

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Рентабельность как показатель результата финансово-хозяйственной деятельности организации	5
1.1 Рентабельность как финансовый результат деятельности организации...	5
1.2 Экономическое значение и задачи оценки рентабельности	7
1.3 Методика анализа рентабельности организации	10
2 Анализ показателей рентабельности гостиницы «Припять» г. Мозырь	15
2.1 Организационно-экономическая характеристика гостиницы «Припять» г. Мозырь	15
2.2 Оценка показателей рентабельности гостиницы «Припять» г. Мозырь	18
2.3 Факторный анализ рентабельности продаж гостиницы «Припять» г. Мозырь	21
3 Пути повышения рентабельности гостиницы «Припять» г. Мозырь	25
3.1 Мероприятия по повышению рентабельности продаж	25
3.2 Расчет экономического эффекта от предложенных мероприятий	28
Заключение	31
Список использованных источников	33
Приложения	35

**(ОБРАЩАЕМ ВНИМАНИЕ, ЧТО НЕКОТОРЫЕ ФРАГМЕНТЫ РАБОТЫ
ИЗВЛЕЧЕНЫ ИЗ ДАННОГО ДОКУМЕНТА)**

ВВЕДЕНИЕ

В экономическом анализе результаты деятельности предприятий могут быть оценены такими показателями, как объем выпуска продукции, объем продаж, прибыль. Однако значений перечисленных показателей недостаточно для того, чтобы сформировать мнение об эффективности деятельности того или иного предприятия. Это связано с тем, что данные показатели являются абсолютными характеристиками деятельности предприятия, и их правильная интерпретация по оценке результативности может быть осуществлена лишь во взаимосвязи с другими показателями, отражающими вложенные в предприятие средства. Поэтому для характеристики эффективности работы предприятия в целом, доходности различных направлений деятельности (хозяйственной, финансовой, предпринимательской) в экономическом анализе рассчитывают показатели рентабельности (или доходности).

Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (операционной, инвестиционной, финансовой). Они более полно, чем показатель прибыли, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или потребленными ресурсами.

Рентабельность – показатель эффективности деятельности предприятия, выражающий относительную величину прибыли и характеризующий степень отдачи средств, используемых в производстве. Необходимо отметить, что показатели рентабельности являются важными элементами, отражающими факторную среду формирования прибыли предприятий. Поэтому они обязательны при проведении сравнительного анализа и оценке финансового состояния предприятия.

Поэтому показатели рентабельности капитала (активов), показатели рентабельности продукции сегодня актуальны как объекты исследования деятельности предприятий.

Объектом исследования является Открытое акционерное общество «Мозырский гостиничный комплекс «Припять».

Предметом исследования являются показатели рентабельности организации и направления экономического роста в ОАО «Мозырский гостиничный комплекс «Припять».

Цель курсовой работы – изучение экономической сущности рентабельности, классификация показателей рентабельности, характеристика методики расчета показателей рентабельности, анализ рентабельности деятельности предприятия, определение путей повышения рентабельности в организации.

Основными задачами являются:

- характеристика экономической сущности рентабельности;
- анализ рентабельности предприятия, выявление факторов, повлиявших на данный показатель;

- определение путей повышения рентабельности на предприятии;
- выявление резервов роста повышения рентабельности в ОАО «Мозырский гостиничный комплекс «Припять».

В работе использованы общенаучные методы исследования, такие, как анализ и синтез, сравнение, наблюдение, сопоставление, обобщение теоретического и практического материала, статистический анализ.

Элементами научной новизны полученных результатов является возможность внедрения разработанных предложений в практику деятельности предприятия.

1 Рентабельность как показатель результата финансово-хозяйственной деятельности организации

1.1 Рентабельность как финансовый результат деятельности организации

Финансовый результат хозяйственной деятельности туристического предприятия любой организационно-правовой формы представлен в виде прибыли или убытка. Обобщающим результативным показателем производственно-финансовой деятельности туристического предприятия и его источником финансовых накоплений является прибыль.

Показателями, характеризующими эффективность деятельности туристических предприятий, являются показатели рентабельности (или доходности).

В экономической литературе дается несколько понятий рентабельности. Так, одно из его определений звучит следующим образом: рентабельность (от нем. *rentabel* – доходный, прибыльный) представляет собой показатель экономической эффективности производства туристического продукта на предприятиях, который комплексно отражает использование материальных, трудовых и денежных ресурсов [4, с. 93].

Рентабельность – показатель, представляющий собой отношение прибыли к сумме затрат на производство, денежным вложениям в организацию коммерческих операций или сумме имущества фирмы используемого для организации своей деятельности [3, с. 74].

Так или иначе, рентабельность представляет собой соотношение дохода и капитала, вложенного в создание этого дохода. Увязывая прибыль с вложенным капиталом, рентабельность позволяет сравнить уровень доходности туристического предприятия с альтернативным использованием капитала или доходностью, полученной предприятием при сходных условиях риска. Более рискованные инвестиции требуют более высокой прибыли, чтобы они стали выгодными. Так как капитал всегда приносит прибыль, для измерения уровня доходности прибыль, как вознаграждение за риск, сопоставляется с размером капитала, который был необходим для образования этой прибыли. Рентабельность является показателем, комплексно характеризующим эффективность деятельности туристического предприятия [1, с. 68].

При его помощи можно оценить эффективность управления предприятием, так как получение высокой прибыли и достаточного уровня доходности во многом зависит от правильности и рациональности принимаемых управленческих решений. Поэтому рентабельность можно рассматривать как один из критериев качества управления.

По значению уровня рентабельности можно оценить долгосрочное благополучие туристического предприятия, т.е. способность предприятия получать достаточную прибыль на инвестиции. Для долгосрочных кредиторов инвесторов, вкладывающих деньги в собственный капитал предприятия,

данный показатель является более надежным индикатором, чем показатели финансовой устойчивости и ликвидности, определяющиеся на основе соотношения отдельных статей баланса [19, с. 95].

Устанавливая связь между суммой прибыли и величиной вложенного капитала, показатель рентабельности можно использовать в процессе прогнозирования прибыли. В процессе прогнозирования с фактическими и ожидаемыми инвестициями сопоставляется прибыль, которую предполагается получить на эти инвестиции. Оценка предполагаемой прибыли базируется на уровне доходности за предшествующие периоды с учетом прогнозируемых изменений.

Кроме того, большое значение рентабельность имеет для принятия решений в области инвестирования, планирования, при составлении смет, координировании, оценке и контроле деятельности предприятия и ее результатов [21, с. 43].

Прибыль – это часть чистого дохода, создаваемого в процессе производства и реализованного в сфере обращения, который непосредственно получают туристические предприятия. Только после продажи продукции чистый доход принимает форму прибыли. Количественно она представляет собой разность между выручкой (без налога и других отчислений из выручки в бюджетные фонды) и полной стоимостью реализованной продукции. Значит, чем больше предприятие, реализует рентабельной продукции, тем больше получит прибыль, тем лучше его финансовое состояние [23, с. 15].

Прибыль, как конечный финансовый результат деятельности фирмы, представляет собой разность между общей суммой доходов и затратами на производство и реализацию продукции с учетом убытков от различных хозяйственных операций. Таким образом, прибыль формируется в результате взаимодействия многих компонентов как с положительным, так и с отрицательным знаком. Прибыль как главный результат предпринимательской деятельности обеспечивает потребности самой фирмы и государства в целом.

Конечный финансовый результат складывается под влиянием объема реализации, уровня торговой надбавки и размера издержек обращения по реализации товаров. Правильно организованный учет финансовых результатов туристического предприятия позволяет оперативно контролировать их размер. На размер полученной прибыли оказывают влияние, как положительные факторы, так и отрицательные [16, с. 45].

Анализ финансовых результатов деятельности предприятия включает в качестве обязательных элементов: оценку изменения по каждому показателю за анализируемый период («горизонтальный период» показателей); оценку структур показателей прибыли и изменений их структуры («вертикальный анализ» показателей); изучение хотя бы в самом общем виде динамики изменения показателей за ряд отчетных периодов («трендовый анализ» показателей); выявление факторов и причин изменения показателей прибыли и их количественную оценку [7, с. 68].

Основными задачами анализа прибыльности являются:

— анализ и оценка уровня и динамики показателей прибыли;

- факторный анализ прибыли от реализации продукции (работ, услуг);
- анализ финансовых результатов от прочей реализации, внеореализованной и финансовой деятельности;
- анализ и оценка использования чистой прибыли;
- анализ и взаимосвязи затрат, объема производства (продаж) и прибыли;
- анализ резервов роста прибыли на основе оптимизации объемов реализации и издержек производства и обращения [13, с. 70].

Таким образом, можно сделать вывод, что результаты деятельности предприятий могут быть оценены различными показателями, такими, как объем продаж, прибыль. Характеризуя финансовый результат, перечисленные показатели не способны оценить эффективность деятельности туристических предприятий. Это связано с тем, что данные показатели являются абсолютными характеристиками деятельности туристического предприятия, и их правильная интерпретация по оценке результативности может быть осуществлена во взаимосвязи с другими показателями, характеризующими вложенные в предприятие средства. Показатели рентабельности характеризуют финансовые результаты и эффективность деятельности туристического предприятия. Они измеряют доходность туристического предприятия с различных позиций и систематизируются в соответствии с интересами участников экономического процесса.

1.2 Экономическое значение и задачи оценки рентабельности

Показатели рентабельности являются важными характеристиками факторной среды формирования прибыли туристических предприятий. Поэтому они обязательны при проведении сравнительного анализа и оценке финансового состояния предприятия. При анализе производства показатели рентабельности используются как инструмент инвестиционной политики и ценообразования.

В экономической литературе различные авторы по-разному классифицируют показатели рентабельности. Одной из таких классификаций является подразделение на: показатели рентабельности хозяйственной деятельности; показатели финансовой рентабельности; показатели рентабельности продукции [6, с. 121].

Общая рентабельность объединений, предприятий определяется отношением прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств и рассчитывается по формуле [22, с. 125]:

$$P = \Pi : (O_{\phi} + O_c) \times 100 \%, \quad (1.1)$$

где P – уровень рентабельности, %;

П – прибыль;
О_ф – среднегодовая стоимость основных производственных фондов;
О_с – среднегодовая стоимость нормируемых оборотных средств.

Фактическая общая рентабельность определяется отношением прибыли к фактической среднегодовой стоимости производственных основных фондов и нормируемых оборотных средств, не про кредитованных банком. Фактические остатки нормируемых оборотных средств устанавливаются исходя из их остатка по балансу за вычетом задолженности поставщикам по акцептованным платежным требованиям, срок оплаты которых не наступил, и поставщикам по неотфактурованным поставкам, а также износа малоценных и быстроизнашивающихся предметов и резерва на возмещение плановых потерь и предстоящих расходов [17, с. 174].

Уровень рентабельности зависит не только от суммы прибыли, но и от фондоемкости производства. На предприятиях, объединения тяжелой промышленности с высокой фондоемкостью производства уровень рентабельности по отношению к производственным фондам ниже, чем в объединениях, на предприятиях легкой и особенно пищевой промышленности. С увеличением суммы прибыли и уменьшением стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств рентабельность повышается, и наоборот [10, с. 34].

При анализе работы объединений, предприятий, особенно при планировании к оценке рентабельности туристического продукта, важное значение имеет рентабельности определяемая как отношение суммы прибыли к полной себестоимости реализованной продукции. Расчет рентабельности отдельных видов продукции производится по формуле 1.2 [2, с. 119]:

$$P = (O - C) : C \times 100 \% ; \quad (1.2)$$

где P – уровень рентабельности, %;
O – оптовая цена предприятия на изделие;
C – издержки обращения.

Показатель рентабельности по изделиям отражает эффективность затрат живого и овеществленного труда на производство продукции.

При определении норматива расчетной рентабельности к себестоимости продукции за вычетом стоимости использованных материальных затрат исключаются из себестоимости продукции в калькуляционном разрезе только прямые статьи затрат [9, с. 46].

Основные показатели рентабельности можно объединить в следующие группы: 1) показатели рентабельности капитала (активов), 2) показатели рентабельности продукции; 3) показатели, рассчитанные на основе потоков наличных денежных средств [14, с. 214].

Первая группа показателей рентабельности формируется как отношение прибыли к различным показателям авансированных средств, среди которых

наиболее важными являются: 1) все активы предприятия; 2) инвестиционный капитал (собственные средства + долгосрочные обязательства); 3) акционерный (собственный) капитал [3, с. 72].

Несовпадение уровней и рентабельности по этим показателям характеризует степень использования предприятием финансовых рычагов для повышения доходности: долгосрочных кредитов и других заемных средств.

Данные показатели специфичны тем, что отвечают интересам всех участников бизнеса предприятия.

Каждый показатель легко моделируется по факторным зависимостям. Ниже рассмотрена следующая очевидная зависимость (формула 1.3) [1, с. 37]:

$$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Все активы}} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Объем продаж}} \cdot \frac{\text{Объем продаж}}{\text{Все активы}} \quad (1.3)$$

Эта формула раскрывает связь между рентабельностью всех активов, рентабельностью реализации и оборачиваемостью активов. Экономически связь, заключается в том, что формула прямо указывает пути повышения рентабельности при низкой рентабельности продаж необходимо стремиться к ускорению оборота активов.

Рассмотрена еще одна факторная модель рентабельности (формула 1.4) [1, с. 40]:

$$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Акционерный капитал}} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Объем продаж}} \cdot \frac{\text{Объем продаж}}{\text{Сов капитал}} \cdot \frac{\text{Сов капитал}}{\text{Акц капитал}} \quad (1.4)$$

Как видно, рентабельность собственного (акционерного) капитала зависит от изменения уровня рентабельности продукции, скорости оборота совокупного капитала и соотношения собственного и заемного капитала. Изучение подобных зависимостей имеет большое значение для оценки влияния различных факторов на показатели рентабельности [11, с. 84].

Вторая группа показателей формируется на основе расчета уровней и рентабельности по показателям прибыли, отражаемым в отчетности туристических предприятий.

Данные показатели характеризуют прибыльность продукции базисного (K_0) и отчетного (K_1) периодов. Например, рентабельность продукции по прибыли от реализации (формулы 1.5-1.9) [1, с. 43]:

$$K_0 = \frac{P_0}{N_0}; \quad (1.5)$$

$$K_1 = \frac{P_1}{N_1}; \quad (1.6)$$

или:

$$K_0 = \frac{N_0 - S_0}{N_0}; \quad (1.7)$$

$$K_1 = \frac{N_1 - S_1}{N_1}; \quad (1.8)$$

$$DK = K_1 - K_0, \quad (1.9)$$

где P_1, P_0 – прибыль от реализации отчетного и базисного периодов;

N_1, N_0 – реализация продукции (работ, услуг) отчетного и базисного периодов;

S_1, S_0 – себестоимость продукции (работ, услуг) отчетного и базисного периодов;

ΔK – изменение рентабельности в отчетном периоде по сравнению с базисным периодом.

Третья группа показателей рентабельности формируется аналогично первой и второй группам, однако вместо прибыли в расчет принимается чистый приток денежных средств (формула 1.10) [18, с. 145]:

$$\frac{\text{ЧПДС}}{\text{Объем продаж}} \frac{\text{ЧПДС}}{\text{совокупный капитал}} \frac{\text{ЧПДС}}{\text{Собственный капитал}}, \quad (1.10)$$

где ЧПДС – чистый приток денежных средств.

Данные показатели дают представление о степени возможности предприятия расплатиться с кредиторами, заемщиками и акционерами денежными средствами в связи с использованием имеющего места денежного притока. Концепция рентабельности исчисляемой на основе притока денежных средств приоритетна, потому, что операции с денежными потоками, обеспечивающие платежеспособность, является существенным признаком состояния предприятия [5, с. 82].

Таким образом, основные пути роста рентабельности – ускорение внедрения и освоения новой, более прогрессивной техники и технологии, повышение производительности труда, снижение себестоимости туристического продукта, улучшение его качества, усиление режима экономии в расходовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов и повышение материальной заинтересованности работников в результатах своего труда.

1.3 Методика анализа рентабельности организации

Показатели рентабельности и эффективности использования имущества характеризуют прибыльность деятельности туристического предприятия и рассчитывается как отношение полученной прибыли к различным видам или статьям затрат. Это важнейшая группа показателей, так как результаты их анализа позволят принять решения вложениях собственных средств в тот или иной бизнес, характеризует целесообразность деятельности фирмы, является результирующей ее ценой [50, с. 17].

Рентабельность оборота, характеризует эффективность операционной деятельности предприятия. Она призвана оценить прибыльность производства в целом, но также может быть использована для сравнения прибыльности отдельных видов продукции. Рассчитывается как отношение операционного дохода к валовой выручке [21, с. 44].

Средний уровень рентабельности продаж колеблется в зависимости от отрасли и поэтому не имеет какого-либо норматива. Данный показатель важен при сравнении его с соответствующими показателями однотипных предприятий, в динамике или по сравнению с плановыми показателями.

Рентабельность собственного капитала – самый значимый показатель в деятельности предприятия, характеризующий эффективность использования имущества, находящегося в его собственности. На основе этого показателя собственник активов может выбрать место их вложения. При расчете принимается во внимание не операционный доход, а конечная, чистая прибыль, которая будет образом распределена между владельцами (акционерами) предприятия. Рассчитывается как отношение чистой прибыли к среднегодовой стоимости собственного капитала.

Следовательно, для повышения эффективности вложения можно действовать в двух основных направлениях: 1) увеличение чистой прибыли - увеличение объемов сбыта и рентабельности продаж. 2) уменьшение собственного капитала – эффективное управление текущими активами и пассивами, снижение потребности в дополнительном финансировании [48].

В общем случае для оценки целесообразности вложения средств в тот или иной бизнес следует сравнить прогнозируемую рентабельность собственного капитала с альтернативными возможностями размещения свободных ресурсов (например, депозит) с учетом фактора риска [30, с. 92].

Для того чтобы понять, как и за счет чего формируется итоговый показатель рентабельности собственного капитала следует рассмотреть ряд промежуточных показателей.

Рентабельность чистых активов используется при оценке эффективности финансового рычага.

Финансовый рычаг – соотношение собственных и заемных средств в структуре чистых активов характеризует влияние кредитования на эффективность деятельности предприятия. Основным критерий оценки эффективности финансового рычага - ставка банковского кредита. Если кредитная ставка ниже показателя рентабельности чистых активов, то увеличение доли кредитов повысит значение рентабельности собственного капитала, и наоборот.

Эффект финансового рычага (ЭФР) [30, с. 94]:

$$\text{ЭФР} = (\text{ROA} - \text{Ц}_{\text{зк}}) \times (1 - \text{К}_{\text{н}}) \times \text{ЗК} : \text{СК}, \quad (1.11)$$

где ROA – экономическая рентабельность совокупного капитала до уплаты налогов (отношение суммы балансовой прибыли к среднегодовой сумме всего капитала), %;

$\text{Ц}_{\text{зк}}$ – средневзвешенная цена заемных ресурсов (отношение расходов по обслуживанию долговых обязательств к среднегодовой сумме заемных средств), %;

$\text{К}_{\text{н}}$ – коэффициент налогообложения (отношение суммы налогов из прибыли к сумме балансовой прибыли) в виде десятичной дроби;

ЗК – среднегодовая сумма заемного капитала;

СК – среднегодовая сумма собственного капитала.

Эффект финансового рычага показывает, на сколько процентов увеличивается сумма собственного капитала за счет привлечения заемных средств в оборот предприятия. Положительный ЭФР возникает в тех случаях, если рентабельность совокупного капитала выше средневзвешенной цены заемных ресурсов, т.е. если $\text{ROA} > \text{Ц}_{\text{зк}}$. Например, рентабельность совокупного капитала после уплаты налога составляет 15%, в то время как цена заемных ресурсов равна 10%. Разность между стоимостью заемных средств и доходностью совокупного капитала позволит увеличить рентабельность собственного капитала. При таких условиях выгодно увеличивать плечо финансового рычага, т.е. долю заемного капитала. Если $\text{ROA} < \text{СП}$, создается отрицательный ЭФР (эффект «дубинки»), в результате чего происходит «проедание» собственного капитала и это может стать причиной банкротства предприятия [30, с. 102].

А в условиях инфляции эффект финансового рычага зависит от следующих факторов: а) разницы между ставкой доходности всего совокупного капитала и ставкой ссудного процента; б) уровня налогообложения; в) суммы долговых обязательств; г) темпов инфляции.

Изменение величины коэффициента финансового левириджа (плеча финансового рычага) на уровне предприятия зависит от доли заемного капитала в общей сумме активов, доли основного капитала в общей сумме активов, соотношения оборотного и основного капитала, доли собственного оборотного капитала в формировании текущих активов, а также от доли собственного оборотного капитала в общей сумме собственного капитала (коэффициента маневренности собственного капитала) [43, с. 156]:

$$\text{К}_{\text{фл}} = \text{Д}_{\text{з}} : \text{Д}_{\text{А}} : \text{Д}_{\text{О}} : \text{Д}_{\text{С}} \times \text{К}_{\text{М}}, \quad (1.12)$$

где $\text{К}_{\text{фл}}$ – плечо финансового рычага (коэффициент финансового риска);

$\text{Д}_{\text{з}}$ – доля заемного капитала в активах;

$\text{Д}_{\text{А}}$ – отношение суммы основного капитала к сумме активов;

D_o – приходится оборотного капитала на рубль основного капитала;
 D_c – доля собственного оборотного в формировании оборотных активов;
 K_M – отношение собственного оборотного капитала к собственному капиталу (коэффициент маневренности собственного капитала).

Основными факторами, формирующими частные показатели и через них влияющими на рентабельность собственного капитала являются: 1) факторы операционной деятельности: рентабельность продаж и оборачиваемость чистых активов; 2) факторы финансовой деятельности: финансовый рычаг и проценты и налоги.

Рентабельность активов показывает прибыль, приносимую всеми без исключения средствами предприятия, независимо от их вида или источника формирования. Рассчитывается как отношение чистой прибыли к общей величине активов. Служит для оценки эффективности бизнеса в целом (а не только эффективности собственного капитала) [46, с. 37].

Коэффициент реинвестирования прибыли – характеризует дивидендную политику фирмы, показывает долю чистой прибыли, остающуюся на предприятии, и, следовательно, служащий дальнейшему его развитию. Рассчитывается как отношение чистой нераспределенной прибыли (реинвестированной прибыли) к чистой прибыли предприятия.

Непосредственно для акционеров компании будут предоставлять интерес следующие показатели рентабельности предприятия: а) чистая прибыль на акцию – величина чистой прибыли, полученной предприятием, приходящаяся на одну акцию; б) дивиденд на акцию – прибыль распределяемая между акционерами, приходящаяся на одну акцию [47, с. 85].

Финансовые показатели предприятия взаимосвязаны и улучшение одних из них может вызвать ухудшение других, например: привлечение заемного капитала, увеличивает рентабельность собственного капитала, но понижает финансовую устойчивость компании: повышение оборачиваемости влечет за собой сокращение величины оборотных активов и, следовательно, ухудшает ликвидность; привлечение долгосрочного кредита позволяет отказаться от краткосрочного кредитования – ликвидность улучшается за счет падения долгосрочной устойчивости [47, с. 91].

На уровень и динамику показателей рентабельности оказывает влияние вся совокупность производственно-хозяйственных факторов: уровень организации производства и управления; структура капитала и его источников; степень использования производственных ресурсов; объем, качество и структура продукции; затраты на производство и себестоимость изделий; прибыль по видам деятельности и направления ее использования.

Методология факторного анализа показателей рентабельности предусматривает разложение исходных формул расчета показателя по всем качественным и количественным характеристикам интенсификации производства и повышения эффективности хозяйственной деятельности.

Например, для анализа общей рентабельности (рентабельности активов) можно использовать трех- или пятифакторную модель [30, с. 105].

Рентабельность активов тем выше, чем выше прибыльность продукции, чем выше отдача долгосрочных активов и скорость оборота краткосрочных активов, чем ниже общие затраты на 1 рубль продукции и удельные затраты по экономическим элементам (средств труда, материалов, труда). Числовая оценка влияния отдельных факторов на уровень рентабельности определяется по методу цепных подстановок или по интегральному методу оценки факторных влияний [16, с. 105].

Для факторного анализа рентабельности продаж, используют следующую формулу 1.13 [30, с. 112]:

$$R_{\text{продаж}} = (BP - C - KP - UP) : BP, \quad (1.13)$$

где BP – выручка от продажи;

C – себестоимость продаж;

KP – коммерческие расходы;

UP – управленческие расходы.

Постепенно заменяя уровень предыдущего периода каждого фактора на уровень отчетного периода можно определить, на сколько изменился уровень рентабельности капитала предприятия за счет эффективности использования основного капитала, за счет эффективности использования оборотного капитала, а также за счет рыночной эффективности деятельности туристического предприятия.

Таким образом, механизм эффективного управления рентабельностью организации на сегодняшний день должен базироваться на всестороннем учете тесной взаимосвязи этого показателя с доходами и издержками производства и обращения. Система такой взаимосвязи позволяет не только выделить роль каждого фактора в процессе формирования финансового результата, но и выявить положительные и отрицательные стороны управления финансовыми потоками, найти верные варианты управленческих решений, стратегических задач развития. Основными источниками резервов повышения уровня рентабельности продукции является увеличение суммы прибыли от реализации продукции, снижение себестоимости продукции и услуг.

2 Анализ показателей рентабельности гостиницы «Припять» г. Мозырь

2.1 Организационно-экономическая характеристика гостиницы «Припять» г. Мозырь

Гостиничный комплекс «Припять» расположен в городе Мозырь. Гостиница находится в центре города, на правом берегу реки Припять. Размещаясь на возвышенности, гостиница открывает своим гостям живописные виды местности.

Открытое акционерное общество «Мозырский гостиничный комплекс «Припять». Юридический/почтовый адрес: 247760, Гомельская область, г. Мозырь, ул. Пролетарская, 8. Директор – Коноплич Сергей Сергеевич

Год основания – 1985 г. Номерной фонд составляет 277 койко-мест (205 номеров), расположенных в одном 8-этажном корпусе.

К услугам гостей комфортабельные номера, ресторан, кафе, лобби-бар, конференц-зал, автостоянка. Большая гостиница Припять предлагает номера различной ценовой категории (таблица 2.1).

Таблица 2.1 – Категории и стоимость номеров в гостинице «Припять»

Категория номера / Удобства / Оснащение	Цена за номер
1-местный 3-комнатный / Standard A (гостиница) ванна, туалет, умывальник / 2-спальная кровать, Wi-Fi, ТВ, холодильник	135,91 BYN
1-местный 2-комнатный / Standard B (гостиница) душ, туалет, умывальник / 2-спальная кровать, Wi-Fi, ТВ, холодильник	79,72 BYN
1-местный 2-комнатный / Standard B с кондиционером (гостиница) душ, туалет, умывальник / 2-спальная кровать, Wi-Fi, ТВ, кондиционер, холодильник	89,72 BYN
1-местный 1-комнатный / Standard C (гостиница) душ, туалет, умывальник / Wi-Fi, ТВ, холодильник	59,89 BYN
1-местный 1-комнатный / Economy A (гостиница) душ, туалет, умывальник / Wi-Fi, ТВ, холодильник	49,49 BYN
1-местный 1-комнатный / Economy B (гостиница) душ, туалет, умывальник / Wi-Fi, ТВ, холодильник	41,99 BYN
2-местный 2-комнатный стандарт с кондиционером (гостиница) душ, туалет, умывальник / Wi-Fi, ТВ, кондиционер, холодильник	105,62 BYN
2-местный 2-комнатный стандарт (гостиница) душ, туалет, умывальник / Wi-Fi, ТВ, холодильник	95,62 BYN
2-местный 2-комнатный эконом (гостиница) душ, туалет, умывальник / Wi-Fi, ТВ, холодильник	67,84 BYN

Примечание – Источник: данные организации.

Для людей пользующихся инвалидной коляской, оборудованы три специальных номера. Расположена она в центре, что удобно для туристов, по

правую сторону протекает живописная река Припять и давшая название отелю. К удобству постояльцев, завтрак включен в стоимость проживания. На территории имеется банкомат и охраняемая стоянка и парковка. Для рабочих людей работает конференц-зал. Дети до 8-ми лет проживают бесплатно. Услуги камеры хранения, сейфа на ресепшн. Питание предлагают местные кафе, бар, лобби-бар, ресторан. Для торжественных мероприятий работает банкетный большой зал.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности играет важную роль в повышении экономической эффективности деятельности организации, в ее управлении, в укреплении ее финансового состояния [11, с. 53]. Основные экономические показатели финансово-хозяйственной деятельности гостиницы «Припять» представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Экономические показатели финансово-хозяйственной деятельности гостиницы «Припять» за 2021-2023 гг.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение 2023 / 2022	Темпы роста 2023 / 2022
	2021	2022	2023		
Выручка от реализации продукции, работ, услуг, тыс. руб.	3119	3491	3940	449	112,86
Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	2679	3048	3356	308	110,10
Валовая прибыль, тыс. руб.	440	443	584	141	131,83
Управленческие расходы, тыс. руб.	294	365	451	86	123,56
Прибыль от реализации, тыс. руб.	146	78	133	55	170,51
Чистая прибыль, тыс. руб.	25	5	1	-4	20,00
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	139090	149503	175975	26472	117,71
Фондоотдача	0,02	0,02	0,02	0,00	95,88
Фондоёмкость	44,59	42,83	44,66	1,84	104,29

Примечание – Источник: данные приложений А, Б.

Исходя из данных таблицы 2.2, необходимо отметить, что выручка от реализации продукции в 2023 г. составила 3940 тыс. руб., что на 449 тыс. руб. (112,86%) больше по сравнению с 2022 г. Себестоимость реализованной продукции в 2023 г. составила 3356 тыс. руб., что на 308 тыс. руб. (110,10%) больше по сравнению с 2022 г. Валовая прибыль за анализируемый период 2021-2023 гг. характеризуется положительной динамикой роста. В 2023 г. также наблюдается рост управленческих расходов на 86 тыс. руб.

Прибыль от реализации в 2023 г. составила 133 тыс. руб., что на 55 тыс. руб. (170,51%) больше по сравнению с 2022 г. Предприятие в 2023 г. сработало в прибыль, однако показатель чистой прибыли остается на низком уровне. Так, в 2023 г. данный показатель составил 1 тыс. руб.

Среднегодовая стоимость основных средств в 2023 г. составила 175975 тыс. руб., что на 26472 тыс. руб. (117,71%) больше по сравнению с 2022 г. Фондоотдача за анализируемый период оставалась примерно на одном и том же уровне.

Используя данные Приложения Б, проанализируем данные проектно-балансовой ведомости гостиницы «Припять» за 2021-2023 гг. Так, можно отметить, что долгосрочные активы предприятия характеризуются положительной динамикой роста и в 2023 г. составили 175975 тыс. руб. Динамика долгосрочных активов свидетельствует о приобретении предприятием имущества (основных средств) на протяжении 2021-2023 гг.

Краткосрочные активы предприятия в 2023 г. составили 176372 тыс. руб., они также характеризуются положительной динамикой. В целом, для предприятия характерна положительная динамика роста краткосрочных активов. За анализируемый период 2021-2023 гг. отмечается повышение стоимости краткосрочных активов, связанное с увеличением деловой активности, то есть расширения некоторых видов деятельности.

Стоимость собственного капитала 2021-2023 гг. характеризуется устойчивым ростом. В первую очередь это связано с ростом нераспределенной прибыли. Краткосрочные обязательства за 2021-2023 гг. характеризуется ростом. Кредиторская задолженность гостиницы «Припять» имеет тенденцию к увеличению, в основном это происходит за счет увеличения задолженности перед поставщиками. Увеличение кредиторской задолженности происходит на фоне увеличения кредиторской задолженности перед поставщиками, подрядчиками, исполнителями. На основании этого можно сделать предварительный вывод о том, что, скорее всего приобретенные запасы были куплены с отсрочкой платежа и срок оплаты на момент составления отчетности не наступил.

Рассчитаем показатели, характеризующие ликвидность финансового состояния гостиницы «Припять» за 2021-2023 гг. (таблица 2.3).

Таблица 2.3 – Оценка ликвидности гостиницы «Припять» за 2021-2023 гг.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение 2023 / 2022	Норм. коэф.
	2021	2022	2023		
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,01	0,02	0,212	0,192	0,2-0,25
Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами	0,81	0,75	0,22	-0,53	0,7-0,8
Коэффициент текущей ликвидности	2,54	2,49	1,11	-1,38	1

Примечание – Источник: данные приложений А, Б.

Исходя из таблицы 2.3, можно сделать следующие выводы, значение

коэффициента абсолютной ликвидности свидетельствует о низкой платежеспособности организации в 2022 г. и о повышении платежеспособности в 2023 г. Предельное теоретическое значение данного показателя составляет примерно 0,2-0,25. Показатель абсолютной ликвидности предприятия имеет особенно важное значение для поставщиков материальных ресурсов и банка, кредитующего данное предприятие.

Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами в 2022 г. соответствовал норме, а за аналогичный период 2023 г. снизился на 0,53.

Общая обеспеченность предприятия собственными оборотными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств характеризуется коэффициентом текущей ликвидности. Коэффициент текущей ликвидности в 2022 г. был выше нормативного, что свидетельствует о неэффективном использовании организацией своего имущества. В 2023 г. этот показатель снизился и стал на уровне нормативного.

Таким образом, гостиница «Припять» предоставляет достаточно широкий спектр услуг по размещению и питанию. За период 2021-2023 гг. наблюдаются отрицательные тенденции в финансово-хозяйственной деятельности гостиницы. По итогам проведенного анализа можно сделать вывод об удовлетворительной структуре баланса и относительной платежеспособности предприятия, так как показатели текущей и абсолютной ликвидности наблюдаются на уровне нормативных показателей. Платежеспособность организации в 2023 г. увеличилась по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Однако необходимо отметить низкие значения показателя чистой прибыли.

2.2 Оценка показателей рентабельности гостиницы «Припять» г. Мозырь

Абсолютные показатели выражают прибыль, и измеряются в стоимостном выражении, т.е. в рублях. Относительные показатели характеризуют рентабельность и измеряются в процентах или в виде коэффициентов. Показатели рентабельности в гораздо меньшей мере находятся под влиянием инфляции, чем величины прибыли, поскольку они выражаются различными соотношениями прибыли и авансированных средств (капитала), либо прибыли и произведенных расходов (затрат).

Соответственно, рассчитаем затраты на 1 рубль товарной продукции по формуле 1.5 за период 2021-2023 гг.:

Затраты на 1 рубль товарной продукции 2021 г. = $2679 / 3119 = 1,16$.

Затраты на 1 рубль товарной продукции 2022 г. = $3048 / 3491 = 1,15$.

Затраты на 1 рубль товарной продукции 2023 г. = $3356 / 3940 = 1,17$.

Показатель рентабельности продукции рассчитаем по формуле 1.6:

$R_{пр} 2021 \text{ г.} = 146 / 3119 * 100\% = 5,45\%$.

$R_{пр} 2022 \text{ г.} = 78 / 3491 * 100\% = 2,56\%$.

$R_{пр} 2023 \text{ г.} = 133 / 3940 * 100\% = 3,96\%$.

Показатель рентабельности продаж рассчитаем по формуле 1.7:

$R_{продаж} 2021 \text{ г.} = 146 / 3119 * 100\% = 4,68\%$.

$R_{продаж} 2022 \text{ г.} = 78 / 3491 * 100\% = 2,23\%$.

$R_{продаж} 2023 \text{ г.} = 133 / 3940 * 100\% = 3,38\%$.

Рентабельность предприятия за 2021-2023 гг. рассчитаем по формуле 1.8:

$R_{2021} = -25 / 3119 * 100\% = 0,8\%$.

$R_{2022} = 5 / 3491 * 100\% = 0,14\%$.

$R_{2023} = 1 / 3940 * 100\% = 0,03\%$.

Полученные данные сведем в таблицу 2.4.

Таблица 2.4 – Показатели рентабельности гостиницы «Припять» за 2021-2023 гг.

Показатель	Годы			Абсолютное отклонение 2023 / 2022
	2021	2022	2023	
Затраты на 1 рубль товарной продукции, руб.	1,16	1,15	1,17	+1,40
Рентабельность продукции, %	5,45	2,56	3,96	+1,14
Рентабельность продаж, %	4,68	2,23	3,38	-0,12
Рентабельность предприятия, %	0,80	0,14	0,03	+1,40

Примечание – Источник: данные приложения А.

Исходя из данных таблицы 2.4, необходимо отметить, что затраты на 1 рубль товарной продукции в 2023 г. составили 1,17, что на 1,40 больше по сравнению с 2022 г.

Рентабельность продукции в 2023 г. составила 3,96%, что на 1,14% больше по сравнению 2022 г. В целом показатель рентабельности продукции характеризуется нестабильной динамикой (рисунок 2.1).

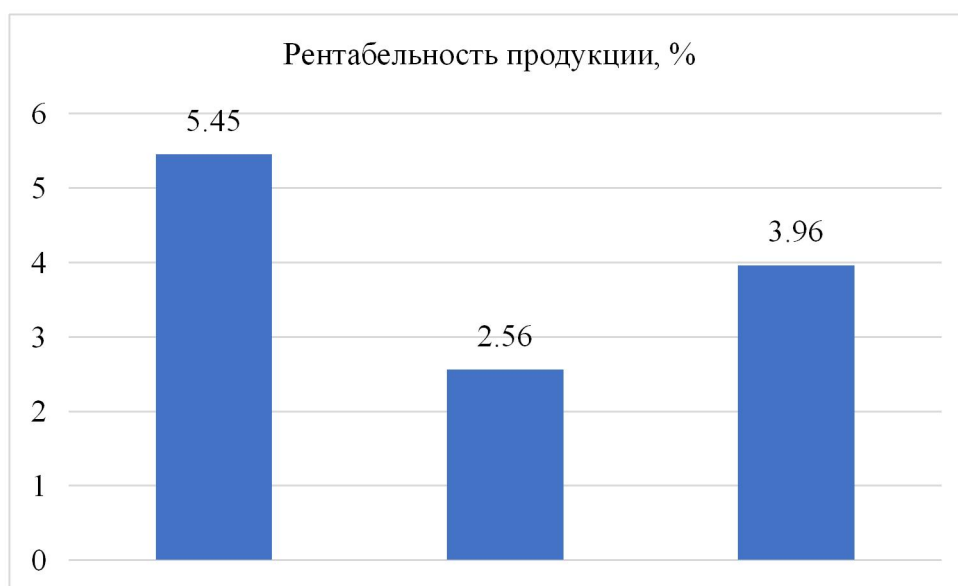


Рисунок 2.1 — Рентабельность продукции гостиницы «Припять»

Примечание – Источник: данные приложения А.

Так, показатель рентабельности продаж в 2023 г. составил 3,38%, что на 0,12% меньше по сравнению с 2022 г. Для показателя рентабельности также характерна нестабильная динамика (рисунок 2.2).

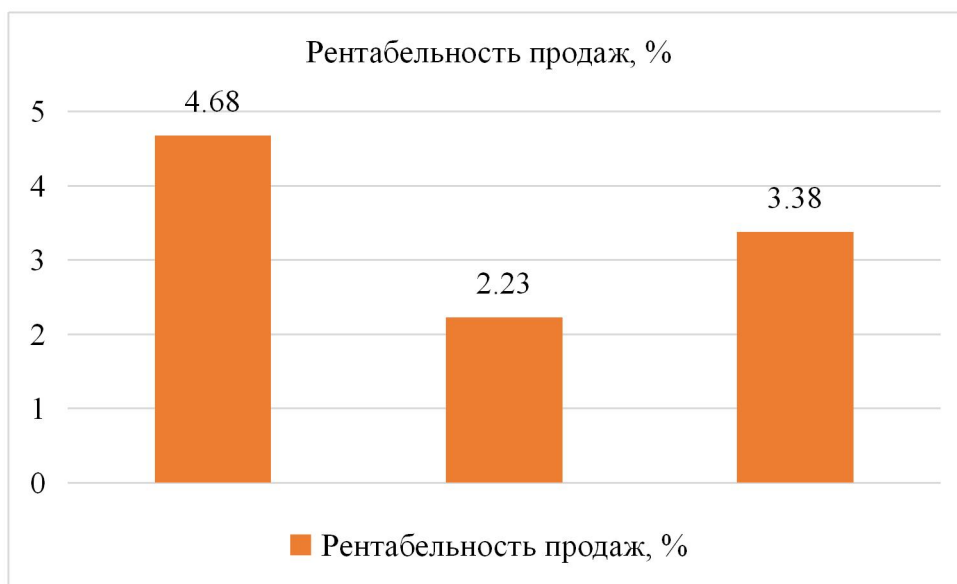


Рисунок 2.2 — Рентабельность продаж гостиницы «Припять»
Примечание – Источник: данные приложения А.

В целом показатель рентабельности предприятия в 2023 г. составил 0,03%, что на 1,40% больше по сравнению с 2022 г. Для показателя рентабельности предприятия также характерны низкие значения (рисунок 2.3).

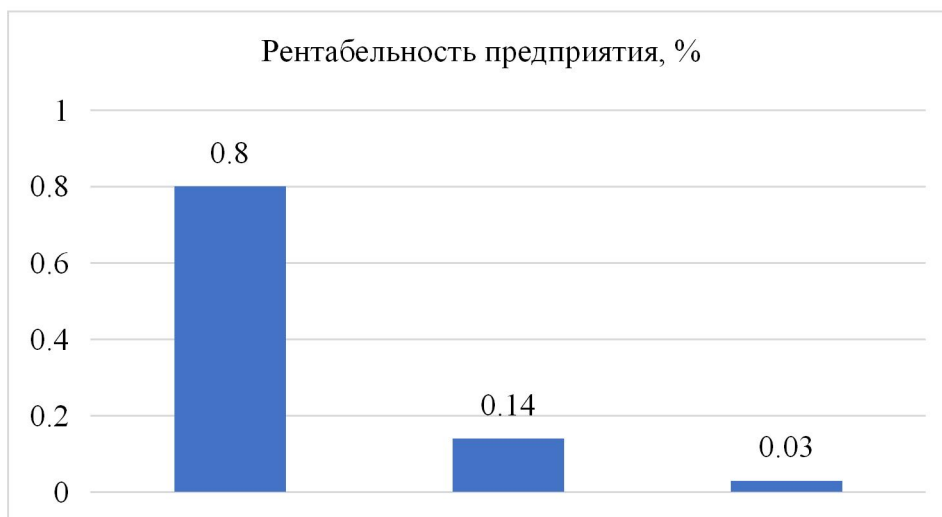


Рисунок 2.3 — Рентабельность предприятия гостиницы «Припять»
Примечание – Источник: данные приложения А.

Таким образом, деятельность гостиницы «Припять» характеризуется нестабильной динамикой показателей рентабельности. Однако в целом в 2023 г. рентабельность продукции составила 3,96%, рентабельность продаж – 3,38%, рентабельность предприятия – 0,03%.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Показатели рентабельности характеризуют финансовые результаты и результаты деятельности предприятия. Они измеряют рентабельность компании с разных позиций и систематизируются по интересам участников экономического процесса.

Анализ показателей рентабельности позволяет не только выделить роль каждого фактора в процессе формирования финансового результата, но и выявить положительные и отрицательные стороны управления финансовыми потоками, чтобы найти правильные варианты управленческих решений, стратегические задачи разработки. Методы и формулы расчета коэффициентов рентабельности являются гибким рабочим инструментом определения рентабельности. Основными источниками резервов повышения рентабельности продукции являются увеличение суммы прибыли от реализации продукции и снижение себестоимости товарной продукции.

Показатель рентабельности играет особо важную роль в современных рыночных условиях, когда руководству предприятия регулярно приходится принимать ряд неординарных решений, чтобы обеспечить прибыльность, а значит, и экономическую устойчивость предприятия или фирмы. Согласно одному из многих подходов, росту рентабельности компании способствует манипулирование тремя факторами, характеризующими ее рентабельность:

- 1) ускорение оборачиваемости товаров;
- 2) снижение стоимостной массы;
- 3) увеличение отдачи за счет увеличения издержек.

Гостиница «Припять» предоставляет достаточно широкий спектр услуг по размещению и питанию. За период 2021-2023 гг. наблюдаются отрицательные тенденции в финансово-хозяйственной деятельности гостиницы. По итогам проведенного анализа можно сделать вывод об удовлетворительной структуре баланса и относительной платежеспособности предприятия, так как показатели текущей и абсолютной ликвидности наблюдаются на уровне нормативных показателей. Платежеспособность организации в 2023 г. увеличилась по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Однако необходимо отметить низкие значения показателя чистой прибыли.

По результатам факторного анализа рентабельности продаж гостиницы «Припять» можно сделать следующие выводы:

- 1) увеличение рентабельности продаж возможно при увеличении объема реализации выпускаемой продукции и при снижении себестоимости выпускаемой продукции, а также повышении качества выпускаемой продукции;
- 2) с целью увеличения финансовых результатов возможно разработать на предприятии комплекс мер: снижение материальных затрат; снижение материалоемкости и трудоёмкости; внедрение новых технологий и оборудования; повышение качества продукции; оптимизация ассортимента; увеличение оборачиваемости оборотных средств.

В результате анализа показателей рентабельности гостиницы «Припять» были выявлены отрицательные тенденции, ведущие к ослаблению финансовой устойчивости в будущем, исходя из которых, были разработаны следующие мероприятия: усиление контроля и анализа дебиторской задолженности; факторинговые операции; спонтанное финансирование; создание резерва по сомнительным долгам. Поскольку доля денежных средств и краткосрочных финансовых вложений в балансе гостиницы весьма незначительна, наиболее ликвидным активом, находящимся в распоряжении предприятия, должна быть дебиторская задолженность.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ