

Управление расходами гостиничного предприятия

Сержантова Дарья Витальевна, студент, Амурского государственного университета, Россия, г. Благовещенск

Аннотация. Для рационального управления расходами гостиницы, приведен анализ состава и структуры расходов на гостиничном предприятии за период 2016-2017 гг. и представлены возможные направления оптимизации расходов и мероприятия по их снижению.

Ключевые слова: гостиница, расходы, затраты, оптимизация, калькуляция себестоимости, бухгалтерский баланс.

Keywords: Hotel, expenses, costs, optimization, costing, balance sheet.

Некоторые гостиничные предприятия нуждаются в реконструкции и обновлении материальной базы, поскольку не соответствуют мировым стандартам. Проблемы гостиниц связаны с низким уровнем сервиса, недостаточной материально-технической оснащенностью, нехваткой профессиональных кадров, в том числе и специалистов в области гостиничного менеджмента, способных работать в рыночных условиях. И в следствии всего этого гостиницы неправильно регулирует свои расходы. Чтобы выявить причины увеличения затрат гостиничных предприятий, проведем постатейный анализ расходов, например одной из гостиниц.

Анализируя динамику затрат с 2016 по 2017 годы, можно увидеть, что затраты в 2017 г. по сравнению с 2016г. сократились на 1509 тыс. руб., темп роста составляет 95,64 %.

Значительно увеличились расходы на коммунальные услуги 83 тыс. руб., оплату телефонной службе 20 тыс. руб., что повлекло увеличение абсолютных показателей. Все эти расходы относятся к условно-переменным, которые напрямую зависят от объемов реализации и от размера выручки.

Затраты	2016	2017	Темп роста %
Затраты всего, тыс. руб.	34636	33127	95,64
В том числе:	15680	15050	95,98
переменные			
Зарплата с начислениями	4547	4450	97,86
Эксплуатация и ремонт номерного фонда	389	298	76,60
Оплата телефонной службе	380	400	105,26
Закупка продуктов и напитков	4568	4023	88,07
Электроэнергия и водо- снабжение	5796	5879	101,43
Постоянные	18956	18077	95,36
Амортизация	3560	3578	100,50
Эксплуатация и ремонт зданий	1790	1768	98,77
Маркетинг	2249	2172	107,12
Оплата аренды	5561	5514	96,57
Прочие расходы (пошли- ны и сборы)	494	75	15,18
ЗП управленческого пер- сонала	5302	4970	93,74
Прибыль до налогообло- жения	32290	33014	102,24
Налоги	2038	1090	53,48
Прибыль после налогооб- ложения	10802	13777	127,54

Таблица 1. Расходы гостиницы 2016-2017 гг.

Мероприятия по снижению расходов:

- 1) Нужно немедленно прекратить оплачивать расходы по некоторым статьям:
 - допустимые - санаторное лечение и другие льготы для сотрудни-
ков. Финансирование желательно, но не обязательно сохранять, особен-
но, если у предприятия нет свободных средств;
 - ненужные - например, оплата отдыха руководителю. На работе пред-
приятия никак не скажется прекращение финансирования ненужных за-
трат.

Потом следует проанализировать все пути оптимизации расходов и выяснить возможные последствия.

2) Быстрое снижение расходов на предприятии:

Экономия на сырье и материалах. Пути оптимизации расходов по этой, самой затратной, статье могут быть разными. Наиболее эффективный - пересмотр договоров с поставщиками. Сотрудничайте с крупными компаниями, которые могут предложить более низкие цены и отсрочки по платежам. Данное мероприятие необходимо учитывать ведь затраты на сырье и материалы в 2017 годы незначительно уменьшились по сравнению с 2016 годом и темп роста составляет 88.07%. Анализ и оптимизация затрат на транспорт, телекоммуникации, электроэнергию. Данное мероприятие необходимо т.к. затраты на электроэнергию и водоснабжение увеличилось в 2017 году и темп роста составляет 101.43%.

Самые распространенные способы снижения расходов на электроэнергию. Для минимизации расходов на электроэнергию необходимо выявить так называемые «энергетические ловушки» в гостинице. К ним можно отнести: «холостой» расход энергии в номерах, неэффективный расход воды, использование приборов на максимальных уровнях расхода энергии. Важным моментом здесь становятся мероприятия по работе с персоналом и формированию корпоративной культуры. Среди способов по сокращению расходов можно выделить: электронные ключи, энергосберегающие лампочки, ЖК-телевизоры. В гостинице следует заменить 365 обычных ламп накаливания, на энергосберегающие лампочки. Нужно приобрести электронные ключи в количестве 60 штук, 8 обычных телевизоров заменить ЖК-телевизорами. Также разумно в гостинице вместо ванн в каждом номере использовать душ, что даст большую экономию воды. Стоит рассмотреть борьбу с энергозатратами в иностранных гостиницах и перенять их ценный опыт.

3) Систематическое сокращение:

Управление инвестициями. Инвестиции в покупку нового оборудования такого как электронные ключи для входа в номер для сохранения его конкурентных преимуществ. Инвестиционные проекты должны проходить строгий отбор. Снача-

ла подразделение, которому необходим проект, должно обосновать его целесообразность. Затем желательно пригласить независимых экспертов, которые произведут технико-экономический расчет и помогут отобрать из нескольких предложений самое перспективное и выгодное. Для сокращения расходов на эксплуатацию и ремонт номерного фонда можно инвестировать деньги в покупку нового оборудования в номера, что позволит еще больше снизить затраты по данной статье, темп роста в 2017 году по сравнению с 2016 годом составляет 76.60%.

Управление закупками заключается в систематическом поиске выгодных поставщиков. Для начала необходимо пересмотреть целесообразность заказов различных продуктов, хоз. товаров и оборудования. Постараться сократить этот список, конечно, не лишая гостиницу необходимого. Затем дело за выбором поставщиков и создания взаимовыгодных отношений с ними. т. е. нужно выбрать надежных и удобных поставщиков с более гибкой ценовой политикой и привлекательными условиями оплаты поставок. Для наиболее выгодной цены имеет смысл делать закупки всего лишь у пары поставщиков, т. к. большие объемы способствуют снижению цены. И получив кратковременные скидки, можно оказаться в рискованной ситуации, когда уже сами поставщики станут диктовать свои условия. Еще одним полезным методом ощутимой экономии бюджета может стать партнерские отношения с другими гостиницами, которые позволят приобретать товары большими партиями, что также снижает общую цену;

Маркетинговые мероприятия. Необходимо ясно представлять эффект от каждого маркетингового инструмента и использовать лишь те, которые принесут гостинице новых клиентов, будь то участие в выставках, рекламных акциях или затраты на средства массовой информации. Важной составляющей успеха рекламной кампании является мониторинг актуальных методов продвижения. Например, на сегодняшний день становится очень актуальным стимулировать покупательский спрос через Интернет. Важно стимулировать постоянных клиентов возвращаться вновь, а также мотивировать его стать бесплатным инструментом развития бизнеса путем так называемого «сарафанного радио». Для этого следует ввести грамотную

программу лояльности, которая станет не просто пластиковой картой с логотипом гостиницы на память, а продуманной системой возврата гостей в ваше место размещения. Необходимо пересмотреть маркетинговые мероприятия в гостинице для снижения затрат т.к. в 2017 году по сравнению с 2016 годом темп роста составил 107.12%.

Вывод: стремиться минимизировать расходы — не значит действовать в ущерб интересам дела, лишь бы избежать затрат, задачу следует решать, отыскивая оптимально возможное соотношение доходов и расходов. Нужно учитывать сразу необходимые капитальные вложения и требуемые эксплуатационные расходы.

Список используемых источников:

1. Тимохина, Т. Л. Организация гостиничного дела: учебник для прикладного бакалавриата — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 331 с.
2. Тимохина, Т. Л. Гостиничная индустрия: учебник для СПО— М.: Издательство Юрайт, 2018. — 336 с.
3. Колышкин, А.В. Экономика предприятия: Учебник и практикум для академического бакалавриата – М.: Издательство Юрайт, 2018. - 498 с.