансовых решений, устанавливается степень их соответствия целям развития предприятия»[28].

В современной экономической литературе появился комплексный подход, в рамках которого происходит синтез рассмотренных выше подходов. Зайцева С.С. считает, что «финансовое состояние – это комплексное понятие, отражающее результат взаимодействия всех элементов экономических отношений, в которых участвует предприятие в процессе его деятельности»[29].

Файзуллина А.А. утверждает, что «финансовое состояние предприятий – это сложная, интегрированная по многим показателям характеристика качества их деятельности. Финансовое состояние предприятий можно определить как меру обеспеченности предприятий необходимыми финансовыми ресурсами и степень рациональности их размещения для осуществления эффективной хозяйственной деятельности и своевременных денежных расчетов по своим обязательствам»[30].

Демко И.И. дает следующее определение: «финансовое состояние предприятий – это сложная экономическая категория, отражающая качественную сторону деятельности, определяет реальную и потенциальную способность обеспечивать финансирование операционной, инвестиционной и финансовой деятельности, соответствующий уровень саморазвития предприятий, достижения ими краткосрочных и стратегических целей и своевременность денежных расчетов по своим обязательствам. Количественно он измеряется

[27] Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Г.В. Савицкая. 8-е изд., перераб. и доп. М.: НИЦ Инфра-М, 2018. С. 536.
[28] Гужвина Н. С., Охрименко А. А. Анализ финансового состояния как экономическая категория // Актуальные вопросы экономических наук. 2016. № 22-2. С.130.
[29] Зайцева С.С. Управленческая диагностика финансового состояния предприятия // Бизнес в законе. 2016. № 2. С.326.
[30] Файзуллина А.А. Исследование подходов комплексной оценки финансового состояния предприятия // Молодой ученый. 2016. № 1. С.537-540.

системой показателей, на основании которых осуществляется оценка финансового состояния»[31].

Подходы исследователей к понятию «финансовое состояние» систематизированы и представлены в таблице 1.

Проведя анализ различных подходов к определению финансового состояния можно сделать вывод, что финансовое состояние характеризует кругооборот капитала предприятия, эффективность управления финансовыми и реальными активами, способность предприятия привлекать необходимые финансовые ресурсы, выражающееся в системе показателей.

Таблица 1 – Классификация трактовок категории «финансовое состояние»

Подход	Авторы	Содержание подхода
Отношенческий подход	Г.В. Савицкая, Н.С. Гужвина	Рассматривает финансовое состояние как систему экономических отношений, возникающих в процессе кругооборота капитала
Комплексный подход	С.С. Зайцева, А.А. Файзуллина, И.И. Демко	Рассматривает финансовое состояние как комплексную экономическую категорию
Ресурсный подход	Н.В. Колчина, А.Б. Борисов, О.А. Евстигнеева	Рассматривает финансовое состояние как систему обеспечения предприятия капиталом
Финансовый подход	А.Д. Шеремет, А.Ф. Ионова, О.В. Гришенко, С.В. Недосекин, М.А. Иванов	Рассматривает финансовое состояние как соотношение источников финансирования и их использования

Главная цель анализа финансового состояния – своевременно выявить и устранить недостатки в финансовой деятельности и найти резервы улучшения финансового состояния предприятия и его платежеспособности.

Содержание и основная целевая установка финансового анализа – оценка финансового состояния и выявление возможности повышения эффективности функционирования хозяйствующего субъекта с помощью рациональной финансовой политики[32].

Анализ финансового состояния предприятия направлен на повышение эффективности его работы на основе системного изучения деятельности и обобщения ее результатов.

Задачами анализа финансового состояния предприятия являются:

1. Идентификация реального состояния анализируемого объекта.

2. Исследование состава и свойств объекта, его сравнение с базовыми характеристиками и нормативными величинами.

3. Выявление изменений состояния объектов в пространственно-временном разрезе.

[31] Демко И.И. Сравнение отечественного и зарубежного опыта анализа финансового состояния компаний // Экономика и банки. 2018. - № 2. - С.22.

[32] Финансовый анализ. Управление финансами [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для вузов. 6-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. С. 281.

4. Установление основных факторов, вызывающих изменения состояния объекта, и учет их влияния.

5. Прогноз основных тенденций[33].

Финансовый анализ может быть как внешним, так и внутренним. Внешний финансовый анализ проводится с целью выявления перспективы дальнейшей деятельности. Внутренний финансовый анализ направлен на выявление резервов и разработку мероприятий по повышению доходности и наращиванию собственного капитала, укреплению финансового состояния предприятия и сокращению финансовых рисков.

Таким образом, анализ содействует развитию инновационной деятельности предприятия, направленной на использование научно-технических достижений, поиску новых ресурсов, что повышает конкурентоспособность.

Анализ финансового состояния предприятия является важным элементом в системе управления предприятием, с помощью которого определяется сущность хозяйственных процессов, оценивается финансовая ситуация, выявляются резервы производства и разрабатываются мероприятия по их использованию, принимаются научно обоснованные планы и управленческие решения[34].

Как метод познания анализ финансового состояния предприятия осуществляется в определенной последовательности: установление цели и задачи анализа, составление плана аналитической работы, конкретной программы анализа, в которой уточняются: сроки проведения анализа, материалы, по которым проводится анализ, порядок проведения анализа и обобщения его результатов, исполнители (плановый отдел, бухгалтерия и др.), календарные сроки выполнения работ.

Таким образом, под анализом понимается способ познания предметов и явлений окружающей среды, который основан на расчленении целого на составные части и изучение всех их связей и зависимостей.

Анализ финансового состояния предприятия показывает, по каким конкретным направлениям надо вести работу по улучшению финансового положения предприятия. Целью анализа является результат по установлению и оценке финансовой стороны предприятия, а также для выявления сторон, на которые следует направить силы и средства для их поддержания и улучшения.

Оценка финансовой основы предприятия дает возможность оценить такие аспекты как:

---

[33] Бердникова Л. Ф., Альдебенева С. П. Финансовый анализ: понятие и основные методы // Молодой ученый. – 2016. – №1. – С. 330–338.

[34] Турманидзе Т. У. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Т.У. Турманидзе. - М.: Экономика, 2017. С.83.

– состояние предприятия и имущественный характер;

– степень риска предпринимательской стороны;

– финансовую сторону инвестиционных проектов по факту и на будущее;

– дополнительные источники финансирования и их возможности;

– возможности накопления капитала;

– возможность привлечение средств из внешней среды;

– эффективность в распределении прибыли[35].

Основу анализа финансового состояния составляет бухгалтерская отчетность, которая является единой для организаций всех отраслей и форм собственности.

По результатам оценки можно выявить слабые места, которые требуют особого внимания. Анализ финансово-хозяйственной деятельности в современных условиях стал главным решающим фактором по выбору потенциальных партнеров, таким образом, это, так или иначе, является проверкой на надежность фирмы.

Существует ряд факторов, которые являются проблемами в формировании анализа финансовой отчетности в индустрии гостеприимства:

– за всю историю предпринимательства всегда были такие проблемы как постоянные усовершенствования и изменения в законодательстве, высокая процентная ставка по кредитам и займам, отсутствие страховки на случай риска фирмы;

– с экономической стороны сильно на туристическую индустрию повлиял кризис 2009 года, за это время в России загрузка отелей упала почти на 23% в сравнении с 2008 годом, затем был подъем, а сейчас в настоящее время кризис 2014 года повлиял иначе на индустрию гостеприимства, граждане РФ стали больше отдыхать в стране, за счет этого наполняемость гостиниц на территории нашего государства стала значительно возрастать;

– следующим фактором является несовершенство законодательной базы из-за постоянных внедрений новшеств и внесения корректировок влечет постоянное изменение правил внутри предприятий;

– если говорить о налоговой части, то здесь тоже существенные недоработки, и регулярные и систематические изменения, усовершенствования, которые вносят свои коррективы в жизнь предприятий;

– существует такая проблема как обеспечение безопасности предприятия, а точнее плохая защищенность прав и возможность отстоять свои права или оказать противодействие на основе законодательства. Конечно, в настоящее время законодательная база улучшается, но в то же время ограничивает действия;

[35] Бобошко Н.М. Финансово-экономический анализ: Учебное пособие / Н.М. Бобошко и др. - М.: ЮНИТИ, 2016. С.21.

– при открытии нового предприятия, или просто инвестиционных проектов появляется новая проблема как достаточно длительный процесс окупаемости вложенных средств. В индустрии гостиничного бизнеса, в среднем это длится от 5 до 10 лет;

– сложность в получении земельного участка, так как это очень длительный процесс требующий инвестирования прочих затрат на оформление документации;

– сейчас получение дополнительных средств путем займа влечет за собой очень тяжелые последствия, такие как недостаток (ограниченность) и дороговизна процентных ставок;

– несмотря на высокий уровень образования все также происходит постоянная нехватка квалифицированных специалистов, в связи с этим происходит постоянная перестановка кадров и прочие изменения;

– огромное количество конкурентов влияют на развитие гостеприимства как в положительную сторону для гостей, так и в отрицательную из-за неравномерного распределения гостиничного фонда так, как все стараются выбирать для открытия бизнеса крупные города и мегалополисы, тем самым создавая себе некоторые препятствия при капиталовложениях и окупаемости проектов.

В настоящее время, когда экономика [36]преподносит все больше сюрпризов, главным в развитии туриндустрии нашей страны у предпринимателей является конкуренция за право быть наравне с зарубежными сетями. В большей степени в вопросе конкурентоспособности играет роль проблематичности получения заемных средств, так как большая часть банков отдает предпочтение крупным фирмам, которые уже доказали свою финансовую способность. Поэтому банки в свою очередь запрашивают анализ финансовой деятельности предприятия, в которой просматривают кредитную историю, а также платежеспособность предприятия. Именно поэтому предприятие должно уметь быстро реагировать на все изменения вокруг, чтобы сохранить свою жизнеспособность и продолжить развиваться, поддерживая свою финансовую сторону и поддерживая конкурентоспособность на динамичном уровне.

Существуют признаки, по которым можно проследить спад в определенных частях индустрии еще на корне, чтобы предотвратить данную проблему. В этом как раз таки помогает регулярное проведение анализа финансовой среды предприятия.

– если затраты на производство увеличиваются не принося при этом должной прибыли, окупаемости затрат, то это признак того что здесь уже находится финансовая нестабильность;

[36] Любушин Н.П. Экономический анализ: Учеб. Пособие / Н.П. Любушин. - М.: ЮНИТИ, 2016. С. 49.

– если затрат больше чем прибыли, и расходы являются необоснованными, то следует еще раз оценить те проекты, в которых участвует организация;

– после проведения анализа всегда подводятся итоги по ключевым показателям деятельности фирмы, а именно: загрузка номерного фонда, рентабельность, средний чек на номер, учет чистой прибыли. Эти показатели играют главную роль в существования фирмы.

Все чаще предприятия оказываются в состоянии антикризисной программы. Антикризисное управление в данное время очень актуально для любого предприятия. Здесь существует определенный алгоритм, основой является анализ финансовой деятельности предприятия. В результате выявляются сильные и слабые стороны предприятия, а точнее выделяются те стороны, на которые следует сделать упор для поддержания и улучшения общих показателей. После этого производится разработка стратегического планирования развития предприятия. Создается определенный контроль за показателями, чтобы не было отклонений в финансово-хозяйственной деятельности. Следующей ступенью является повышение квалификации персонала, и усовершенствования управленческого аппарата.

В проведении анализа финансовой деятельности на предприятиях индустрии гостеприимства всегда существовали проблемы это связано с внешними факторами, именно по этой причине с туриндустрии следует быть более гибкими и готовыми к динамичным изменениям в экономике, которая играет главную роль в турбизнесе в целом.

Таким образом, различные аспекты анализа находят свое отражение в трудах многих, как отечественных, так и зарубежных исследователей. Несмотря на это, практика вносит свои коррективы, и каждый ученый имеет возможность дополнить аналитическую проблематику в целом. Анализ финансового состояния предприятия гостиничного бизнеса выступает необходимым условием эффективного управления и руководства предприятием, предпосылка обоснованного планирования финансовых ресурсов. Это обусловлено тем, что дальнейшие перспективы развития любого предприятия, в том числе, гостиничного бизнеса во многом определяются тем, насколько оно стабильно, платежеспособно и прибыльно. Именно финансовое состояние определяет потенциал предприятий гостиничного бизнеса в деловом сотрудничестве, на его основе дается оценка степени гарантированности экономических интересов организации и ее партнеров.

1.4 Методика анализа и оценки финансового состояния деятельности предприятий гостиничного бизнеса

В анализе применяют различные методики для определения финансово-хозяйственного состояния предприятий гостиничного бизнеса. Однако ключевые принципы

и последовательность процедуры анализа являются идентичными и имеют незначительные отличия. Методика анализа представляет собой совокупность аналитических процедур используемых для определения состояния его финансово-хозяйственной деятельности.

Главной целью анализа финансового состояния предприятия гостиничного бизнеса является выявление тенденций развития фирмы, на основе которых принимаются меры для устранения недостатков в финансово-хозяйственной деятельности организации. При этом необходимо уделять особое внимание для поиска резервов улучшения его платежеспособности и финансовой устойчивости.

Существует множество классификаций методов и приемов экономического анализа, в основе которых лежат различные признаки. Чаще всего в научной литературе встречается методика деления методов и приемов по степени их формализованности, т.е. по возможности описать их с помощью определенных процедур (прежде всего математических). Анализ финансового состояния организации осуществляется при помощи различных методов и приемов. Существуют разные классификации методов финансового анализа. В практике финансового анализа выработаны следующие методики анализа финансовой отчетности:

1. Горизонтальный анализ предполагает сравнение каждой позиции финансовой отчетности с предыдущим периодом для определения динамики показателей, отраженных в отчетности, а также анализ динамики структуры показателей.

2. Вертикальный (структурный) анализ – это установление структуры финансовых показателей и определение влияния каждой статьи финансовой отчетности на итоговые показатели деятельности организации, отраженные в формах бухгалтерской финансовой отчетности.

3. Трендовый анализ проводится путем сравнения каждого элемента отчетности с рядом предшествующих периодов с последующим определением основной тенденции динамики показателей.

4. Сравнительный анализ делится на внутрихозяйственный (сравнение основных показателей организации, дочерних организации и структурных подразделений) и межотраслевой (сравнение показателей организации с показателями конкурентов и со среднеотраслевыми показателями).

5. Факторный анализ предполагает анализ влияния отдельных факторов (статей отчетности) на исследуемый результативный показатель[37].

Методика анализа финансового состояния предприятия гостиничного бизнеса включает в себя графический, табличный и коэффициентный способы.

[37] Вакулина М.А. Анализ теоретических подходов к трактовке сущности понятия «финансовая устойчивость предприятия» // [Электронный ресурс] – http:// iupr.ru (дата обращения: 04.04.2018 г.).

Графический способ финансового анализа позволяет оценить финансовое состояние как предприятия гостиничного бизнеса в целом, так и отдельных объектов финансового анализа.

Табличный способ предполагает составление сравнительных таблиц с выявлением абсолютного и относительного (в процентах) отклонения по основным показателям отчетности, исчисление относительных отклонений показателей в процентах по отношению к балансовому году за несколько лет.

Коэффициентный способ финансовые пропорции между различными статьями бухгалтерской финансовой отчетности. Достоинством данного способа анализа финансового состояния являются простота расчетов и оценки. Коэффициентный способ предполагает расчет относительных показателей, которые можно сравнивать с: общепринятыми «нормами» для оценки степени риска и прогнозирования возможности банкротства; аналогичными данными других предприятий, что позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятия и его возможности; аналогичными данными за предыдущие годы для изучения тенденции улучшения или ухудшения финансового состояния предприятия.

Прибыль – это абсолютный показатель, отражающий чистый доход предприятия гостиничного бизнеса от реализации гостиничных услуг в качестве вознаграждения за вложенный капитал и риск, а рентабельность – относительный показатель, характеризующий уровень доходности и эффективности использования того или иного ресурса. Показатели прибыли и их характеристика отражены в таблице 2.

Комплексную характеристику эффективности финансово–хозяйственной деятельности дополняют показателями финансовой устойчивости, платежеспособности, окупаемости и нормой безубыточности.

Таблица 2 – Абсолютные показатели эффективности деятельности предприятия[38]

Показатели	Расчет	Экономическая интерпретация
Валовая прибыль	Выручка от реализации гостиничных услуг - НДС и акцизы-себестоимость	показывает эффективность производственных подразделений
Прибыль от продаж	Валовая прибыль - коммерческие и управленческие расходы	показывает эффективность основной деятельности
Балансовая прибыль	Прибыль от продаж+доходы -расходы	показатель эффективности всей деятельности
Чистая прибыль	Балансовая прибыль±отложенные налоговые активы±отложенные налоговые обязательства- текущий налог на прибыль	используется на цели организации

[38] Прыкина Л.В. Экономический анализ предприятия: Учебник для бакалавров / Л.В. Прыкина. - М.: Дашков и К, 2016. С. 170.

Оценка ликвидности баланса заключается в сравнении средств по активу, сгруппированных по степени ликвидности и расположенных в порядке убывания с обязательствами по пассиву, объединенными по срокам их погашения в порядке возрастания сроков (таблица 3). Баланс считается ликвидным, если соблюдаются следующие условия: А1≥П1; А2≥П2; А3≥П3; А4 ≤ П4

Таблица 3 – Показатели для построения баланса ликвидности

Активы	Пассивы
1. Текущие: Денежные средства Краткосрочны финансовые вложения	1. Срочные обязательства: Кредиторская задолженность Ссуды
2. Быстрореализуемые: Готовая продукция Краткосрочная дебиторская задолженность	2. Краткосрочные : Краткосрочные займы и кредиты Займы, подлежащие погашению в течение12 месяцев после отчетной даты
3.Медленнореализуемые: Дебиторская задолженность свыше 12 мес Производственные запасы Незавершенное производство Расходы будущих периодов	3. Долгосрочные : Долгосрочные кредиты и займы «Капиталы и резервы» Доходы будущих периодов
4. Труднореализуемые: Внеоборотные активы	4. Постоянные: Собственный капитал

Анализ ликвидности проводится путем поэтапного сопоставления отдельных групп активов с краткосрочными пассивами и позволяет выявить степень обеспеченности текущих обязательств средствами (таблица 4).

Таблица 4 – Показатели ликвидности

Показатель	Назначение	Нормативное значение
Коэффициент абсолютной ликвидности (Кла) Отношение высоколиквидных активов к краткосрочным обязательствам.	Показывает, какую часть краткосрочной задолженности предприятие может погасить в ближайшее время	Кал > 0.2-0.5.
Коэффициент текущей ликвидности (Клт) Отношение текущих активов к краткосрочным обязательствам.	Характеризует запас прочности, возникающей вследствие превышения ликвидности имущества над имеющимися обязательствами	1≤Клт≤2
Коэффициент быстрой ликвидности (Клб) Отношение ликвидных активов к краткосрочным обязательствам.	Характеризует способность предприятия покрыть краткосрочный долг.	Кбл > 0,7-1.
Общий коэффициент покрытия Отношение собственного капитала и долгосрочных обязательств к общей сумме капитала.	показывает способность компании погашать текущие обязательства за счет только оборотных активов	1,5 – 2,5

Оценка показателей ликвидности предприятия гостиничного бизнеса осуществляется сравнением с аналогичными показателями прошлых лет и нормативами, что позволяет своевременно принять соответствующие решения.

Для оценки платежеспособности и ликвидности используют следующие приемы: анализ ликвидности баланса, расчет и анализ коэффициентов ликвидности и платежеспособности, анализ движения денежных средств.

Платежеспособность предприятия гостиничного бизнеса определяется его возможностью и способностью своевременно и полностью выполнять платежные обязательства, вытекающие из торговых, кредитных и иных операций денежного характера.

Анализ платежеспособности позволяет не только оценить текущее финансовое состояние предприятия, его кредитоспособность, но и выявить первые признаки финансового кризиса (таблица 5), так как именно неспособность выполнять свои текущие денежные обязательства является первым признаком банкротства.

Оценка платежеспособности по балансу осуществляется на основе характеристики ликвидности оборотных активов, которая определяется временем, необходимым для превращения их в денежную наличность.

Таблица 5 – Показатели платежеспособности[39]

Показатель	Назначение	Нормативное значение
Коэффициент платежеспособности	Характеризует долю средств, вложенных собственниками предприятия в его имущество, определяет степень независимости от кредиторов	Оптимальные значения коэффициента платежеспособности находятся в интервале 0,5 – 0,7.
Коэффициент восстановления платежеспособности	Показывает возможность восстановления нормальной текущей ликвидности предприятия в течение 6 месяцев после отчетной даты	Квос пл > 1, свидетельствует о наличии реальной возможности у предприятия восстановить свою платежеспособность
Коэффициент утраты платежеспособности	Показывает вероятность ухудшения показателя текущей ликвидности предприятия в течение 3 месяцев после отчетной даты	Если К ут пл < 1, есть реальная угроза для предприятия утратить платежеспособность

Зарубежные экономисты считают, что из трех показателей платежеспособности самым информативным является промежуточный коэффициент покрытия (коэффициент критической ликвидности – в России). Данный коэффициент показывает, сколько раз ликвидные активы покрывают текущие обязательства, причем его числитель согласно

[39] Румянцева Е.Е. Экономический анализ: Учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.Е. Румянцева. - Люберцы: Юрайт, 2016. С. 56.

зарубежным методикам можно строить в зависимости от ожидаемой ликвидности активов предприятия[40].

Однако в России сомнительную дебиторскую задолженность (не просроченную) нельзя отнести на убытки, что практикуется за рубежом, поэтому этот показатель не будет достаточно объективным.

В 50-60-е годы на Западе банки обращали внимание на первый коэффициент покрытия (общей или текущей ликвидности) и считали, что он должен быть больше двух. Но научные исследования доказали несостоятельность этого коэффициента.

Если текущая платежеспособность – это внешнее проявление финансового состояния предприятия гостиничного бизнеса, то финансовая устойчивость – внутренняя сторона, обеспечивающая стабильную платежеспособность в длительной перспективе, в основе которой лежит сбалансированность активов и пассивов, доходов и расходов, положительных и отрицательных денежных потоков. Поддержание постоянного уровня платежеспособности возможно в условиях стабильного финансового состояния, залогом которого служит его финансовая устойчивость.

Финансовая устойчивость предприятия – это способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его платежеспособность и инвестиционную привлекательность в долгосрочной перспективе в границах допустимого уровня риска.

Устойчивое финансовое состояние достигается при достаточности собственного капитала, хорошем качестве активов, достаточном уровне рентабельности с учетом операционного и финансового риска, достаточности ликвидности, стабильных доходах и широких возможностях привлечения заемных средств.

Анализ финансовой устойчивости заключается в оценке способности предприятия гостиничного бизнеса выполнять свои обязательства. Для обеспечения финансовой устойчивости предприятие должно иметь гибкую структуру капитала, чтобы обеспечить постоянное превышение доходов над расходами с целью сохранения платежеспособности и создания условий для возобновления производства. Комплексный анализ показателей финансовой устойчивости позволяет управлять ими, что позволяет организовать бесперебойную работу предприятия, чтобы обеспечить достаточность экономических ресурсов для управления кредитными ресурсами, для прогнозирования рисков в процессе деятельности предприятия.

[40] Костяная В.И. Влияние внутренних и внешних факторов на финансовую устойчивость коммерческой организации и их классификация // Журнал: Научный вестник Южного института менеджмента. – 2016. – № 2. – С.74–77.

Чем выше устойчивость предприятия гостиничного бизнеса, тем более оно независимо от неожиданного изменения рыночной конъюнктуры и, следовательно, тем меньше риск оказаться на краю банкротства[41].

Задачей анализа финансовой устойчивости является оценка структуры активов и пассивов, как в производственной деятельности на предприятии идет постоянное формирование запасов и активов, что 60-80% должно быть достигнуто за счет собственных средств.

Наиболее обобщающим показателем финансовой устойчивости предприятия гостиничного бизнеса является излишек или недостаток источников средств для формирования запасов и затрат. Этот излишек или недостаток образуется в результате разницы величины источников средств и величины запасов и затрат, при этом имеется в виду обеспеченность запасами и затратами определенными видами источников.

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

Наличие собственных оборотных средств

$Ф_с$ = стр. баланса 1300 – стр. 1100 – стр. 1210 (1)

Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат или функционирующий капитал

Фт = (стр. 1300 – стр. 1100) + стр.1400– стр. 1210 (2)

Общая величина основных источников формирования запасов и затрат

Фо = (стр.1300 – стр.1100) + стр.1400 + стр.1500 – стр. 1210 (3)

Данные показатели необходимы для расчета обеспеченности запасов и затрат источниками формирования. Трем показателям наличия источников формирования запасов и затрат соответствуют три показателя обеспеченности запасов и затрат источниками формирования:

1. Излишек (+) или недостаток (-) собственного оборотного капитала.
2. Излишек (+) или недостаток (-) собственного и долгосрочного заемного капитала.
3. Излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников средств для формирования запасов.

С помощью данных показателей определяется трехкомпонентный показатель типа финансовой ситуации. Четыре типа финансовой устойчивости, при использовании метода абсолютных показателей:

1. Абсолютная устойчивость финансового состояния:

[41] Шадрина Г.В. Экономический анализ: Учебник для бакалавров / Г.В. Шадрина. - Люберцы: Юрайт, 2016. С. 206.

$\Phi_с \geq 0$; $\Phi_т \geq 0$; $\Phi_о \geq 0$; т.е. S = {1,1,1}; (4)

2. Нормальная устойчивость финансового состояния:

$\Phi_с < 0$; $\Phi_т \geq 0$; $\Phi_о \geq 0$; т.е. S ={0,1,1}; (5)

3. Неустойчивое финансовое состояние:

$\Phi_с < 0$; $\Phi_т < 0$; $\Phi_о \geq 0$; т.е. S ={0,0,1}; (6)

4. Кризисное финансовое состояние:

$\Phi_с < 0$; $\Phi_т < 0$; $\Phi_о < 0$; т.е. S ={0,0,0}. (7)

Данный метод анализа финансовой устойчивости достаточно удобен, однако, он не объективен и позволяет выявить лишь только внешне стороны факторов, влияющих на финансовую устойчивость.

Анализ финансовой устойчивости предприятия с помощью относительных показателей, можно отнести к аналитическим методам, наряду с аналитикой бюджета, расходов, баланса. При данном методе используется более широкий набор показателей (таблица 6).

Таблица 6 – Показатели финансовой устойчивости предприятия[42]

Показатель	Критическое значение	Содержание
Коэффициент маневренности собственных оборотных средств	0,2-0,5	показывает долю капитала, инвестированного в оборотные средства, в общей сумме собственного капитала предприятия
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств (коэффициент левериджа)	меньше 0,7	показывает, какая часть деятельности финансируется за счет собственных средств, а какая за счет заемных
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	Не менее 0,1	характеризует наличие собственных оборотных средств, необходимых для финансовой устойчивости предприятия
Коэффициент финансовой независимости (автономии)	0,5 и более	показывает, в какой степени используемые предприятием активы сформированы за счет собственного капитала

Оценка эффективности использования активов предприятия гостиничного бизнеса – это изучение различных уровней и динамики коэффициентов оборачиваемости оборотных средств, включающих изучение общей оборачиваемости капитала и продолжительности его оборота; оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности, материальных

[42] Прыкина Л.В. Экономический анализ предприятия: Учебник для бакалавров / Л.В. Прыкина. - М.: Дашков и К, 2016. С. 171.

запасов; отдачи собственного капитала. Данные показатели используются для оценки деловой активности, которая характеризует динамичность развития предприятия и эффективное использование экономического потенциала (таблица 7).

Таблица 7 – Показатели деловой активности предприятия[43]

Показатель	Формула	Пояснение
Коэффициент общей оборачиваемости капитала (КОк)	Ок = выручка от реализации / итог баланса	Показывает скорость оборота всех средств предприятия
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (КООб)	Кооб = выручка от реализации / величина оборотных средств	Показывает сколько выручки приходится на рубль данных активов
Длительность Об (Доб)	Доб = 365 / КООб	Продолжительность оборота мобильных активов
Коэффициент оборачиваемости материальных оборотных средств (КОмс)	Комс = выручка от реализации / величина материальных запасов и затрат	Число оборотов за период
Длительность оборота материальных средств (Дмс)	Дмс = 365 / КОмс	Скорость обращения материальных средств в денежную наличность
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности (КОдз)	Кодз = выручка от реализации / дебиторская задолженность за период	Число оборотов коммерческих кредитов
Длительность оборота (Ддз)	Ддз = 365 / КОдз	Скорость оборота
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности (КОкз)	Кокз = выручка от реализации / кредитоская задолженность	Скорость оборота задолженности предприятия
Длительность оборота (Дкз)	Дкз=365КОкз	Период покрытия срочной задолженности
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала (КОск)	Коск = выручка от реализации / величина собственного капитала	Отражает активность собственных средств
Продолжительность операционного цикла (Цо)	Цо= Ддз+Дмс	Время преобразования материальных ресурсов в денежные средства
Продолжительность финансового цикла (Цф)	Цф= Цо-Дкз	Время отвлечения финансовых ресурсов

[43] Кулагина Н. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум: учебное пособие / Н. А. Кулагина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. С. 25.

Показатели деловой активности и интенсивности использования ресурсов (показатели рентабельности) не имеют нормативных значений. Эти показатели необходимо рассматривать в динамике, чтобы сделать вывод о финансовом состоянии предприятия. Рост значений показателей оборачиваемости и рентабельности в динамике характеризует улучшение деятельности предприятия, повышение его деловой активности и доходности.

Система рассмотренных показателей еще раз подтверждает взаимосвязь анализа финансового состояния предприятия со всеми видами его деятельности и от того на сколько полно и точно показатели отражают сущность изучаемых явлений, зависят результаты анализа.

Основываясь на системе показателей можно дать многостороннюю характеристику финансового состояния предприятия гостиничного бизнеса. Однако система различных финансовых коэффициентов не всегда связана между собой и требует дополнительных комплексных подходов.

Таким образом, существующие методики оценки финансового состояния предприятия гостиничного бизнеса являются основными, но в отдельности на практике, как правило, используются редко. При проведении оценки финансового состояния большинство экономистов используют комбинированные методы анализа, позволяющие повысить точность результатов анализа.

Комплексный подход к анализу финансового состояния обусловлен тем, что у каждого метода существуют свои ограничения и недостатки, что нивелируются при использовании всестороннего комплексного подхода к оценке финансового состояния организации. Анализ финансового состояния позволяет определить имущественное положение предприятия гостиничного бизнеса, финансовую стабильность организации, ликвидность баланса, оценить стоимость имущества фирмы (в том числе иммобилизованных средств, оборотных средств), определить объемы собственных (и заемных) средств организации.

Бухгалтерская отчетность является единой системой данных, касающихся финансового и имущественного положения фирмы или организации. В ней, по установленным формам, отражающая результаты хозяйственной деятельности компании. Обобщение учетных данных за определенный период времени и предоставление их пользователям – главная цель бухгалтерского учета.

Данные бухгалтерского учета могут быть представлены не только в виде различных графиков, таблиц, но и в других формах (в зависимости от запросов). Сведения отчетности составляются для разных групп заинтересованных лиц (руководство компании,

потенциальные инвесторы, партнеры, клиенты, контролирующие органы и другие лица) в рамках их прав.

Бухгалтерская отчетность отражает итоги хозяйственной деятельности за отчетный период и составляется по мере необходимости. Бухгалтерская отчетность завершает цикл учетного процесса. Финансовое положение фирмы или организации отражается кумулятивно за отчетный период (нарастающим итогом).

Значение бухгалтерской отчетности при проведении комплексного анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия гостиничного бизнеса следует рассматривать не только в рамках теории бухгалтерского учета и финансов, но и с позиции специалистов и практикующих бизнесменов.

Концепция составления и публикации отчетности является основой системы национальных стандартов бухгалтерского учета большинства экономически развитых стран. Значительный вклад в их формализацию внесли такие известные западные теоретики, как У. Патон, Г. Свини, А. Литлтон и др. Такое внимание к бухгалтерской (финансовой) отчетности объясняется тем, что финансовое состояние организаций, в немалой степени зависит от того, как составлена и оценена бухгалтерская отчетность. В условиях рыночной экономики бизнес-успех предпринимательской деятельности зависит от своевременности и качественности экономической информации[44].

Развитая система рыночных отношений и осуществление экономического взаимодействия между субъектами хозяйственных взаимоотношений приводят к повышению требований к качеству информационного обеспечения со стороны существующих и потенциальных пользователей. Это обусловлено таким обстоятельством, что экономическое обоснование и принятие эффективных управленческих решений определяется качеством подготовки использованных источников внешней и внутренней информации. Однако сегодня потребности пользователей информации значительно выросли, не всегда качественные показатели информации могут быть в полной мере соответствовать уровню и сложности принимаемых решений.

Для нивелирования проблем качественности финансовой отчетности и полноценного использования ее для информационного обеспечения процесса принятия решений видится целесообразным развитие системы информационного обмена между пользователями информации и предприятиями.

Под системностью финансовой отчетности в системе бухгалтерского учета обеспечиваются глобализацией мировой рыночной среды, появлением транснациональных

[44] Толпегина О.А., Толпегина Н.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. В 2 частях. Часть 1: учебник и практикум / О. А. Толпегина Н. А. Толпегина. – Москва: Издательство Юрайт, 2016. С. 93.

компаний, развитием международного фондового рынка и другими современными глобальными рыночными преобразованиями мирового хозяйства.

Финансовая отчетность базируется на фундаментальных ограничениях, допущениях и требованиях, которые в совокупности проявились в установленных принципах финансовой отчетности, которые регулируют порядок составления и предоставления полной, правдивой и беспристрастной информации о финансовом состоянии, результатах деятельности и движении денежных средств предприятия[45].

Одно из основных достоинств бухгалтерской отчетности как средства коммуникации заключается в ее аналитических возможностях. Анализ годовой отчетности является одним из основных направлений текущей деятельности финансовых служб компаний. Важность этой деятельности предопределяется тем обстоятельством, что в рыночных условиях хозяйствования, бухгалтерская отчетность является, по сути, единственным средством коммуникации, достоверность которого весьма высока. Бухгалтерская отчетность при определенных условиях подтверждена независимому аудиту и поэтому становится важнейшей составляющей информационного обеспечения анализа финансово-хозяйственной деятельности.

Объективную оценку состояния и тенденций изменения экономического потенциала возможного контрагента или объекта будущих инвестиций можно дать на основании данных финансовой отчетности. Для большей объективности эти данные дополняются текущей и статистической информацией финансового характера. Источники внешней информации могут быть представлены в виде аналитических обзоров, публикуемых различными агентствами.

Анализ данных, бухгалтерского учета, финансовой отчетности позволяет использовать ее:

- для определения финансового положения организации;
- оценки финансовой устойчивости организации;
- анализа ликвидности баланса;
- для оценки стоимости активов компании (включая иммобилизованные активы, оборотные средства);
- для расчета объема и соотношения собственных и привлеченных средств организации.

При предоставлении точной и полной информации в финансовой отчетности, становится возможным вычислить профицит и дефицит средств компании. Правильное

[45] Русакова Е.В. Комплексный экономический анализ деятельности предприятия: учебное пособие / Е. В. Русакова. - Санкт-Петербург: Питер, 2016. С. 148.

ведение бухгалтерской отчетности позволяет оценить обеспеченность организации своими или кредитными средствами.

Для анализа финансового состояния предприятия гостиничного бизнеса в первую очередь привлекают данные бухгалтерской отчетности, включая пояснения к ней, необходимую внешнюю информацию:

- бухгалтерский баланс;
- отчет о финансовых результатах;
- отчет о движении капитала;
- отчет о движении денежных средств;
- приложение к бухгалтерскому балансу;
- приказ об учетной политике предприятия;
- нормативные законодательные акты по вопросам формирования и использования финансовых ресурсов предприятия[46].

Бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах представляют собой основные источники информации. Данные баланса используются для анализа состава и структуры активов организации и ее капитала. На основе данных, представленных в отчете о финансовых результатах, рассчитываются показатели эффективности деятельности компании.

В бухгалтерском балансе отражаются на 3 последовательных отчетных даты информационные данные по структуре и качеству активов и пассивов, это позволяет проанализировать соответствие структуры управления совершаемым операциям, обоснованность расходов, отражение доходов, анализ показателя величины прибыли, деятельности организации в целом и по ее отдельным видам, распределение величины прибыли, использование созданных резервов.

Анализ финансового состояния предполагает предварительную подготовку информации: сквозную проверка данных, содержащихся в отчетном периоде. В ходе анализа проводят стыковку одних и тех же показателей по различным формам; данных отчетности приводят к сопоставимому виду.

Обязательной процедурой при подготовке информации следует считать ее проверку на предмет достоверности.

Проверку проводят с точки зрения:

- соответствия формам отчета по предшествующим периодам;

[46] Шадрина Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник и практикум / Г. В. Шадрина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. С. 177.

- взаимосвязи разных форм планов (например, план производства услуг сопоставляют с планом их реализации);
- взаимосвязи разных форм отчетности, для осуществления логического контроля;
- избирательно проводится проверку точности арифметических расчетов[47].

Также проводится проверка сводных отчетов и встречные проверки информации.

Для того чтобы финансовая отчетность была правильно составлена, целесообразно соблюдать определенные требования, а именно:
- последовательность – постоянство в содержании и форме составления бухгалтерской отчетности;
- соблюдение отчетного периода – отчетный период по законодательству РФ равен календарному году;
- нейтральность – информация, содержащаяся в бухгалтерской отчетности, не должна отражать чьих-либо интересов;
- достоверность – в финансовой отчетности вся информация должна быть достоверной и подкрепляться соответствующими записями и документами, которые свидетельствуют о полноте фактов, имевших место в хозяйственной жизни организации за отчетный период;
- сопоставимость данных;
- правильность оформления бухгалтерской (финансовой) отчетности[48].

Бухгалтерская отчетность должна отражать показатели деятельности всех филиалов и отделений организации.

Однако они способствуют гармонизации и улучшению финансовой отчетности для всех стран. Они могут использоваться в качестве базовых требований различными странами, которые разрабатывают собственные национальные стандарты; в качестве национальных стандартов; различными субъектами предпринимательской деятельности по требованию соответствующих органов (Всемирного банка, фондовыми биржами, Европейской комиссии и т.д.).

Финансовая отчетность общего назначения, в соответствии с требованиями МСФО, готовится с учетом информационных потребностей всех ее потенциальных пользователей.

Пользователей бухгалтерской (финансовой) отчетности принято разделять на два вида:

1. Внешние пользователи.
2. Внутренние пользователи[49].

---

[47] Кузьмина Е. Е. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум / Е. Е. Кузьмина, Л. П. Кузьмина; под общ. ред. Е. Е. Кузьминой. – М.: Издательство Юрайт, 2017. С. 117.
[48] Александров О.А. Экономический анализ: учебное пособие / О. А. Александров. – Москва: ИНФРА – М, 2016. С. 59.

В России заинтересованными пользователями информации, формирующейся в бухгалтерском учете, считаются юридические и физические лица, имеющие какие-либо потребности в информации об организации и обладающие достаточными познаниями и навыками для того, чтобы понять, оценить и использовать эту информацию, а также имеющие желание изучать эту информацию.

Бухгалтерская служба выполняет важные функции в системе управления организации, так как обеспечивает руководителя и менеджеров разных уровней своевременной, полной и достоверной экономической информацией, необходимой для успешного оперативного руководства хозяйствующим субъектом.

Бухгалтерская финансовая отчетность служит важнейшим инструментом контроля над хозяйственной деятельностью, способствует получению прибыли, правильному использованию денежных, материальных и трудовых ресурсов.

Предоставление предприятиям права самостоятельно определять степень раскрытия информации не только в корпоративной (управленческой), но финансовой отчетности, настоятельно требует разработки методических материалов, обеспечивающих достижение консенсуса между открытостью (прозрачностью) отчетной информации и требованиями корпоративной безопасности (коммерческой тайной)[50].

Бухгалтерская финансовая отчетность в первую очередь выполняет управленческую функцию. Среди других целей финансовой отчетности выделяют: планирование, контроль, анализ структуры текущих и долгосрочных активов и обязательств, анализ показателей ликвидности, статистический анализ, отчетность в государственные органы и акционерам, оценку финансового состояния, обеспечения эффективности деятельности, оценка рисков, оценку стоимости предприятия, оценку потенциального клиента, купле / продаже компаний.

Принципиальное значение бухгалтерской отчетности состоит в том, чтобы способствовать решению задач, которые связаны непосредственно с использованием учетных данных.

Таким образом, значение бухгалтерской отчетности сводится к следующим аспектам:

1. Бухгалтерская отчетность обеспечивает агрегирование, систематизацию и фильтрацию учетных данных. В отчетности отражены только необходимые показатели, которые свидетельствуют о деятельности организации. Все отчетные показатели систематизированы, что в значительной мере облегчает их использование.

---

[49] Шадрина Г.В. Экономический анализ. Теория и практика: учебник для бакалавров / Г. В. Шадрина. – Москва: Издательство Юрайт, 2016. С. 205.

[50] Бороненкова С.А., Мельник, М.В. Комплексный экономический анализ в управлении предприятием / С. А. Бороненкова, М. В. Мельник. – Москва: ИНФРА – М, 2016. С. 81.

2. Бухгалтерская отчетность дает представление о выполнении планов и нормативов и позволяет выявить отклонения.

3. Бухгалтерская отчетность выступает источником информации для финансового анализа и дает возможность оценить состояние имущества организации и его источников, позволяя определить такой показатель, как финансовая устойчивость и платежеспособность (или доходность) организации. Бухгалтерская отчетность выявляет тенденции развития фирмы или организации.

4. Бухгалтерская отчетность – это средство коммуникации, позволяющее оценить финансовое положение организации внешним пользователям.

В бухгалтерской отчетности информация отражена на основе аналитического и синтетического учета.

Бухгалтерская отчетность направлена на удовлетворение потребностей в информации и для контроля со стороны государства за осуществлением организацией хозяйственной и финансовой деятельности.

При предоставлении достоверных и полных сведений в бухгалтерской отчетности, становится возможным расчет излишка и недостатка средств фирмы. Благодаря правильному ведению бухгалтерской отчетности вполне возможно рассчитать обеспеченность организации своими (или кредитными) средствами.

Таким образом, можно сказать, что бухгалтерская отчетность выявляет тенденции развития предприятия гостиничного бизнеса. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности служит важнейшим средством оценки финансового положения и финансовых результатов деятельности любой организации.

Анализ финансового состояния предприятия гостиничного бизнеса позволяет выявить как уже существующие, так и наметившиеся проблемы, привлечь к ним внимание руководства организации. С помощью анализа разрабатываются стратегия и тактика развития предприятия гостиничного бизнеса, разрабатываются планы и принимаются управленческие решения, осуществляется контроль за их исполнением, оцениваются результаты деятельности организации, ее подразделений и работников, выявляются резервы повышения эффективности деятельности хозяйствующего субъекта.

Бухгалтерская отчетность отражает итоги хозяйственной деятельности за отчетный период и составляется по мере необходимости. Бухгалтерская отчетность завершает цикл учетного процесса. Финансовое положение предприятия гостиничного бизнеса отражается кумулятивно за отчетный период (нарастающим итогом).

2 Анализ финансового состояния деятельности ООО «Отель Магистрат»

2.1 Характеристика предприятия и основные показатели его хозяйственной деятельности

ООО «Отель Магистрат» зарегистрировано 18 октября 2005 г. Юридический адрес ООО «Отель Магистрат» - 634050, Томская область, город Томск, площадь Ленина, дом 15, помещение 5. Основным видом деятельности является «Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания».

«Магистрат» - отель категории «4 звезды» в городе Томске, расположенный в самом центре города на площади Ленина. В непосредственной близости от Администрации Томской области, Арбитражного Суда, Томского драматического театра и Большого концертного зала, Богоявленского кафедрального собора и набережной реки Томи.

Здание ООО «Отель Магистрат» имеет свою историю. Построенное в 1802 году под Воскресенской горой, вблизи торговой площади (в то время главной городской площади), оно использовалось в разное время под размещение Магистрата Сибирской губернии, городской мещанской управы. После Революции 1917 года его занимал губком комсомола, затем областная прокуратура и органы местного самоуправления. Реконструкция здания была проведена в канун 400-летия города Томска, отель «Магистрат» был открыт в 2004 году, он воплощает в себе идеальные возможности для отдыха и бизнеса. «Магистрат» завоевал устойчивую репутацию одного из лучших региональных отелей России. Неслучайно при проведении в 2006 году российско-германского саммита с участием Президента России В.В.Путина и Канцлера Германии А.Меркель отель «Магистрат» был местом размещения руководства немецкой делегации и самой госпожи Меркель, в ресторане отеля состоялся совместный ужин руководителей двух государств и делегаций.

Дружелюбный персонал проявляет достаточное внимание и учитывает пожелания самого взыскательного гостя, не нарушая его уединения.

К размещению предлагаются номера:

«Люкс»: площадь 55-60 кв.м, кровать king-size;

«Полулюкс»: площадь 42-53 кв.м, двуспальная кровать, балкон;

«Стандарт»: площадь 29-35 кв.м, одна или две кровати;

«Сингл» : площадь 24-25 кв.м;

Все номера кондиционированы, оборудованы мини барами, спутниковым ТВ. Бесплатный WiFi круглосуточно на всей территории отеля.

В отеле предлагаются услуги консьержа, прачечной и химчистки. Предусмотрено круглосуточное ресторанное обслуживание в номерах room-сервис.

К оплате принимаются наличные и все виды безналичной оплаты и кредитных карт. Миссия ООО «Отель Магистрат» - обеспечить своим гостям лучшее индивидуальное обслуживание, комфорт, спокойную и изысканную обстановку, создавая атмосферу уюта и благополучия. Прививать гастрономическую культуру и предугадывать желания гостей.

Исходя из характеристики ООО «Отель Магистрат», можно провести SWOT-анализ, определяющий сильные и слабые стороны компании, а также ее возможности в будущем и угрозы внешней среды. Такой анализ поможет выяснить, что является преимуществами отеля, и, проанализировав слабые стороны, что можно изменить и улучшить, и как снизить влияние со стороны недостатков и угроз внешней среды. SWOT-анализ представлен в таблице 8.

Таблица 8 - SWOT-анализ ООО «Отель Магистрат»

Сильные стороны 1. Привлекательное месторасположение (центр города). 2. Забота об охране жизни и имущества клиента. 3.Долгий срок работы в сфере гостиничного бизнеса. 4. Высокий уровень сервиса. 5. Широкая дифференциация номерного фонда. 6. Скоординированная работа со всеми службами отеля. 7.Постоянное повышение уровня квалификации персонала.	Слабые стороны 1. Зависимость загрузки отеля от сезонов года. 2. Не определены критерии постоянного клиента (80 % дохода приносят 20% постоянных клиентов). 3. Цены выше среднего уровня цен. 4. Дальнее расположение отеля от аэропорта и железнодорожного вокзала. 5. Текучесть кадров, недостаток квалифицированных специалистов. 6. Недостаток предоставляемых дополнительных услуг.
Возможности 1. Расширение ассортимента предоставляемых услуг. 2. Повышение квалификации персонала. 3. Повышение качества предоставляемых услуг. 4.Поощрение постоянных клиентов гибкой ценовой политикой, предоставлением дополнительных услуг, нацеленное на налаживание и развитие взаимоотношения с клиентом. 5. Присвоение более высокого статуса отелю. 6. Возможность привлечения дополнительного финансирования.	Угрозы 1. Усиление позиций конкурентов. 2. Потеря клиентов 3. Несоответствие своему статусу. 4. Макроэкономические показатели деятельности государства, способные неблагоприятным образом повлиять на деятельность ООО «Отель Магистрат».

После проведения SWOT-анализа администрация ООО «Отель Магистрат» должна выбрать стратегию. Выбор стратегии отеля зависит от степени насыщенности рынка Томска гостиничными услугами и возможности постоянно поддерживать услуги в надлежащем

состоянии. ООО «Отель Магистрат» выбирает стратегию по увеличению предоставляемых услуг, чтобы избежать потери клиентов и успешно существовать в динамичной конкурентной среде. Так же это увеличивает сбыт услуги: привлекает тех, кто раньше не пользовался услугами ООО «Отель Магистрат», а также клиентов конкурентов и увеличивает спрос уже привлеченных потребителей. Стратегия разработки новых услуг эффективна, когда отель имеет свою успешную торговую марку и пользуется приверженностью потребителей. ООО «Отель Магистрат» делает упор на улучшение качества и другие мелкие инновации, тесно связанные с уже внедренными услугами, а так же внедряет новые услуги.

Политика ООО «Отель Магистрат» в области качества:

1. Повышать конкурентоспособность отеля.
2. Постоянное совершенствование качества предоставляемых услуг.
3. Предупреждать возникновения проблем.

Краткосрочные цели (1 год):

1. Увеличить количество предоставляемых услуг.
2. Уменьшить количество жалоб от клиентов.
3. Организовать курсы для повышения навыков персонала.

Долгосрочные цели:

1. Занять лидирующие позиции в конкурентной среде города Томска.
2. Присвоение более высокого статуса ООО «Отель Магистрат».

Проведем анализ кадрового состава ООО «Отель Магистрат».

Таблица 9 – Общий анализ структуры персонал ООО «Отель Магистрат»

Категория	2017	Удельный вес, %
Руководители, бухгалтерия	5	11
Служба приема и размещения (с горничными)	35	78
Хозяйственная служба	5	11
Всего по ООО «Отель Магистрат»	45	100,0

Основную долю в структуре работающих занимают сотрудники службы приема и размещения. Это свидетельствует о том, что ООО «Отель Магистрат» полностью обеспечено работниками для проведения повседневной организационной работы. ООО «Отель Магистрат» достаточно обеспечено административно-управленческим персоналом и специалистами: из года в год их число постоянно растет. Сложившийся уровень обеспеченности трудовыми ресурсами в ООО «Отель Магистрат» позволяет осуществлять деятельность на достаточно высоком уровне.

В целом ООО «Отель Магистрат» обеспечено трудовыми ресурсами на должном уровне и структура распределения работников по группам соответствует потребностям организации.

Возрастные особенности имеют значение, в первую очередь, с позиции физического состояния сотрудников (болезни, стрессы, беременность и т. п.), а также для анализа стажа, места и опыта работы при отборе работников на вакантную должность, при сокращении штатов, при составлении плана развития кадров (обучение, переподготовка) и т.д.

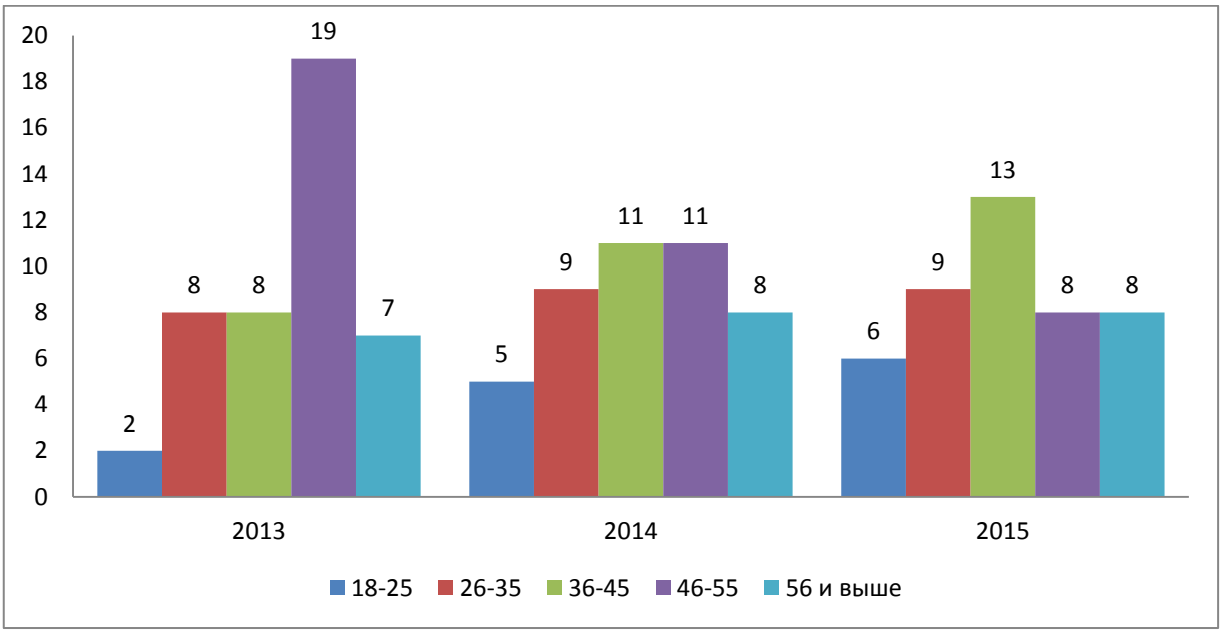


Рисунок 9 – Анализ кадрового состава ООО «Отель Магистрат» по возрастному принципу

Анализ кадрового состава ООО «Отель Магистрат» по возрастному принципу, как видно из рисунка 9, показал, что с каждым годом состав работников организации омолаживается.

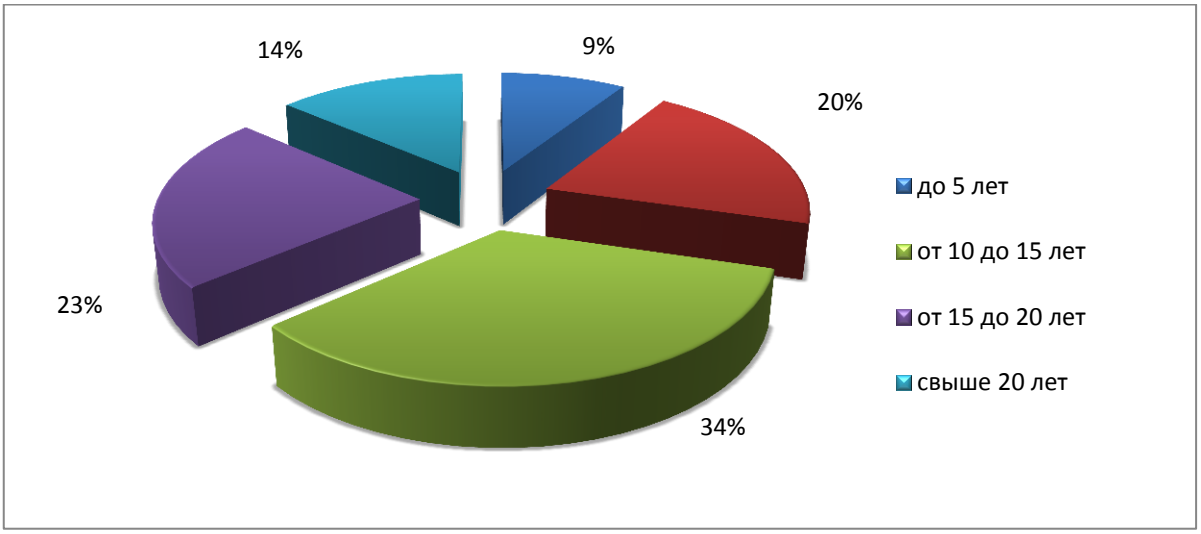


Рисунок 10 - Анализ кадрового состава по стажу работы в ООО «Отель Магистрат»

Планомерная работа с молодыми специалистами и работающей молодежью и формирование из них кадрового резерва позволяют сохранить кадровый потенциал организации на высоком уровне, что в свою очередь отражается на организационно – экономических показателях деятельности ООО «Отель Магистрат».

Анализ кадрового состава ООО «Отель Магистрат» по стажу работы, представленный на рисунке 10 показал, что большинство служащих имеет стаж работы от 10 до 15 лет. Т.е. в организации работают специалисты с довольно высоким опытом работы, что оказывает огромное влияние на качественную деятельность всей ООО «Отель Магистрат».

Таблица 10 – Производительность труда ООО «Отель Магистрат» за 2015-2017 годы

Показатели	2015 год	2016 год	2017 год	Темп роста	
				2015 г.к 2014г.	2016г.к 2015г.
1	2	3	4	5	6
Выручка от реализации, тыс. руб.	33 202	35 026	36 022	105,5	102,8
Количество сотрудников, чел.	38	43	45	113,16	104,65
Производительность труда, тыс.руб./чел.	873,7	814,5	800,4	93,2	98,3

Анализ таблицы 10 показал, что производительность труда персонала предприятия в 2017 году составила 800,4 тыс. руб./чел., что на 1,7 % меньше, чем в 2016 году. Производительность труда персонала предприятия в 2016 году составила 814,5 тыс. руб./чел., что на 6,8 % меньше, чем в 2015 году.

2.2 Анализ финансовых результатов ООО «Отель Магистрат»

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Чем больше величина прибыли и выше уровень рентабельности, тем эффективнее функционирует предприятие, тем устойчивее его финансовое состояние.

Из таблицы 11 видно, что выручка от реализации компании по сравнению с базовым периодом незначительно увеличилась (с 35 026,00 тыс. руб. на 31.12.2016 до 36 022,00 тыс. руб. на 31.12.2017). За анализируемый период изменение объема продаж составило 996,00 тыс. руб. Темп прироста составил 2.84 %.

Валовая прибыль на 31.12.2016 составляла 5 737,00 тыс. руб. За анализируемый период она возросла на 1 432,00 тыс. руб., что следует рассматривать как положительный момент, и на 31.12.2017 составила 7 169,00 тыс. руб.

Прибыль от продаж на 31.12.2016 составляла 5 737,00 тыс. руб. За анализируемый период она так же, как и валовая прибыль, возросла на 1 432,00 тыс. руб. и на 31.12.2017 прибыль от продаж составила 7 169,00 тыс. руб., так же, как и валовая прибыль, осталась на прежнем уровне.

Таблица 11 – Анализ финансовых результатов

Наименование	2016 г.	2017 г.	Изменение	Темп прироста, %
	тыс. руб.			
Доходы и расходы по обычным видам деятельности				
Выручка	35 026	36 022	996	2,84
Себестоимость продаж	29 289	28 853	436	-1,49
Валовая прибыль (убыток)	5 737	7 169	1 432	24,96
Прибыль (убыток) от продаж	5 737	7 169	1 432	24,96
Прочие доходы и расходы				
Прочие доходы	40	16	-24	-60,00
Прочие расходы	517	465	52	-10,06
Прибыль (убыток) до налогообложения	5 260	6 720	1 460	27,76
Текущий налог на прибыль	609	743	-134	22,00
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	4 651	5 977	1 326	28,51

Показателем повышения эффективности деятельности предприятия можно назвать более высокий рост выручки по отношению к росту себестоимости, который составил 2.84 % по сравнению с ростом себестоимости (-1.49 %).

Отрицательным моментом является наличие убытков по разделу «Прочие доходы и расходы». На 31.12.2017 сальдо по разделу установилось на уровне -449,00 тыс. руб., однако наблюдается положительная тенденция – за период с конца 31.12.2016 по конец 31.12.2017 сальдо по разделу «Прочие доходы и расходы» увеличилось на 28,00 тыс.руб.

Как видно из таблицы 11, чистая прибыль за анализируемый период выросла на 1 326,00 тыс. руб. и на 31.12.2017 установилась на уровне 5 977,00 тыс. руб. (темп прироста составил 28.51%).

Рассматривая динамику показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО «Отель Магистрат», особое внимание следует обратить на рентабельность чистых активов и средневзвешенную стоимость капитала.

Для успешного развития деятельности необходимо, чтобы рентабельность чистых активов была выше средневзвешенной стоимости капитала, тогда предприятие способно выплатить не только проценты по кредитам и объявленные дивиденды, но и реинвестировать часть чистой прибыли в производство.

Таблица 12 – Анализ показателей рентабельности

Показатели	Расчет	2016 г.	2017 г.
1. Выручка от реализации, тыс. руб.	В	35 026	36 022
2. Прибыль от реализации, тыс. руб.	П	5 737	7 169
3. Рентабельность продаж, %	Рв = (П/В)*100%	16,38	19,90
4. Себестоимость продаж, тыс. руб.	С	29 289	28 853
5. Рентабельность затрат, %	Рс = (П/С)*100%	19,59	24,85
6. Среднегодовая стоимость ОС, тыс. руб.	ОСср	1 567	1 297
7. Рентабельность ОС, %	Рос = (Пно/Осср)*100%	355,67	518,12
8. Ср. годовая стоимость об. актив, тыс. руб.	ОАср	18 786	11 656
9. Рентабельность об акт, %	Роа=(Пно/ОАср)*100%	27,99	57,65
10. Среднегодовая стоимость активов, тыс. руб.	Аср	20 353	12 953
11. Рентабельность активов, %	Ра=(Пч/Аср)*100%	23	46

Анализ таблицы 12 показал, что за анализируемый период рентабельность продаж повысилась на 3,52 % и составила в 2017 году 19,9 %. Рентабельность затрат в 2017 году составила 24,85 %, что на 5,26 % больше, чем в 2016 году. В 2017 году повысилась и рентабельность ОС. Рентабельность оборотных активов в 2017 году составила 57,65%, что на 29,66% больше, чем данный показатель в 2016 году. В 2017 году отмечено и повышение рентабельности активов, по сравнению в 2016 годом на 0,23 %.

2.3 Анализ структуры баланса и оценка финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия

В данном разделе работы была проведена оценка финансового состояния предприятия гостиничного бизнеса ООО «Отель Магистрат», в частности проведен анализ финансовых результатов, структуры баланса, финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия.

Таблица 13 – Горизонтальный анализ баланса ООО «Отель Магистрат»

Показатель	2016 г.	2017 г.	Изменение	Темп прироста, %
	тыс. руб.			
I. Внеоборотные активы				
Основные средства	1 567,00	1 297,00	-270,00	-17,23
Итого по разделу I	1 567,00	1 297,00	-270,00	-17,23
II. Оборотные активы				
Запасы	12 798,00	10 481,00	-2 317,00	-18,10
Дебиторская задолженность	5 555,00	535,00	-5 020,00	-90,37
Денежные средства	433,00	640,00	207,00	47,81
Итого по разделу II	18 786,00	11 656,00	-7 130,00	-37,95
Баланс	20 353,00	12 953,00	-7 400,00	-36,36
III. Капитал и резервы				

Окончание таблицы 13

Показатель	2016 г.	2017 г.	Изменение	Темп прироста, %
	тыс. руб.			
Собственные акции, выкупленные у акционеров	10,00	10,00	0,00	0,00
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	10 695,00	12 175,00	1 480,00	13,84
Итого по разделу III	10 705,00	12 185,00	1 480,00	13,83
V. Краткосрочные обязательства				
Кредиторская задолженность	9 651,00	767,00	-8 884,00	-92,05
Итого по разделу V	9 651,00	767,00	-8 884,00	-92,05
Баланс	20 356,00	12 952,00	-7 404,00	-36,37

В общей структуре активов внеоборотные активы, величина которых на 31.12.2016 составляла 1 567,00 тыс. руб., снизились на 270,00 тыс. руб. (темп уменьшения внеоборотных активов составил -17.23%). На 31.12.2017 величина внеоборотных активов составляла уже 1 297,00 тыс. руб. (10% от общей структуры имущества).

Величина оборотных активов, составлявшая на 31.12.2016 18 786,00 тыс. руб., также снизилась на 7 130,00 тыс. руб. (темп уменьшения оборотных активов составил -37.95%), и на 31.12.2017 их величина составила 11 656,00 тыс. руб. (90% от общей структуры имущества).

В структуре внеоборотных активов наибольшее их изменение было вызвано снижением на 270,00 тыс. руб. по сравнению с базовым периодом статьи «Основные средства».

В структуре оборотных активов наибольшее изменение было вызвано уменьшением на 5 020,00 тыс. руб., по сравнению с базовым периодом, статьи «Дебиторская задолженность».

Размер дебиторской задолженности за анализируемый период в сумме снизился на 5 020,00 тыс. руб. что говорит о положительной тенденции и может свидетельствовать об улучшении ситуации с оплатой продукции предприятия и о выборе подходящей политики продаж.

Рассматривая дебиторскую задолженность ООО «Отель Магистрат», следует отметить, что предприятие на 31.12.2017 имеет пассивное сальдо (кредиторская задолженность больше дебиторской). Таким образом, предприятие финансирует свою текущую деятельность за счет кредиторов. Размер дополнительного финансирования составляет 232,00 тыс. руб.

В части пассивов, снижение валюты баланса произошло, в основном, за счет уменьшения статьи «Кредиторская задолженность» За прошедший период снижение значения этой статьи составило 8 884,00 тыс. руб., что в процентном соотношении

соответствует -92.05%. Таким образом, на конец анализируемого периода значение статьи «Кредиторская задолженность» установилось на уровне 767,00 тыс. руб.

Рассматривая изменение собственного капитала ООО «Отель Магистрат», видно, что его значение за анализируемый период увеличилось. На 31.12.2017 величина собственного капитала предприятия составила 12 185,00 тыс. руб. (94.08% от общей величины пассивов).

Доля обязательств в совокупных источниках формирования активов за анализируемый период значительно снизилась. На 31.12.2017 совокупная величина долгосрочных и скорректированных краткосрочных обязательств предприятия составила 767,00 тыс. руб. (5.92% от общей величины пассивов). Снижение заемных средств предприятия ведет к снижению степени его финансовых рисков и положительно влияет на его финансовую устойчивость, повышая степень независимости от заемных средств.

Рассматривая изменение резервов предприятия и нераспределенной прибыли, можно отметить, что за анализируемый период их общая величина возросла на 1 480,00 тыс. руб. и составила 12 175,00 тыс. руб. Изменение резервов составило 0,00 тыс. руб., а нераспределенной прибыли 1 480,00 тыс. руб. Это в целом можно назвать положительной тенденцией, так как увеличение резервов, фондов и нераспределенной прибыли может говорить об эффективной работе предприятия.

В общей структуре пассивов величина капитала и резервов (раздел III баланса), составлявшая на 31.12.2016 10 705,00 тыс. руб., выросла на 1 480,00 тыс. руб. (темп прироста составил 13.83%), и на 31.12.2017 его величина составила 12 185,00 тыс. руб. (94.08 % от общей структуры имущества). В наибольшей степени это изменение произошло за счет роста статьи «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» - на 1 480,00 тыс. руб.

Таблица 14 – Вертикальный анализ баланса ООО «Отель Магистрат»

Статья баланса	код строки	2016 г.	2017 г.
		%	
I. Внеоборотные активы			
Основные средства	1150	7,70	10,01
Итого по разделу I	1100	7,70	10,01
II. Оборотные активы			
Запасы	1210	62,88	80,92
Дебиторская задолженность	1230	27,29	4,13
в том числе долгосрочная дебиторская задолженность	1231		
Денежные средства	1250	2,13	4,94
Итого по разделу II	1200	92,30	89,99
Баланс	1600	100,00	100,00
III. Капитал и резервы			
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	0,05	0,08
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	52,55	93,99
Итого по разделу III	1300	52,60	94,07
V. Краткосрочные обязательства			
Кредиторская задолженность	1520	47,40	5,93
Итого по разделу V	1500	47,40	5,93

Окончание таблицы 14

Статья баланса	код строки	2016 г.	2017 г.
		%	
Баланс	1700	100,00	100,00

На 31.12.2017 в общей структуре задолженности краткосрочные пассивы превышают долгосрочные на 767,00 тыс. руб., что при существующем размере собственного капитала и резервов может и не повлиять на финансовую устойчивость предприятия, однако для улучшения структуры пассивов предпочтительно превышение долгосрочной задолженности над краткосрочной. Следует сопоставить вышеописанные факторы и провести более углубленный анализ.

Долгосрочные обязательства, величина которых на 31.12.2016 составляла 0,00 тыс. руб., осталась на прежнем уровне.

Величина краткосрочных обязательств, которая на 31.12.2016 составляла 9 651,00 тыс. руб., напротив, снизилась на 8 884,00 тыс. руб. (темп снижения краткосрочных обязательств составил -92.05%), и на 31.12.2017 их величина установилась на уровне 767,00 тыс. руб. (5.92% от общей структуры имущества).

Наибольший удельный вес в структуре краткосрочных обязательств задолженности на 31.12.2017 составляет статья «Кредиторская задолженность». На конец анализируемого периода величина задолженности по данной статье составляет 767,00 тыс. руб. (доля в общей величине краткосрочной кредиторской задолженности - 100%). За анализируемый период снижение по этой статье задолженности составило 92.05%, что в абсолютном выражении составило -8 884,00 тыс. руб.

При анализе актива баланса видно, что общая величина активов предприятия в отчетном периоде, по сравнению с базовым уменьшилась. По сравнению с данными на 31.12.2016 активы и валюта баланса снизились на 36.36 %, что в абсолютном выражении составило -7 400,00 тыс. руб. Таким образом, в отчетном периоде актив баланса и валюта баланса находятся на уровне 12 953,00 тыс. руб. В большей степени это произошло за счет снижения статьи «Дебиторская задолженность» . За прошедший период она снизилась на 5 020,00 тыс. руб. (в процентном соотношении -90.37%), и уже на конец анализируемого периода значение статьи «Дебиторская задолженность» установилось на уровне 535,00 тыс. руб.

Как видно из таблицы 14, на конец отчетного периода наибольший удельный вес в структуре совокупных активов приходится на оборотные активы (89.99%), что говорит о достаточно мобильной структуре активов, способствующей ускорению оборачиваемости средств предприятия. Однако наблюдается отрицательная тенденция: по сравнению с

базовым анализируемым периодом, в отчетном периоде удельный вес оборотных активов в общей структуре баланса снизился на -2,31 %, что в динамике может привести к снижению оборачиваемости. К тому же наблюдается положительная тенденция к росту оборотных активов.

Таблица 15 - Анализ соотношения активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения

Активы по степени ликвидности	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Прирост за анализ. период, %	Норм. соотно-шение	Пассивы по сроку погашения	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Прирост за анализ. период, %	Излишек/ недостаток платеж. средств тыс. руб., (гр.2 - гр.6)
1	2	3	4	5	6	7	8
А1. Высоколиквидные активы	640	+47,8	≥	П1. Наиболее срочные обязательства	767	-92,1	-127
А2. Быстрореализуемые активы	534	-90,4	≥	П2. Среднесрочные обязательства	0	–	+534
А3. Медленно реализуемые активы	10 481	-18,1	≥	П3. Долгосрочные обязательства	0	–	+10 481
А4. Труднореализуемые активы	1 297	-17,4	≤	П4. Постоянные пассивы	12 185	+13,8	-10 888

Из четырех соотношений, характеризующих соотношение активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения, выполняются все, кроме одного. Организация неспособна погасить наиболее срочные обязательства за счет высоколиквидных активов (денежных средств и краткосрочных финансовых вложений), которые составляют только лишь 83% от достаточной величины. В соответствии с принципами оптимальной структуры активов по степени ликвидности, краткосрочной дебиторской задолженности должно быть достаточно для покрытия среднесрочных обязательств (краткосрочной задолженности за минусом текущей кредиторской задолженности). В данном случае краткосрочные кредиты и займы (среднесрочные обязательства) отсутствуют.

Под ликвидностью подразумевается способность активов к быстрой и легкой мобилизации. Основные моменты банковской ликвидности находили свое отражение в экономической литературе, начиная со второй половины XX века, в связи с убыточной деятельностью государственных банков, а также с процессом образования коммерческих банков. Например, о важности соблюдения соответствия между сроками активных и пассивных операций с позиций ликвидности экономисты писали еще в конце XIX века.

Ликвидность – легкость реализации, продажи, превращения материальных или иных ценностей в денежные средства для покрытия текущих финансовых обязательств.

Ликвидность – способность активов превращаться в деньги быстро и легко, сохраняя фиксированной свою номинальную стоимость.

Анализ ликвидности предприятия – анализ возможности для предприятия покрыть все его финансовые обязательства.

Коэффициент ликвидности – показатель способности компании вовремя выполнять свои краткосрочные финансовые обязательства.

Таблица 16 - Анализ ликвидности баланса

Наименование	2016 г.	2017 г.
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,05	0,85
Коэффициент промежуточной (быстрой) ликвидности	0,62	1,53
Коэффициент текущей ликвидности	1,95	15,20
Коэффициент покрытия оборотных средств собственными источниками формирования	0,49	0,93
Коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности	-	9,25

На начало анализируемого периода – на 31.12.2016 значение показателя абсолютной ликвидности составило 0.05. На 31.12.2017 значение показателя возросло, что можно рассматривать как положительную тенденцию, и составило 0.85. На конец периода показатель находится выше нормативного значения (0,2), что говорит о том, что предприятие в полной мере обеспечено средствами для своевременного погашения наиболее срочных обязательств за счет наиболее ликвидных активов. Следует заметить, что на конец анализируемого периода значение показателя находится выше нормативного уровня (0,5), что, конечно же, не угрожает финансовой устойчивости предприятия, однако может говорить об избытке собственных средств предприятия и необходимости направления их на развитие.

Коэффициент промежуточной (быстрой) ликвидности показывает, какая часть краткосрочной задолженности может быть погашена за счет наиболее ликвидных и быстро реализуемых активов. Нормативное значение показателя составляет 0,6–0,8 означает, что текущие обязательства должны покрываться на 60–80 процентов за счет быстрореализуемых активов. На начало анализируемого периода (на 31.12.2016), значение показателя быстрой (промежуточной) ликвидности составило 0.62. На 31.12.2017 значение показателя возросло, что можно рассматривать как положительную тенденцию, и составило 1.53.

На начало анализируемого периода – на 31.12.2016 значение показателя текущей ликвидности составило 1.95. На 31.12.2017 значение показателя возросло, что можно рассматривать как положительную тенденцию, и составило 15.2. На конец периода

показатель находится выше нормативного значения (2), что говорит о том, что предприятие в полной мере обеспечено собственными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств.

Так как на конец анализируемого периода коэффициент покрытия оборотных средств собственными источниками формирования находится выше своего нормативного значения (0,1), рассчитывается показатель утраты платежеспособности. Показатель утраты платежеспособности говорит о том, сможет ли в ближайшие шесть месяцев предприятие утратить свою платежеспособность при существующей динамике изменения показателя текущей ликвидности. На конец периода значение показателя установилось на уровне 9.25, что говорит о том, что предприятие не утратит свою платежеспособность, так как показатель больше единицы.

Показатели устойчивости финансовой организации представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Анализ финансовой устойчивости по величине излишка (недостатка) собственных оборотных средств

Показатель собственных оборотных средств (СОС)	Значение показателя, тыс. руб		Излишек (недостаток), тыс. руб.			
	2014	2015	2014	2015	2016	2017
1	2	3	4	5	6	7
COC_1	23 766	10 888	+23 347	+1 999	-3 663	+407
COC_2	23 766	10 888	+23 347	+1 999	-3 663	+407
COC_3	23 766	10 888	+23 347	+1 999	-3 663	+407

По всем трем вариантам расчета на 31.12.2017 наблюдается покрытие собственными оборотными средствами имеющихся у организации запасов, поэтому финансовое положение по данному признаку можно характеризовать как абсолютно устойчивое. Следует обратить внимание, что, несмотря на хорошую финансовую устойчивость все три показателя покрытия собственными оборотными средствами запасов за весь рассматриваемый период ухудшили свои значения.

Таблица 18 – Анализ показателей деловой активности

Наименование	2016 г.	2017 г.	Изменение	Темп прироста, %
	тыс. руб.			
Период оборота материальных запасов, дней	133,73	117,94	-15,79	-11,81
Период оборота дебиторской задолженности, дней	58,05	30,85	-27,19	-46,85
Затратный цикл, дней	191,78	148,79	-42,98	-22,41
Период оборота кредиторской задолженности, дней	100,85	52,78	-48,07	-47,66
Кредитный цикл, дней	100,85	52,78	-48,07	-47,66
Чистый цикл, дней	90,93	96,01	5,08	5,59
Оборачиваемость материальных запасов, об.	2,74	3,09	0,36	13,08

Окончание таблицы 18

Наименование	2016 г.	2017 г.	Изменение	Темп прироста, %
	тыс. руб.			
Оборачиваемость дебиторской задолженности, об.	6,31	11,83	5,52	87,62
Оборачиваемость кредиторской задолженности, об	3,63	6,92	3,29	90,54

В общем случае оборачиваемость средств, вложенных в имущество, оценивается следующими основными показателями: скоростью оборота (количество оборотов, которое совершают за анализируемый период капитал предприятия или его составляющие) и период оборота – средний срок, за который совершается один оборот средств.

Чем быстрее оборачиваются средства, тем больше продукции производит и продает организация при той же сумме капитала. Таким образом, основным эффектом ускорения оборачиваемости является увеличение продаж без дополнительного привлечения финансовых ресурсов. Кроме того, так как после завершения оборота капитал возвращается с приращением в виде прибыли, ускорение оборачиваемости приводит к увеличению прибыли. С другой стороны, чем ниже скорость оборота активов, прежде всего текущих (оборотных), тем больше потребность в финансировании. Внешнее финансирование является дорогостоящим и имеет определенные ограничительные условия. Собственные источники увеличения капитала ограничены, в первую очередь, возможностью получения необходимой прибыли. Таким образом, управляя оборачиваемостью активов, организация получает возможность в меньшей степени зависеть от внешних источников средств и повысить свою ликвидность.

По результатам проведенного анализа выделены и сгруппированы по качественному признаку основные показатели финансового положения и результатов деятельности ООО «Отель Магистрат» за весь рассматриваемый период.

В ходе анализа были получены следующие показатели, имеющие исключительно хорошие значения:

– значение коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами на последний день анализируемого периода можно характеризовать как исключительно хорошее;

– коэффициент текущей (общей) ликвидности полностью соответствует нормативному значению;

– полностью соответствует нормальному значению коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности;

– коэффициент абсолютной ликвидности полностью соответствует нормальному значению;

– отличная рентабельность активов;

– рост рентабельности продаж;

– абсолютная финансовая устойчивость по величине излишка собственных оборотных средств;

– за период с 01.01.2017 по 31.12.2017 получена прибыль от продаж, более того наблюдалась положительная динамика по сравнению с предшествующим годом (+1 432 тыс. руб.);

– чистая прибыль за период 01.01–31.12.2017 составила 5 977 тыс. руб. (+1 326 тыс. руб. по сравнению с предшествующим годом);

– рост прибыли до процентов к уплате и налогообложения (EBIT) на рубль выручки организации.

В ходе анализа были получены следующие показатели, положительно характеризующие финансовое положение организации:

– чистые активы превышают уставный капитал, однако за весь анализируемый период произошло снижение величины чистых активов.

Показателем, имеющим значение на границе норматива, является следующий – не в полной мере соблюдается нормальное соотношение активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения.

В ходе анализа был получен лишь один показатель, имеющий критическое значение – отрицательное изменение собственного капитала относительно общего изменения активов организации.

Таким образом, можно заключить, что гостиничному предприятию ООО «Отель Магистрат» целесообразно внедрять мероприятия направленные на:

1. Укрепление конкурентных преимуществ.

2. Увеличение выручки от реализации продукции, а также прибыли.

3. Увеличение остатков оборотных активов, в т.ч. денежной наличности.

3 Современные проблемы развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации

3.1 Проблемы развития гостиничного бизнеса в РФ

Масштаб гостиничной деятельности в России развит намного меньше, чем за рубежом. Это обуславливается тем, что развитие гостиничного бизнеса в России после распада союза заметно приостановилось, связи, нарабатываемые годами - резко разорвались.

За последние десять лет в России наблюдается значительный рост гостиничного бизнеса. Менеджеры гостиничной индустрии стали интенсивно осваивать науку управления гостиничным бизнесом. В результате этого гостиничный бизнес стал индустрией с миллиардными доходами. За эти годы гостиничный рынок России ежегодно рос на 16-20%.

Гостиничный бизнес в России активнее всего развивается в Сочи, Москве и Санкт-Петербурге. В данных регионах большое внимание развитию гостиничного бизнеса уделяют чиновники, которые способствуют привлечению инвестиций. На сегодняшний день на Москву и Санкт-Петербург приходится 70% оборота отельного бизнеса. Но эксперты отмечают, в ближайшие годы данная тенденция поменяется из-за строительства большого количества гостиниц на периферии и сноса либо реконструкции больших отелей в Москве.

Развитие гостиничного бизнеса в России стоит перед серьезными проблемами. Одна из них - это старение собственности отелей, 60% гостиниц требуют реконструкции. Как показывает практика, банки не хотят вкладывать деньги в реставрации и ремонт, так как это достаточно дорого обходится. Поэтому найти инвестора дело не из легких. Так как срок окупаемости в среднем 4 года, а у самих владельцев таких денег попросту нет.

Так же одной из первостепенных проблем данного бизнеса является дефицит квалифицированных кадров. В России резервы подготовленных работников отсутствуют, а для качественного обучения неопытных сотрудников требуется большое количество времени и финансовых ресурсов. Работа неквалифицированного гостиничного персонала приводит к убыткам в данной отрасли.

И наконец, третья проблема – это рост конкуренции в сфере гостеприимства. На отечественный рынок гостиничных услуг проникают международные сетевые компании. Это связано с нехваткой опыта отечественных компаний в этой сфере. Международные компании выкупают уже построенные гостиницы, поглощают конкурентов, строят новые объекты на свои средства и по своим технологиям. К примеру, отели сети Marriot уже более 5 лет функционируют на российском рынке (г. Сочи, г. Москва).

Эти проблемы гостиничного бизнеса в России обусловлены тем, что основную ставку инвесторы делают на строительство торговых и развлекательных комплексов, офисных и жилых центров. А гостиницы же откладываются на потом, поскольку сроки их окупаемости

выше. В связи с этим даже в новых отелях в итоге может «прихрамывать» сервис, не налажена четкая система безопасности гостей, не решен вопрос сезонности, когда в сезон отели переполнены, а в «несезон» простаивают без прибыли и так далее.

Однако эти проблемы в гостиничном бизнесе Россия постепенно преодолевает, и, если она по-прежнему будет ориентироваться на европейские тенденции, ей удастся выйти из многих проблемных ситуаций без ущерба.

Российский гостиничный бизнес обладает очень большим потенциалом развития. Сейчас в России функционируют гостиницы с самым различным уровнем. Но гостиничный бизнес, в целом, в России еще не полностью сформировался. Недостаток 2-3-звездочных гостиниц не дает возможность принимать гостей с небольшими финансовыми возможностями.

Основной тенденцией на сегодняшний день для отечественного гостиничного бизнеса является активное внедрение инноваций в гостиничном бизнесе. Все они направлены не только на привлечение как можно большего количества клиентов, но и на то, чтобы каждого постояльца сделать постоянным гостем и обеспечить отелям приток стабильной прибыли. Одной из самых популярных ныне разработок является электронное управление гостиницей – для отеля под заказ создается специализированная система, к которой подключаются все сотрудники. С помощью веб-ресурса они могут: получать всю необходимую информацию об отеле в любой момент; в режиме онлайн видеть все происходящие в нем изменения; бронировать номера для гостей и другое. Особенно такие системы актуальны для сезонных отелей, которые в «горячее» время сталкиваются с повальным бронированием номеров и с трудом успевают реагировать на изменения в их сети.

Восстановление отелей, работавших во времена СССР – это еще одна важнейшая тенденция и особенность работы отелей в России. Речь идет об их выкупе в частную собственность, после чего отель: проходит полную реконструкцию и кардинальное изменение дизайна; налаживает новые международные связи; начинает работать в соответствии с какими-либо стандартами и так далее.

Очень часто такие гостиницы выкупаются в частную собственность крупными гостиничными сетями – учитывая, что отели времен СССР имеют большой номерной фонд и большую площадь, на их базе можно создавать 4-5-звездочные комплексы, которые не только принимают рядовых гостей, но и становятся центрами проведения различных мероприятий. Именно в них часто селятся участники политических конференций, спортивных соревнований, фестивалей.

Наряду с этой тенденцией существует и другая – в России появляются отели, которые рассчитаны на эконом-размещение. Строительство таких отелей, которые готовы принимать

не командировочных служащих и бизнесменов, а гостей, приехавших ознакомиться с достопримечательностями. Это также реконструированные здания, однако, за базу берется не гостиница, а старое общежитие, многоквартирный дом, здание института и т.д. Их перепланируют, ремонтируют и переделывают в хостелы, мотели, мини-отели или просто доступные для клиентов гостиницы. Основной тенденцией при этом является работа в такой сфере молодых бизнесменов – именно они, ознакомившись с особенностями функционирования указанных видов гостиниц в Европе, стремятся воссоздать их на местном рынке. Экономические эксперты прогнозирую в ближайшие годы, большие инвестиции в отельный бизнес со стороны наших бизнесменов.

Сегодня в стране активно развивается как туризм, так и деловое сообщение. Большинство специалистов данной отрасли утверждают, что у российского гостиничного бизнеса очень большой потенциал. И при сотрудничестве правительства страны с гостиничными предприятиями и зарубежными инвесторами данный сектор экономики будет интенсивно развиваться.

3.2 Разработка мероприятия по улучшению финансового состояния ООО «Отель Магистрат»

В рамках мероприятий, направленных на формирование дополнительного дохода организации, а так же формирования конкурентных преимуществ можно предложить: создание номеров, адаптированных под потребительский сегмент рынка. А именно: реконструкция номеров под требования людей с ограниченными физическими возможностями, а так же под требования определенных потребителей. Под определенными потребителями будем подразумевать гостей, путешествующих с крупногабаритным, а так же дорогостоящим грузом. К данным потребителям относятся: музыканты, концертные группы, художники, предприниматели. В целях удовлетворения потребностей гостей данной группы целесообразно установить в номера крупногабаритные пожароустойчивые, взломоустойчивые сейфовые шкафы с регулируемыми полками. Целесообразность наличия регулируемых полок обуславливается непредсказуемостью габаритов груза (багажа) перевозимого туристом (необходимого туристу в зависимости от цели его поездки). Наличие потребительского сегмента, описываемых потребителей обуславливается тем, фактором, что г. Томск, представляя собой один из крупных научных, образовательных, культурных, и, безусловно, деловых центров, изобилует организациями и предприятиям различных сфер деятельности и форм собственности, принимающих командируемых граждан на протяжении всего календарного года. Что качается создания номерных комнат, адаптированных под

людей с ограниченными возможностями, то часть номерного фонда ООО «Отель Магистрат» целесообразно реконструировать под основные группы людей с ограниченными возможностями.

К данным группам относятся:

1. Глухие и слабослышащие люди.
2. Слабовидящие и слепые люди.
3. Люди с ограниченными возможностями передвижения.

Для людей с ограниченными возможностями передвижения особенно актуально наличие держателей, расположенными у унитаза, ванной, кровати, стульев. Так же целесообразно наличие свободного пространства в целях перемещения по номеру на инвалидном кресле. По той же причине особенно актуально расширение дверного полотна как входной двери в номер, а так двери, ведущей к санитарному узлу номера.

В рамках проекта мероприятий предполагается реконструкция пяти двухместных номеров категории «Стандарт», расположенных на втором этаже. Выбор для разрабатываемых мероприятий двухместных номеров обуславливается их крупной площадью (32 кв. метра). Выбор в качестве объекта реконструкции номеров, расположенных на втором этаже обуславливается тем, что людям с ограниченными возможностями, а именно маломобильных групп населения будет проще добраться до второго этажа. Безусловно, было бы целесообразно и актуально для данной группы гостей адаптировать номера, расположенные на первом этаже, но в виду сложившихся обстоятельств на первом этаже ООО «Отель Магистрат» нет номеров.

На рисунке 11 изображена структурная схема проекта мероприятий направленных на повышение уровня конкурентоспособности и увеличения дохода ООО «Отель Магистрат» за счет переоснащения части номерного фонда.

В рамках разработки проекта мероприятий целесообразно произвести расчет и оценку затрат, которые необходимо произвести рамках указанных нововведений.

Таблица 19 - Смета затрат на приобретение сейфовых шкафов

№	Наименование статьи затрат	К-во	Цена, руб	Стоимость, руб
1	Сейфовый шкаф с регулируемыми полками «Диком» 200*70*150	10	30000	300000
2	Доставка и установка	10	3000	30000
Итого				330000

Далее целесообразно определить затраты по организации номеров, адаптированных под инвалидов. Предполагается адаптация всех 10 номеров под потребности инвалидов всех рассматриваемых категорий: глухие и слабослышащие, слепые и слабовидящие, а так же

лица с ограниченными возможностями к передвижению. Данное решение целесообразно и актуально во избежание «окон» при бронировании номера.



Рисунок 11 - Дерево целей мероприятий проекта

В случае адаптации группы номеров под конкретную группу инвалидов может сложиться так, что претендентов на номер для глухих и слабослышащих будет превышать количество номеров в распоряжении, при одновременной незанятости номеров, предназначенных для лиц с ограниченными способностями к передвижению, а так же глухих и слабослышащих граждан. Затраты, на организацию номеров, адаптированных под гостей (туристов) – инвалидов представлены в таблице 20.

Что касается установки цен на проектируемые номера, то за основу возьмем стоимость проживания в исходных номерах (до доработки), а именно двухместные номера категории «Стандарт» (32 кв.м.). Стоимость проживания в указанном номере представлена в таблице 20.

Таблица 20 - Смета затрат на организацию номеров для инвалидов

№	Наименование затрат	Кол-во	Цена, руб	Стоимость, руб
Инвестиции в основные средства				
1	Издание буклетов для глухих и слабослышащих людей	10	200	2000
2	Издание буклетов для слепых и слабовидящих людей (азбука Брайля)	10	800	8000
Итого				10000
Инвестиции в оборотные активы				
1	Приобретение факса	10	2500	25000
2	Приобретение телефонного аппарата, с клавиатурой, выполненной с помощью азбуки Брайля	10	1400	14000
3	Приобретение, монтаж и установка входных дверей в номер	10	7000	70000
4	Приобретение, монтаж и установка дверей номера, ведущих к санитарному узлу	10	10000	100000
Итого				209000
Всего				219000

Таблица 21 - Стоимость размещения в номерах категории «Стандарт»

№	Период	Стоимость размещения, руб	
		1-местное	2-местное
1	13.апр - 11.май	4230	4720
2	12.май - 22.май	5750	6240
3	23.май - 30.июн	5790	7280
4	01.июл - 31.авг	5360	5850
5	01.сен - 30.сен	5750	6240
6	01.окт - 30.окт	4230	4720

В виду сложности положения людей с ограниченными возможностями, трудностей возникающих в процессе их жизнедеятельности, цены на проживание в номере для них оставим без изменения базовых.

В целях определения цен на проживание в номере с установленным сейфовым шкафом целесообразно провести следующий анализ: во избежание убыточности проекта дополнительные затраты, связанные с организацией номеров для инвалидов включим в накладные расходы, приходящиеся на номера с установленными сейфовыми шкафами.

Планируемый уровень загрузки на разрабатываемые номера составляет 90 %, таким образом, за год будет загрузка номеров составит: 10*365*0,9=3285 занятых номеров с установленными сейфами. Суммарные затраты на организацию номеров составляют: 330000+219000=549000 руб. Распределяя данные затраты между загруженными номерами получаем: 549000/3285=167 руб. При формировании ценовой политики на номера с

установленными сейфовыми шкафами округлим величину 167 руб. до 200 руб., таким образом, получаем величину стоимость проживания в указанном номере:

Таблица 22 - Стоимость размещения в номерах категории «Стандарт» с установленным крупногабаритным сейфовым шкафом

№	Период	Стоимость размещения, руб	
		1-местное	2-местное
1	13.апр - 11.май	4430	4920
2	12.май - 22.май	5950	6440
3	23.май - 30.июн	5990	7480
4	01.июл - 31.авг	5560	6050
5	01.сен - 30.сен	5950	6440
6	01.окт - 30.окт	4430	4920

Далее целесообразно определить финансовые результаты от внедрения предлагаемых мероприятий.

В целях оценки экономической эффективности, а также инвестиционной привлекательности предлагаемых к внедрению мероприятий особенно актуально и целесообразно проведение оценки денежного потока от внедряемых мероприятий, а так же проведение инвестиционного анализа. В представленной таблице амортизационные отчисления рассчитаны исходя из ожидаемого срока эксплуатации дорабатываемого (модернизируемого) номерного фонда на протяжении 10 лет. Таким образом: (330000+219000)/10/12=4575 руб. Переменные расходы и постоянные отражены согласно учетным регистрам отеля ООО «Отель Магистрат» по состоянию на октябрь 2017 года. Расчетные данные целесообразно отразить в таблице:

Таблица 23 - Детализированная оценка чистого денежного потока от внедрения проекта мероприятий 2019 г. (январь – июль)

Месяц	Янв	Февр	Март	Апр	Май	Июнь	Июль
Количество номеров для инвалидов, шт.	10	10	10	10	10	10	10
Количество номеров с установленным крупногабаритным сейфовым шкафом, шт.	10	10	10	10	10	10	10
Количество дней в месяце, дн.	31	28	31	30	31	30	31
Загрузка номеров для инвалидов в абсолютном выражении, номеров	270	279	270	279	279	270	279

Окончание таблицы 23

Месяц	Янв	Февр	Март	Апр	Май	Июнь	Июль
Загрузка номеров с установленным крупногабаритным сейфовым шкафом в абсолютном выражении, номеров	270	279	270	279	279	270	279
Средняя стоимость проживания в номере для инвалидов, руб.	4 475,00	5 668,33	6 535,00	5 605,00	5 605,00	5 995,00	4 475,00
Средняя стоимость проживания в номере с установленным крупногабаритным сейфовым шкафом, руб.	4 675,00	5 868,33	6 735,00	5 805,00	5 805,00	6 195,00	4 675,00
Выручка от реализации, тыс. руб.	2 470,500	3 218,730	3 582,900	3 183,390	3 183,390	3 291,300	2 552,850
Переменные расходы, тыс. руб.	1 729,350	2 253,111	2 508,030	2 228,373	2 228,373	2 303,910	1 786,995
Маржинальный доход, тыс. руб.	741,150	965,619	1 074,870	955,017	955,017	987,390	765,855
Постоянные расходы, тыс. руб.	494,100	494,100	494,100	494,100	494,100	494,100	494,100
Прибыль от реализации, тыс. руб.	247,050	471,519	580,770	460,917	460,917	493,290	271,755
Налог на прибыль, тыс. руб.	49,410	94,304	116,154	92,183	92,183	98,658	54,351
Чистая прибыль, тыс. руб.	197,640	377,215	464,616	368,734	368,734	394,632	217,404
Амортизационные отчисления, тыс. руб.	4,575	4,575	4,575	4,575	4,575	4,575	4,575
Чистый денежный поток, тыс. руб.	202,215	381,790	469,191	373,309	373,309	399,207	221,979

Таблица 24 - Детализированная оценка чистого денежного потока от внедрения проекта мероприятий 2019 г. (август - декабрь)

Месяц	Авг.	Сент.	Окт.	Нояб.	Дек.	ИТОГО
Количество номеров для инвалидов, шт.	10	10	10	10	10	

Окончание таблицы 24

Месяц	Авг.	Сент.	Окт.	Нояб.	Дек.	ИТОГО
Количество номеров с установленным крупногабаритным сейфовым шкафом, шт.	10	10	10	10	10	
Количество дней в месяце, дн.	31	30	31	30	31	
Загрузка номеров для инвалидов в абсолютном выражении, номеров	270	279	279	252	279	
Загрузка номеров с установленным крупногабаритным сейфовым шкафом в абсолютном выражении, номеров	270	279	279	252	279	
Средняя стоимость проживания в номере для инвалидов, руб.	4 475,00	4 475,0	4 475,00	4 475,00	4 475,00	
Средняя стоимость проживания в номере с утановленным крупногабаритным сейфовым шкафом, руб.	4 675,00	4 675,0	4 675,00	4 675,00	4 675,00	
Выручка от реализации, тыс. руб.	2 470,50	2 552,85	2 552,85	2 305,80	2 552,85	33 917,910
Переменные расходы, тыс. руб.	1 729,35	1 786,9	1 786,99	1 614,06	1 786,99	23 742,53
Маржинальный доход, тыс. руб.	741,150	765,855	765,855	691,740	765,855	10 175,373
Постоянные расходы, тыс. руб.	494,100	494,100	494,100	494,100	494,100	5 929,200
Прибыль от реализации, тыс. руб.	247,050	271,755	271,755	197,640	271,755	4 246,173
Налог на прибыль, тыс. руб.	49,410	54,351	54,351	39,528	54,351	849,235
Чистая прибыль, тыс. руб.	197,640	217,404	217,404	158,112	217,404	3 396,938
Амортизационные отчисления, тыс. руб.	4,575	4,575	4,575	4,575	4,575	54,900
Чистый денежный поток, тыс. руб.	202,215	221,979	221,979	162,687	221,979	3 451,838

Таблица 25 - Детализированная оценка чистого денежного потока от внедрения проекта мероприятий 2019-2023 гг.

Год	2019	2020	2021	2022	2023	ИТОГО
Выручка от реализации, тыс. руб.	33 917,91	37 309,70	41 040,67	45 144,74	49 659,21	207072,23
Переменные расходы, тыс. руб.	23 742,54	26 116,79	30 034,31	34 539,46	39 720,37	154153,47
Маржинальный доход, тыс. руб.	10 175,37	11 192,91	11 006,36	10 605,28	9 938,84	52 918,77
Постоянные расходы. тыс. руб.	5 929,20	6 522,12	7 174,33	7 891,77	8 680,94	36 198,36

Окончание таблицы 25

Год	2019	2020	2021	2022	2023	ИТОГО
Прибыль от реализации, тыс. руб.	4 246,17	4 670,79	3 832,03	2 713,52	1 257,90	16 720,41
Налог на прибыль. тыс. руб.	849,23	934,16	766,41	542,70	251,58	3 344,08
Чистая прибыль. тыс. руб.	3 396,94	3 736,63	3 065,62	2 170,81	1 006,32	13 376,33
Амортизационные отчисления, млн. руб.	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	274,50
Чистый денежный поток. тыс. руб.	3 451,84	3 791,53	3 120,52	2 225,71	1 061,22	13 650,83

В данной таблице отражены прогнозируемые денежные потоки от внедрения проекта мероприятий по модернизации части номерного отеля ООО «Отель Магистрат». В данном случае величины выручки от реализации, постоянных и переменных расходов проиндексированы в соответствии с ожидаемым темпом инфляции. Далее на основании представленных данных целесообразно оценить коэффициенты экономической эффективности внедрения проекта мероприятий:

Таблица 26 - Технико-экономическое обоснование внедрения проекта мероприятий 1-3 годы жизни проекта

Показатель	2019	2020	2021
Рентабельность продаж,%	10,02	10,02	7,47
Рентабельность продукции, %	11,45	11,45	8,24
Затраты на рубль реализации, руб./руб.	0,87	0,87	0,91

Таблица 27 - Технико-экономическое обоснование внедрения проекта мероприятий 4-5 годы жизни проекта

Показатель	2022	2023	ИТОГО
Рентабельность продаж, %	4,81	2,03	6,46
Рентабельность продукции, %	5,12	2,08	7,03
Затраты на рубль реализации, руб./руб.	0,94	0,97	0,92

В данной таблице представлены внутренние показатели доходности проекта, на основании представленных данных можно сделать вывод о том, что проект мероприятий прибылен на протяжении всего анализируемого периода: Показатели рентабельности имеют положительные значения, доходы от реализации превышают затраты.

Чистая приведенная стоимость данного инвестиционного проекта составляет:

NPV =-549+3451,84/(1+0,11)1+3791,53/(1+0,11)2+

3120,52/(1+0,11)3+2225,71/(1+0,11)4+1061,22/(1+0,11)5=10015,68 тыс. руб.

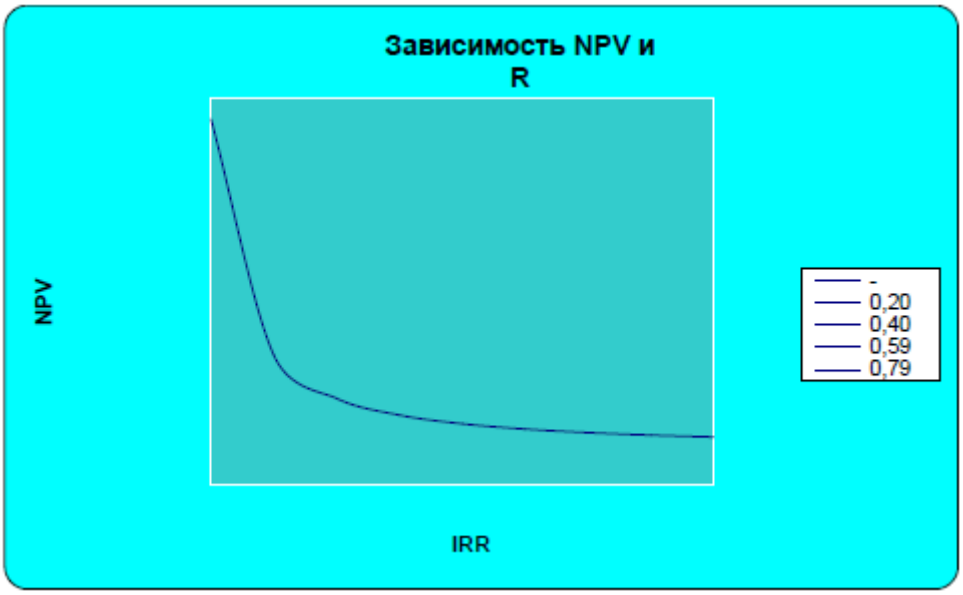


Рисунок 12 - Зависимость чистой приведенной стоимости и внутренней нормы доходности

Ri=(549+10015,68)/549=19,24

PV =3451,84/(1+6,3442)1+3791,53/(1+6,3442)2+

3120,52/(1+6,3442)3+2225,71/(1+6,3442)4+1061,22/(1+6,3442)5=549 тыс. руб.

PP=549/((3451,84+3791,53+3120,52+2225,71+1061,22)/5)=0,0402

На основании инвестиционного анализа можно сделать вывод о том, что разработанный проект экономически эффективен в силу того, что чистая приведенная стоимость положительна, рентабельность инвестиций превышает «1», проект обладает высоким показателем внутренней нормы доходности.

В данном параграфе выпускной квалификационной работы произведена разработка мероприятий, направленных на повышение уровня загрузки номерного фонда отеля ООО «Отель Магистрат»: проведено обоснование мероприятий, оценка затрат на внедрение мероприятий, определена ценовая политика. А так же экономическая эффективность разработанных мероприятий с точки зрения внутренней оценки, а так же с точки зрения инвестиционной привлекательности. В целом проект мероприятий эффективен и способствует привлечению чистых денежных средств в отель ООО «Отель Магистрат» в сумме 13650 тыс. руб.

Таким образом, на начальном этапе внедрения предложенных мероприятий можно сделать вывод о том, что для повышения финансово-экономического статуса, инвестиционной привлекательности и достигнуть более высоких результатов деятельности отеля, руководству ООО «Отель Магистрат» необходимо постоянно изыскивать резервы увеличения прибыли и искать пути снижения затрат. Разработка и внедрение инновационных гостиничных услуг повышает конкурентность отеля, узнаваемость брэнда, повышает

мотивацию клиентов пользования услугами именно ООО «Отель Магистрат». Все это напрямую способствует повышению финансового состояния, т.е. увеличение прибыли и повышение пользования услугами. В результате предложенных мероприятий ООО «Отель Магистрат» сможет погасить часть кредиторской задолженности и сократить финансовые потребности, как и 2018 году, так и в будущем.

3.3 Перспективы развития индустрии гостеприимства в Российской Федерации

Гостиничная сфера, без сомнения, в 2017 г. завоевала почетное место по темпам развития и привлечения инвестиций в индустрию. Данный факт не кажется странным, учитывая, что последние несколько лет гостиничная отрасль считается одной из наиболее привлекательных сфер для бизнеса. Связано это с тем, что в периоды с 2013 г. по настоящее время экономика нашей страны и мира в целом находится в неустойчивом положении. Гостиничный бизнес – это та сфера, которая может мгновенно реагировать на изменения извне. Возможность эффективно работать в кризис и максимизировать выручку во времена экономического роста делает гостиничную недвижимость гибкой и рентабельной.

В настоящее время гостиничный бизнес в России укрепляет позиции. Итоги 2017 г. показывают, что большинство граждан предпочли отдыху за рубежом российские курорты, спрос на которые возрос на 37% по сравнению с показателями предыдущих лет. Стоит отметить и интерес иностранных туристов к нашей стране. В текущем году количество прибытий в Россию увеличилось в среднем на 40%.

Благодаря растущим показателям, которые демонстрирует туристический бизнес, индустрия гостеприимства привлекает к себе все больше внимания со стороны как лиц, уже имеющих опыт работы в данной сфере, так и тех, кто делает первые шаги в нем.

Приняв в расчет основные события, которые произошли в гостиничной сфере в уходящем году, можно определить основные тенденции развития отрасли в 2018 – 2019 гг.

1. Коллаборации.

Коллаборация – это совместная деятельность людей или компаний, направленная на достижение общих целей. Данный тренд является одним из наиболее заметных как в гостиничной сфере, так и во многих других. Коллаборации объединяют под одной крышей порой совершенно разные и невообразимые идеи, в результате чего рождается новый и успешный продукт.

Так, одна из последних коллабораций этого года объединила крупнейшую в мире сеть деловых контактов LinkedIn с ведущей мировой отельной группой Accor Hotels. Компании представили новый сервис Business Check, доступный пользователям приложения

гостиничной сети. С его помощью путешественник может определить, кто из его рабочих «контактов» находится в том же городе, что и он, и связаться с ними — напрямую, через электронную почту или модуль Inmail. Опция доступна на 18 языках.

Взаимное сотрудничество дает компаниям возможность получения опыта, свежие идеи для развития бизнеса, новых партнеров и, самое главное, новую аудиторию. Кроме того, благодаря совместным усилиям в результате коллаборации создается то, чего раннее не было, что, в свою очередь, привлекает внимание общественности и чаще всего создает громкий информационный повод.

2. Выход на гостиничный рынок компаний, деятельность которых не связана с отельным бизнесом.

Благодаря тому, что гостиничная индустрия легче других сфер приспосабливается к внешним условиям, данная отрасль становится все популярней среди компаний, основная деятельность которых напрямую не связана с отельным бизнесом.

В этом году международный фонд прямых инвестиций Hermes-Sojitz, основная деятельность которого направлена на разработку месторождений полезных ископаемых, и пищевую промышленность, реализует проект курортного комплекса Scandic Regatta в Карелии. Проект включает в себя отель на 135 номеров, 10 плавучих домиков, марину на 100 яхт, 3 ресторана, SPA-комплекс, фитнес-центр, бассейн, вертолётную площадку. Это первый объект такого масштаба на территории республики. Завершение работы над комплексом ожидается к концу 2018 г.

Выход новых игроков на гостиничный рынок говорит о возрастающем интересе к данной сфере, что обуславливается множеством факторов, в частности, увеличивающимся туристическим потоком. По данным компании World Travel&Tourism Council, показатели мирового туризма (въезд/выезд) выросли в среднем на 3,1%, опередив глобальный прогноз экономического роста на 2,3%.

В России также прослеживается положительная тенденция в туристическом бизнесе. Несмотря на то, что подавляющую часть турпотока на данный момент составляют россияне (70-75%), прирост потока иностранных туристов также реально ощутим, в первую очередь, за счет туристов из Китая. По оценкам Ростуризма, увеличение потока только за счет этой группы туристов на конец 2017 г. составило порядка 40%.

3. Открытие отелей от имени известных брендов.

Продолжается тенденция развития на гостиничном рынке отелей от брендов модных домов. Мода уже давно вышла за привычные рамки одежды и аксессуаров. Сегодня она превратилась в глобальную концепцию, при помощи которой успешно выводится на рынок любой новый продукт, так или иначе связанный с громкими именами и раскрученными

торговыми марками. Versace, Armani, Missoni, Moschino и другие модные дома открывают собственные отели по всему миру.

Лишним подтверждением тому служит новый отель класса люкс от ювелирного дома Bulgari в Москве, открытие которого запланировано на 2019 год. Гостиница станет седьмой по счету, открытой в разных городах мира под брендом Bulgari Hotels and Resorts.

Другие бренды также не отстают от известной ювелирной компании. Так, в планах Итальянского дома Missoni открытие четырех отелей, которые будут расположены в Кувейте, Кейптауне, в Омане и одном из городов Бразилии. В настоящий момент от имени бренда действует отель Missoni в Великобритании.

4. Управление отелей крупными гостиничными операторами.

В 2017 г. число гостиниц в России под управлением международных сетей выросло на 3 772 номера. Крупнейшим новым отелем этого года в Москве стал гостиничный комплекс Accor, в составе которого в столице открылись три гостиницы: Ibis, Adagio, Novotel с общим номерным фондом в 701 номер. Из основных региональных открытий необходимо отметить отели сети Marriott в Краснодаре и в Воронеже. На 2018 год в России анонсировано открытие еще одиннадцати отелей под управлением международных брендов с общим номерным фондом 2 566.

Перспективы, которые дает известный бренд отелю, лежат на поверхности. Во-первых, это известное имя, означающее для приезжих гостей уверенность в том, что они получат определенный уровень сервиса, которым порой пренебрегают локальные гостиницы. Мировые стандарты качества обслуживания, оказываемые в брендированных сетевых отелях, являются показателем для многих гостей, впервые посетивших место. Во-вторых, использование бренда в гостиничном проекте позволяет привлечь его постоянных клиентов, которые пользовались раннее услугами отеля. Стоит отметить, что зачастую та или иная сеть становится корпоративным партнером компаний, что приносит стабильную прибыль проекту. И, наконец, сотрудничество с брендом, помимо внешних выгод, приносит отелю и ряд других преимуществ. Реклама, позиционирование, сервисное обслуживание и обучение персонала, разработка концепции и дизайна – все это является отработанной схемой развития и продвижения существующего бренда, которая налажена и отработана годами, что позволяет снять часть нагрузки с руководителя проекта.

Благодаря данным плюсам владельцы локальных отелей продолжат заключать сделки с крупными участниками гостиничного рынка для сохранения и развития бизнеса.

5. Эксклюзивная роскошь и индивидуальный подход.

Известное имя и стоящие за ним мировые стандарты качества еще не делают гостиничный проект успешным. Кроме этого необходимо учитывать новые тенденции, которые развиваются в гостиничной индустрии.

Современный путешественник ищет не просто место, где он переночует или скоротает время в перерывах между культурной программой. Сейчас туристы все чаще выбирают отели, которые переносят их в нестандартную атмосферу и имеют свои уникальные особенности. Такие заведения получили названия бутик-отели.

Бутик-отель – это небольшая гостиница, номерной фонд которой чаще всего не превышает 40-50 номеров. Персонал таких отелей стремится окружить своих постояльцев эксклюзивной роскошью и гарантирует обслуживание на высшем уровне.

О популярности отелей такого формата свидетельствует внимание к ним со стороны известных отельных сетей и крупных компаний.

Так, известная отельная группа Marriott запустила сеть «бутиков» Autograph Collection Hotels. Интерьер и экстерьер каждого объекта отличаются качеством выполнения, оригинальностью, богатым характером и необычными деталями. Autograph Collection Hotels созданы для независимого путешественника, который предпочитает стандартизированности нечто более непредсказуемое.

Не обошел стороной этот тренд и представителей спортивной элиты. Не менее интересный проект, который свидетельствует о популяризации «бутиков», – это CR7 Hotel. Бутик-отель CR7 является результатом сотрудничества одного из крупнейших отельных операторов в Европе Pestana Group и известного футболиста Криштиану Роналду. Отель расположен в португальском городе Фуршал, административном центре и главном порту острова Мадейра. По словам Дионисио Пестано, председателя совета директоров Pestana Group, сеть бутик-отелей CR7 будет развиваться, и в 2018 г. Pestana CR7 появится в Мадриде и Нью-Йорке.

Тот факт, что такой гостиничный формат, как бутик-отель, привлекает к себе все больше и больше внимания со стороны инвесторов, позволяет сделать вывод о смене приоритетов в сознании потребителей. Сегодня гостиница является не просто местом временной остановки - она заменяет постояльцу дом и должна соответствовать представлениям о нем.

Сегодня мировая индустрия гостеприимства развивается очень стремительно. Заметны изменения в приоритетах крупных отельных операторов в развитии собственных сетей, появляется все большее число участников на данном рынке из других отраслей, происходит демократизация: гостиницы стараются привлечь не только богатых клиентов, но и постояльцев со средним достатком. Благодаря этим и другим внешним факторам

формируются новые тенденции развития гостиничного бизнеса, которые можно будет наблюдать уже в 2018 г.

В качестве основных направлений дальнейшего развития гостиничного рынка можно выделить следующие:

– рост объемов услуг за счет интенсификации эксплуатации основных фондов;

– снижение затрат за счет экономии на персонале, переподготовки кадров и привлечения грамотных специалистов;

– закупка оборудования, необходимых материалов и товаров у оптовых продавцов;

– экономия затрат на функционирование номерного фонда;

– применение энергосберегающих и водосберегающих технических средств;

– техническое переоснащение гостиницы;

– реконструкция зданий и ремонт коммуникаций;

– переоснащение номерного фонда;

– постоянный плановый текущий ремонт номерной базы;

– расширение перечня оказываемых услуг;

– активная маркетинговая кампания и рекламно-выставочная деятельность;

– работа с туроператорами;

– поиск новых внутренних рынков сбыта и выход на международные рынки;

– улучшение потребительских качеств оказываемых услуг, в том числе и за счет повышения уровня подготовки персонала;

– поиск новых форм организации труда;

– рациональное использование имеющихся финансовых средств;

– усиление контроля за финансовой и хозяйственной деятельностью;

– сдача гостиничных площадей в аренду;

– переход на новые технологии обслуживания;

– совершенствование управленческих процессов, повышение ответственности топ-менеджеров;

– внедрение новых управленческих стратегий, соответствующих основным мировым тенденциям развития гостиничной индустрии;

– акционирование муниципальных гостиниц.

По прогнозам специалистов гостиничной индустрии, в 2018 году ожидается рост российского спроса среди российских туристов. Азиатские туристы будут одним из основных источников, обеспечивающих зарубежный спрос на хостелы и гостиницы Москвы. Загрузка отелей продолжит рост. По причине стабилизации внешнеполитических отношений ожидается увеличение числа зарубежных туристов. В том числе из Европы и США.

В ближайшее время у отелей всех сегментов должна появиться возможность начать наращивать тарифы на фоне растущего спроса, чему будет способствовать стимуляция правительством дальнейшей локализации экономики. Стабилизация геополитической ситуации в мире и внешнего имиджа России поможет увеличить количество гостей из-за рубежа и частично вернуть западный спрос с более высоким уровнем платежеспособности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В соответствии с целью исследования в ходе исследования были рассмотрены содержание, цели и методы финансового анализа деятельности предприятия. На основе анализа различных подходов к сущности финансового состояния предприятия установлено, что финансовое состояние характеризует кругооборот капитала предприятия, эффективность управления финансовыми и реальными активами, способность предприятия привлекать необходимые финансовые ресурсы, выражающееся в системе показателей.

Главная цель анализа финансового состояния – своевременно выявить и устранить недостатки в финансовой деятельности и найти резервы улучшения финансового состояния предприятия и его платежеспособности. Для достижения указанных целей используются различные методы экономического анализа. В современных условиях очень часто используются рейтинговые методы анализа, основа которых была заложена за рубежом в моделях анализа банкротства предприятий. Современные рейтинговые методы предназначены не только для оценки вероятности банкротства, но и для более точной оценки финансового состояния предприятия, с целью корректировки стратегии его развития.

Развитие гостиничного бизнеса в России стоит перед серьезными проблемами. Одна из них - это старение собственности отелей, 60% гостиниц требуют реконструкции. Как показывает практика, банки не хотят вкладывать деньги в реставрации и ремонт, так как это достаточно дорого обходится. Поэтому найти инвестора дело не из легких. Так как срок окупаемости в среднем 4 года, а у самих владельцев таких денег попросту нет.

Так же одной из первостепенных проблем данного бизнеса является дефицит квалифицированных кадров. В России резервы подготовленных работников отсутствуют, а для качественного обучения неопытных сотрудников требуется большое количество времени и финансовых ресурсов. Работа неквалифицированного гостиничного персонала приводит к убыткам в данной отрасли.

И наконец, третья проблема – это рост конкуренции в сфере гостеприимства. На отечественный рынок гостиничных услуг проникают международные сетевые компании. Это связано с нехваткой опыта отечественных компаний в этой сфере. Международные компании выкупают уже построенные гостиницы, поглощают конкурентов, строят новые объекты на свои средства и по своим технологиям. К примеру, отели сети Marriot уже более 5 лет функционируют на российском рынке (г. Сочи, г. Москва).

Эти проблемы гостиничного бизнеса в России обусловлены тем, что основную ставку инвесторы делают на строительство торговых и развлекательных комплексов, офисных и жилых центров. А гостиницы же откладываются на потом, поскольку сроки их окупаемости

выше. В связи с этим даже в новых отелях в итоге может «прихрамывать» сервис, не налажена четкая система безопасности гостей, не решен вопрос сезонности, когда в сезон отели переполнены, а в «несезон» простаивают без прибыли и так далее.

В ходе исследования была проведена оценка финансового состояния предприятия ООО «Отель Магистрат».

В ходе анализа были получены следующие показатели, имеющие исключительно хорошие значения: значение коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами на последний день анализируемого периода можно характеризовать как исключительно хорошее; коэффициент текущей (общей) ликвидности полностью соответствует нормативному значению; полностью соответствует нормальному значению коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности; коэффициент абсолютной ликвидности полностью соответствует нормальному значению; отличная рентабельность активов; рост рентабельности продаж; абсолютная финансовая устойчивость по величине излишка собственных оборотных средств; за период с 01.01.2017 по 31.12.2017 получена прибыль от продаж, более того наблюдалась положительная динамика по сравнению с предшествующим годом (+1 432 тыс. руб.); чистая прибыль за период 01.01–31.12.2017 составила 5 977 тыс. руб. (+1 326 тыс. руб. по сравнению с предшествующим годом); рост прибыли до процентов к уплате и налогообложения (EBIT) на рубль выручки организации.

В ходе анализа были получены следующие показатели, положительно характеризующие финансовое положение организации: чистые активы превышают уставный капитал, однако за весь анализируемый период произошло снижение величины чистых активов.

Показателем, имеющим значение на границе норматива, является следующий – не в полной мере соблюдается нормальное соотношение активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения.

В ходе анализа был получен лишь один показатель, имеющий критическое значение – отрицательное изменение собственного капитала относительно общего изменения активов организации.

Для улучшения финансового состояния и повышения эффективности деятельности гостиничному предприятию ООО «Отель Магистрат» целесообразно внедрять мероприятия направленные на: укрепление конкурентных преимуществ; увеличение выручки от реализации продукции, а также прибыли; увеличение остатков оборотных активов, в т.ч. денежной наличности.

В выпускной квалификационной работе произведена разработка мероприятий, направленных на повышение уровня загрузки номерного фонда отеля ООО «Отель

Магистрат»: проведено обоснование мероприятий, оценка затрат на внедрение мероприятий, определена ценовая политика. А так же экономическая эффективность разработанных мероприятий с точки зрения внутренней оценки, а так же с точки зрения инвестиционной привлекательности. В целом проект мероприятий эффективен и способствует привлечению чистых денежных средств в отель ООО «Отель Магистрат» в сумме 13650 тыс. руб.

Таким образом, на начальном этапе внедрения предложенных мероприятий можно сделать вывод о том, что для повышения финансово-экономического статуса, инвестиционной привлекательности и достигнуть более высоких результатов деятельности отеля, руководству ООО «Отель Магистрат» необходимо постоянно изыскивать резервы увеличения прибыли и искать пути снижения затрат. Разработка и внедрение инновационных гостиничных услуг повышает конкурентность отеля, узнаваемость брэнда, повышает мотивацию клиентов пользования услугами именно ООО «Отель Магистрат». Все это напрямую способствует повышению финансового состояния, т.е. увеличение прибыли и повышение пользования услугами. В результате предложенных мероприятий ООО «Отель Магистрат» сможет погасить часть кредиторской задолженности и сократить финансовые потребности, как и 2018 году, так и в будущем.

В выпускной квалификационной работе исследованы перспективы развития индустрии гостеприимства в Российской Федерации.

В качестве основных направлений дальнейшего развития гостиничного рынка можно выделить следующие: рост объемов услуг за счет интенсификации эксплуатации основных фондов; снижение затрат за счет экономии на персонале, переподготовки кадров и привлечения грамотных специалистов; закупка оборудования, необходимых материалов и товаров у оптовых продавцов; экономия затрат на функционирование номерного фонда; применение энергосберегающих и водосберегающих технических средств; техническое переоснащение гостиницы; реконструкция зданий и ремонт коммуникаций; переоснащение номерного фонда; постоянный плановый текущий ремонт номерной базы; расширение перечня оказываемых услуг; активная маркетинговая кампания и рекламно-выставочная деятельность; работа с туроператорами; поиск новых внутренних рынков сбыта и выход на международные рынки; улучшение потребительских качеств оказываемых услуг, в том числе и за счет повышения уровня подготовки персонала; поиск новых форм организации труда; рациональное использование имеющихся финансовых средств; усиление контроля за финансовой и хозяйственной деятельностью; сдача гостиничных площадей в аренду; переход на новые технологии обслуживания; совершенствование управленческих процессов, повышение ответственности топ-менеджеров; внедрение новых управленческих стратегий,

соответствующих основным мировым тенденциям развития гостиничной индустрии; акционирование муниципальных гостиниц.

По прогнозам специалистов гостиничной индустрии, в 2018 году ожидается рост российского спроса среди российских туристов. Азиатские туристы будут одним из основных источников, обеспечивающих зарубежный спрос на хостелы и гостиницы Москвы. Загрузка отелей продолжит рост. По причине стабилизации внешнеполитических отношений ожидается увеличение числа зарубежных туристов. В том числе из Европы и США.

В ближайшее время у отелей всех сегментов должна появиться возможность начать наращивать тарифы на фоне растущего спроса, чему будет способствовать стимуляция правительством дальнейшей локализации экономики. Стабилизация геополитической ситуации в мире и внешнего имиджа России поможет увеличить количество гостей из-за рубежа и частично вернуть западный спрос с более высоким уровнем платежеспособности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция Российской Федерации [электронный ресурс] //«Консультант Плюс»: справочная правовая система. URL: http://www.consultant.ru (дата обращения: 01.05.2018)

2. Налоговый кодекс Российской Федерации [электронный ресурс] //«Консультант Плюс»: справочная правовая система. URL: www.consultant.ru (дата обращения: 01.04.2018)

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Электронный ресурс]: федер. закон от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ: (в ред. от 23 мая 2018 г.) // «Консультант Плюс»: справочная правовая система. URL: http://www.consultant.ru (дата обращения: 04.02.2016)

4. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: федер. закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 23.05.2016) // «Консультант Плюс»: справочная правовая система. URL: http://www.consultant.ru (дата обращения: 03.04.2018)

5. О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях в целях совершенствования правового регулирования предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристской индустрии» [Электронный ресурс]: федер. закон от 05 февраля 2018 г. № 16-ФЗ (последняя редакция) // «Консультант Плюс»: справочная правовая система. URL: http://www.consultant.ru (дата обращения: 25.02.2018)

6. Об обществах с ограниченной ответственностью Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 08 февраля 1998 г. № 14-ФЗ: // «Консультант Плюс»: справочная правовая система. URL: http://www.consultant.ru (дата обращения: 03.04.2018)

7. Об утверждении требований к антитеррористической защищенности гостиниц и иных средств размещения и формы паспорта безопасности этих объектов [Электронный ресурс]: постановление Правительства РФ от 14 апреля 2017 г. №447 // «Консультант Плюс»: справочная правовая система. URL: http://www.consultant.ru (дата обращения: 12.03.2018)

8. Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации [Электронный ресурс]: постановление Правительства РФ от 9 октября 2015 г. №1085 // «Консультант Плюс»: справочная правовая система. URL: http://www.consultant.ru (дата обращения: 01.04.2018)

9. Анискин Ю.П. Деловая активность и экономические пропорции в управлении компанией // Электронные информационные системы. 2015. № 2. С. 93 — 102.

10. Арбузова Н.Ю. Состояние и перспективы развития гостиничного хозяйства Российской Федерации / Н.Ю. Арбузова, О.В. Яшин // Парад гостиниц. – 2016. – № 9. – С.6–7.

11. Бердникова Л. Ф., Альдебенева С. П. Финансовый анализ: понятие и основные методы // Молодой ученый. – 2016. – №1. – С. 330–338.

12. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. изд. 6-е, перераб. и доп. М.: Книжный мир, 2018. – 1050 с.

13. Виноградова М. В., Панина З. И., Ларионова А. А., Васильева Л. А. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства; Дашков и Ко - Москва, 2018. – 280 с.

14. Всяких М.В., Лоза А.С. Модели финансово-хозяйственного анализа риска банкротства предприятия // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 5. С. 51-53.

15. Гайфутдинова В. Р. Оценка финансового состояния предприятия и разработка мероприятий по его улучшению // Экономика и упр.: проблемы, решения. – 2014. – № 8 (32). – С. 57-61.

16. Гужвина Н. С., Охрименко А. А. Анализ финансового состояния как экономическая категория // Актуальные вопросы экономических наук. 2016. № 22-2. С.130.

17. Давыдова И. Ш. Некоторые подходы к улучшению финансового состояния фирмы в современных условиях хозяйствования / И. Ш. Давыдова, С. В. Алешкина // Научные исследования: от теории к практике : материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 7 июня 2016 г.) : в 2 т. Т. 2. – Чебоксары : ЦНС «Интерактив плюс», 2016. – № 2 (8). – С. 104–107.

18. Демко И.И. Сравнение отечественного и зарубежного опыта анализа финансового состояния компаний // Экономика и банки. 2018. - № 2. - С.22.

19. Дмитриева Л. С. Эффективность маркетинга и сервиса в гостиничном кластере как важный фактор развития сферы гостеприимства на современном этапе // Соврем. науч. исслед. и разработки. – 2017. – № 2 (10). – С. 301–302.

20. Евстигнеева О.А. Содержание понятия финансовое состояние коммерческой организации // Вектор науки ТГУ. 2016. № 2 (28). С.102.

21. Ермилова В. С. Гостиничный бизнес как путь к развитию регионов в Российской Федерации / В. С. Ермилова, Ю. Н. Дубова // Изв. Волгогр. гос. техн. ун-та. Сер.: Актуальные проблемы реформирования рос. экономики (теория, проблемы, перспективы). – 2016. – № 7. – С. 96–100

22. Забержинский Б.Э., Карева Н.В. Гостиничная индустрия: ее роль в развитии экономики, основные проблемы и пути их решения // Экономика, предпринимательство и право. – 2016. – Том 6. – № 1. – С. 99-110.

23. Зайцева С.С. Управленческая диагностика финансового состояния предприятия // Бизнес в законе. 2016. № 2. С.326.

24. Климовец О.В. Мобильные технологии в международном маркетинге. Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe. 2016. Т. 7. № 4. С. 35-37.

25. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Г.В. Савицкая. 8-е изд., перераб. и доп. М.: НИЦ Инфра-М, 2018. - 610 с.

26. Коростылев А. Аспекты безопасности в гостиницах // Гостиничное дело. — 2017. — № 9. — С. 66-71

27. Костяная В.И. Влияние внутренних и внешних факторов на финансовую устойчивость коммерческой организации и их классификация // Журнал: Научный вестник Южного института менеджмента. – 2016. – № 2. – С.74–77.

28. Кричевский Н.А. Как улучшить финансовое состояние предприятия. // Бухгалтерский учет. - 2017. - №12. с.53-54.

29. Крутькова С. А. Практические аспекты оценки финансового состояния предприятия // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2015. – № 7. – С. 25-36.

30. Курина Ю. С. Оценка и пути улучшения финансового состояния предприятий / Ю. С. Курина, И. В. Ильина // Молодой ученый. – 2016. – №12.5. – С. 46-49.

31. Львова И. Н. Пути улучшения финансового состояния предприятия // Научное сообщество студентов : материалы XII Междунар. студенч. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 1 окт. 2016 г.). – Чебоксары : ЦНС «Интерактив плюс», 2016. – С. 141-143.

32. Омельченко Т. А. Проблемы в теории и методологии анализа финансового состояния предприятия // Актуальные направления развития бухгалтерского учета, налогообложения и статистики в инновационно-ориентированной экономике : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., 23 ноября 2015 г. – Ростов н/Д., 2015. – С. 244–248.

33. Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России: Материалы международной научно-практической конференции, 9-10 марта 2017 г./ под ред. С.В. Дусенко, Н.Л. Авиловой; РГУФКСМиТ. – М., 2017. С. 45.

34. Соколова Ю. С. Анализ финансового состояния экономического субъекта // Вестн. магистратуры. – 2017. – № 6 (69). – С. 55–56.

35. Усанов А. Ю. Методики экономического анализа, используемые для оценки финансового состояния предприятия // Упр. учет. – 2015. – № 5. – С. 61–66.

36. Файзуллина А.А. Исследование подходов комплексной оценки финансового состояния предприятия // Молодой ученый. 2016. № 1. С.537-540.

37. Финансы организаций (предприятий): учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, специальности «Финансы и кредит» / [Н. В. Колчина и др.]; под ред. Н. В. Колчиной. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИДАНА, 2018. – 340 с.

38. Финансовый анализ. Управление финансами [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для вузов. 6-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. – 240 с.

39. Хаитова Е. О. Оценка финансового состояния предприятия, пути его улучшения на примере ОАО «Такф» / Е. О. Хаитова, О. А. Ковалева // Скиф. – 2017. – № 6. – С. 18-22.

40. Шадрина Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник и практикум / Г. В. Шадрина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 246 с.

41. Шерешева М. Ю. Развитие гостиничного бизнеса в регионах России / М. Ю. Шерешева, Е. Е. Полянская // Финансы и кредит. – 2016. – № 2. – С. 37–45.

42. Щетинина, К.И. Современные тенденции развития туристической отрасли и гостиничного бизнеса / К.И. Щетинина // Маркетинг услуг. – 2016. – № 3(35). – С.234.

43. Klimovets O.V. NEW MARKETING TECHNOLOGIES IN INTERNATIONAL BUSINESS. В сборнике: Living Economics: Yesterday, Today, Tomorrow. The International Scientific and Practical Web-Congress of Economists and Jurists. ISAE «Consilium». 2016. С. 25-30.

44. Актуальные вопросы гостинично-ресторанного бизнеса : материалы Междунар. науч.-практ. интернет-конф. препод. и мол. ученых. – Донецк : ДонНУЭТ, 2015. – 157 с. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://grs.donnuet.education/images/212015.pdf (01.04.18)

45. Александрова Ю. Я. Пути улучшения финансового состояния предприятия [Электронный ресурс] // Соврем. науч. исслед. и инновации : электрон. журнал. – 2017. – № 11. - URL: http://web.snauka.ru/issues/2017/11/84927 (25.05.2018).

46. Вакулина М.А. Анализ теоретических подходов к трактовке сущности понятия «финансовая устойчивость предприятия» // [Электронный ресурс] – http:// iupr.ru (дата обращения: 04.04.2018 г.).

47. Грищенко О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, [Электронное пособие] – URL: http://www.aup.ru/ (Дата обращения 15.04.2018 г.).

48. Интерактивплюс: Центра Научного Сотрудничества [Электронный ресурс] // https://interactive-plus.ru/ (дата обращения 25.04.2018 г.)

49. Недосекин С.В Финансовое состояние предприятия: сущность и организация в современных условиях: электронный журнал / С.В Недосекин, М.А. Иванов // Вестник РГАЗУ. [Электронный ресурс] - URL: http://www.rgazu.ru/ (Дата обращения 20.04.2018 г.).

50. Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса [Электронный ресурс] // http://www.frontdesk.ru/news/ (дата обращения 24.04.2018 г. г.)

51. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс] // http://www.russiatourism.ru/. (дата обращения 07.02.2018 г.)

52. Федеральная государственная служба статистики [Электронный ресурс] // http://www.gks.ru/. (дата обращения 15.04.2018 г.)

53. Фролова А. Е. Гостиничный номер по требованию – будущее гостиничного сервиса [Электронный ресурс] // Нижегородская наука. – 2017. – № 5 (5). – С. 23–30. – URL: http://nauka-nn.ru/images/arhiv/N5.2017.pdf (17.03.18).

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 – Бухгалтерский баланс ООО «Отель Магистрат»

Показатель	31.12.2017	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014
1	3	4	5	6
Актив				
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ Нематериальные активы	0	0	0	0
Результаты исследований и разработок	0	0	0	0
Нематериальные поисковые активы	0	0	0	0
Материальные поисковые активы	0	0	0	0
Основные средства	1297	1567	1004	57
Доходные вложения в материальные ценности	0	0	0	0
Финансовые вложения	0	3	0	0
Отложенные налоговые активы	0	0	0	0
Прочие внеоборотные активы	0	0	0	0
ИТОГО по разделу I	1297	1570	1004	57
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ Запасы	10481	12798	14938	419
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	0	0	0	0
Дебиторская задолженность	534	5555	2085	21619
задолженность учредителей по взносам в уставный капитал	0	0	0	0
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	0	0	0	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	640	433	317	2504
Прочие оборотные активы	0	0	0	0
ИТОГО по разделу II	11655	18786	17340	24542
БАЛАНС	12952	20356	18344	24599
Пассив				
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	10	10	10	10
Собственные акции, выкупленные у акционеров	0	0	0	0
Переоценка внеоборотных активов	0	0	0	0
Добавочный капитал (без переоценки)	0	0	0	0
Резервный капитал	0	0	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	12175	10695	17931	23813
ИТОГО по разделу III	12185	10705	17941	23823
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА Заемные средства	0	0	0	0
Отложенные налоговые обязательства	0	0	0	0
Оценочные обязательства	0	0	0	0
Прочие долгосрочные обязательства	0	0	0	0

Окончание таблицы А.1

Показатель	31.12.2017	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014
ИТОГО по разделу IV	0	0	0	0
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА Заемные средства	0	0	0	0
Кредиторская задолженность	767	9651	403	776
Доходы будущих периодов	0	0	0	0
доходы будущих периодов, возникшие в связи с безвозмездным получением имущества и государственной помощи	0	0	0	0
Оценочные обязательства	0	0	0	0
Прочие краткосрочные обязательства	0	0	0	0
ИТОГО по разделу V	767	9651	403	776
БАЛАНС	12952	20356	18344	24599

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.1 – Отчет о финансовых результатах ООО «Отель Магистрат»

Показатель	2017	2016	2015	2014
Выручка	36022	35026	33202	33017
Себестоимость продаж	28853	29289	30390	26783
Валовая прибыль (убыток)	7169	5737	2812	6234
Коммерческие расходы	0	0	0	0
Управленческие расходы	0	0	0	0
Прибыль (убыток) от продаж (стр.2100-2210-2220)	7169	5737	2812	6234
Доходы от участия в других организациях	0	0	0	0
Проценты к получению	0	0	0	0
Проценты к уплате	0	0	0	0
Прочие доходы	16	40	36	2
Прочие расходы	465	517	2026	1050
Прибыль (убыток) до налогообложения (стр.2200+2310+2320-2330+2340-2350)	6720	5260	822	5186
Текущий налог на прибыль	743	609	0	0
СПРАВОЧНО: постоянные налоговые обязательства (активы)	0	0	0	0
Изменение отложенных налоговых обязательств	0	0	0	0
Изменение отложенных налоговых активов	0	0	0	0
Прочее	0	0	0	0
Чистая прибыль (убыток) (стр.2300-2410+2430+2450+2460)	5977	4651	822	5186
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток)	0	0	0	0
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	0	0	0	0
Совокупный финансовый результат периода	5977	4651	822	5186

АНТИПЛАГИАТ
ТВОРИТЕ СОБСТВЕННЫМ УМОМ

Отчет о проверке на заимствования №1

Автор: Меньшакова Евгения jane_menshakova@mail.ru / ID: 2101458
Проверяющий: Меньшакова Евгения (jane_menshakova@mail.ru / ID: 2101458)

Отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат»- http://www.antiplagiat.ru

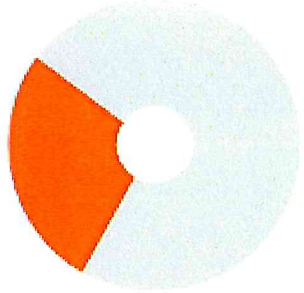
ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

№ документа: 70
Начало загрузки: 04.06.2018 07:37:08
Длительность загрузки: 00:00:02
Имя исходного файла: ВКР
Размер текста: 1276 кБ
Символов в тексте: 182415
Слов в тексте: 20709
Число предложений: 1801

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЧЕТЕ

Последний готовый отчет (ред.)
Начало проверки: 04.06.2018 07:37:11
Длительность проверки: 00:00:04
Комментарии: не указано
Модули поиска:

ЗАИМСТВОВАНИЯ	ЦИТИРОВАНИЯ	ОРИГИНАЛЬНОСТЬ
26,69%	0%	73,31%



Заимствования — доля всех найденных текстовых пересечений, за исключением тех, которые система отнесла к цитированиям, по отношению к общему объему документа.
Цитирования — доля текстовых пересечений, которые не являются авторскими, но система посчитала их использование корректным, по отношению к общему объему документа. Сюда относятся оформленные по ГОСТу цитаты; общеупотребительные выражения; фрагменты текста, найденные в источниках из коллекций нормативно-правовой документации.
Текстовое пересечение — фрагмент текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника.
Источник — документ, проиндексированный в системе и содержащийся в модуле поиска, по которому проводится проверка.
Оригинальность — доля фрагментов текста проверяемого документа, не обнаруженных ни в одном источнике, по которым шла проверка, по отношению к общему объему документа.
Заимствования, цитирования и оригинальность являются отдельными показателями и в сумме дают 100%, что соответствует всему тексту проверяемого документа.
Обращаем Ваше внимание, что система находит текстовые пересечения проверяемого документа с проиндексированными в системе текстовыми источниками. При этом система является вспомогательным инструментом, определение корректности и правомерности заимствований или цитирований, а также авторства текстовых фрагментов проверяемого документа остается в компетенции проверяющего.

№	Доля в отчете	Доля в тексте	Источник	Ссылка	Актуален на	Модуль поиска	Блоков в отчете	Блоков в тексте
[01]	4,07%	7,61%	ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ФИНАНС...	http://scienceforum.ru	раньше 2011	Модуль поиска Интернет	81	177
[02]	1,67%	7,43%	Анализ и оценка организации производственной и фин...	http://fan5.ru	20 Окт 2017	Модуль поиска Интернет	19	136
[03]	2,31%	6,63%	ОТЧЕТ 4-ЗПИФа/З/02. об оценке обыкновенных бездоку...	http://docplayer.ru	13 Сен 2017	Модуль поиска Интернет	47	127

Еще источников: 17
Еще заимствований: 18,64%