

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ З МЕТОЮ МАКСИМІЗАЦІЇ ПРИБУТКУ ГОТЕЛЮ

Розглянуто порядок формування оптимальної структури обсягу реалізації готельних послуг. Запропоновано алгоритм, в основу якого покладено модель, що формалізується у вигляді задачі лінійного програмування і базується на врахуванні частки рентабельності реалізації готельного номера кожного типу в загальній рентабельності.

Ключові слова: готель, готельні послуги, фінансовий результат, прибуток, оперативний аналіз, рентабельність, метод оптимального управління.

Проблема оптимального асортименту готельних послуг є надзвичайно актуальною через значні витрати від простою номерного фонду. Тобто, якщо структура номерного фонду не відображає споживчий попит, утворюються витратні, неефективні ланки у сфері обслуговування, виникає атмосфера незадоволення послугами, яка негативно впливає на імідж підприємства готельного господарства, формується штучний дефіцит на певні категорії номерів, що користуються попитом. Ефективність діяльності підприємств готельного господарства суттєво покращиться, якщо оптимізувати структуру обсягу реалізації готельних послуг для забезпечення максимального можливого прибутку.

Визначення необхідного переліку типів номерів є ключовим фактором досягнення конкурентних переваг, а підбір спектру додаткових послуг є запорукою підняття підприємства готельного господарства на більш високий щабель розвитку. Встановлення оптимальної структури готельних послуг дозволяє оптимізувати ціну за номер та розмір готельного тарифу загалом.

Дослідженню питань аналітичного забезпечення управління фінансовими результатами присвячені праці вітчизняних та зарубіжних вчених М. І. Баканова, О. Н. Волкової, В. В. Ковальова, Н. П. Куракіної, І. Д. Лазаришиної, В. О. Мец, Є. В. Мниха, К. І. Редченка, О. І. Решетняк, В. А. Чернова, М. В. Шаланова та інших.

Проте з огляду та специфіку та умови діяльності підприємств готельного господарства проблеми організації і методики аналізу фінансових результатів не відповідають завданням інформаційного забезпечення потреб внутрішніх користувачів.

Основною метою статті є дослідження нових системних та послідовних підходів до аналітичного забезпечення прийняття управлінських рішень з метою максимізації прибутку від надання місця проживання із урахуванням специфіки діяльності підприємств готельного господарства. Першочерговим завданням ефективного управління останнім є визначення оптимального асортименту готельних послуг, діапазон якого обумовлюється оснащенням номерного фонду та станом матеріально-технічної бази загалом.

Вирішення задачі дієвого управління фінансовими

результатами від надання місця проживання в кінцевому вигляді зводиться до знаходження оптимальної структури параметрів управління, тобто оптимального асортименту готельних номерів. У якості вектора цілі – значення еталонного прибутку від надання місця проживання за видами номерів, виступає стратегічна мета фінансово-господарської діяльності закладів гостинності.

Відповідно, досягнення вищезазначеної цілі покладено в основу розробки стратегії розвитку підприємства готельного господарства. Залежно від поставленої мети підбирається та чи інша модель управління, яка передбачає певний метод вирішення завдання щодо досягнення цілі. Серед таких методів особливе зацікавлення викликають методи оптимального управління.

Вибір критерію оптимальності залежить від цілей підприємства. У сфері надання готельних послуг оптимальною може стати стратегія, яка забезпечить найбільший обсяг реалізації та яка призведе до отримання максимального прибутку або до мінімізації витрат. Реалізація цієї стратегії надасть змогу підприємствам готельного господарства досягти еталонного стану – тобто еталонного рівня прибутку та рентабельності за кожен часовий крок згідно з оптимальною структурою готельних послуг за видами номерів [11].

Отже, важливим завданням аналізу фінансового результату від надання місця проживання є формування оптимального складу та структури обсягу реалізації готельних послуг за категоріями номерів. В умовах, коли підприємства готельного господарства самостійно встановлюють ціни на проживання у номерах із урахуванням їх собівартості реалізації, оптимізація обсягу реалізації за окремими видами готельних номерів дозволяє регулювати суму бажаного прибутку.

Тому пропонуємо використати модель формування оптимальної структури обсягу реалізації готельних послуг, яка забезпечить максимальний прибуток. Зазначена модель базується на врахуванні питомої ваги рентабельності реалізації готельного номера j – того типу в загальній рентабельності реалізації готельних послуг та формалізується у вигляді задачі лінійного програмування:

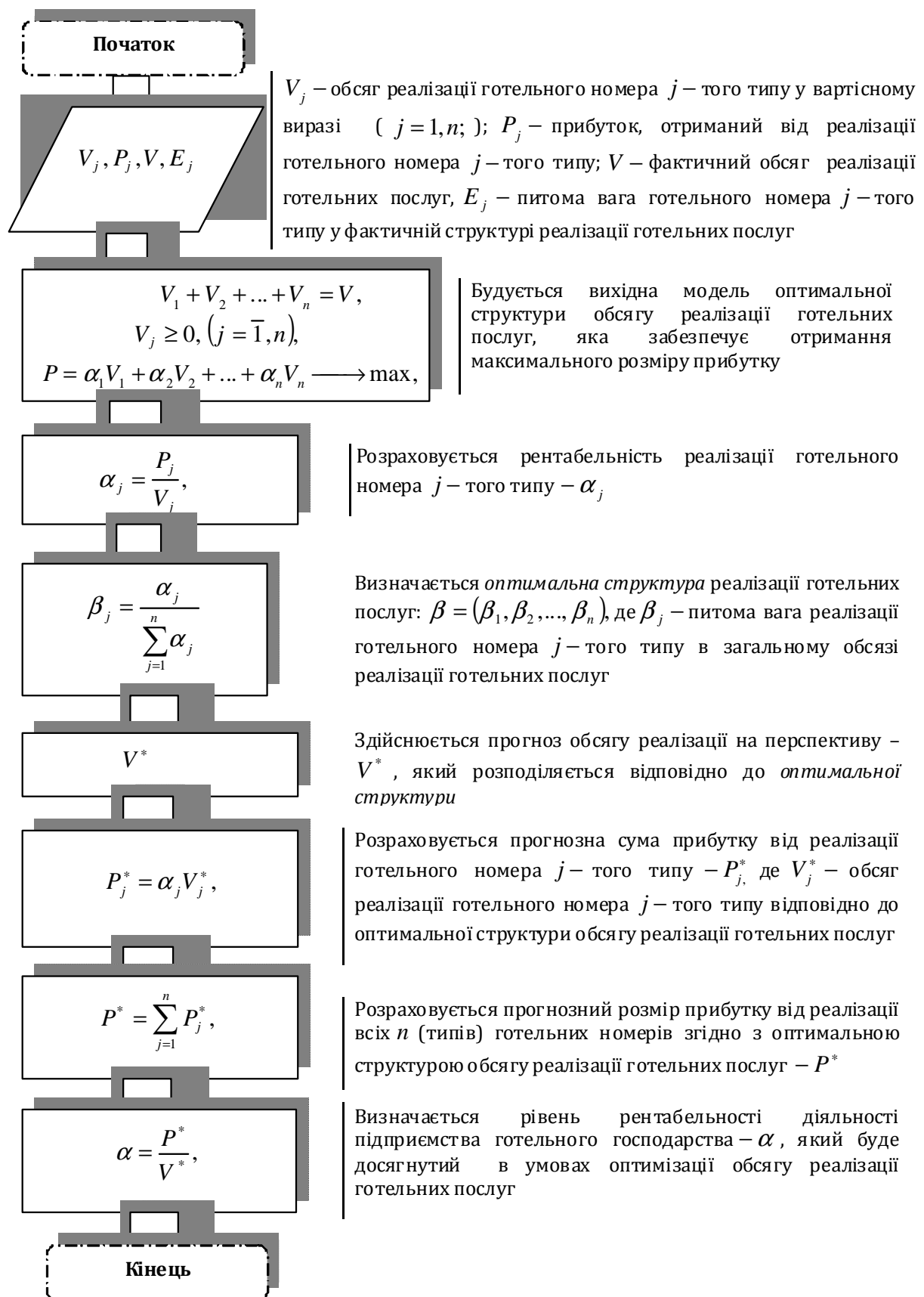


Рис. 1. Алгоритм визначення оптимальної структури реалізації готельних послуг з метою максимізації прибутку

$$V_1 + V_2 + \dots + V_n = V, \quad (1)$$

$$P = \alpha_1 V_1 + \alpha_2 V_2 + \dots + \alpha_n V_n \longrightarrow \max, \quad (2)$$

де α_j – виступає рівень рентабельності реалізації готельного номера j -того типу ($j = 1, 2, \dots, n$; n – кількість типів номерів);

V_j – обсяг реалізації готельного номера j -того типу у вартісному виразі;

V – обсяг реалізації готельних послуг;

P – прибуток, отриманий від реалізації готельних послуг.

Для оптимізації структури обсягу реалізації готельних послуг необхідна наступна інформація:

E_j – питома вага готельного номера j -того типу у фактичній структурі реалізації готельних послуг;

P_j – прибуток, отриманий від реалізації готельного номера j -того типу;

β_j – питома вага реалізації готельного номера j -того типу в оптимальній структурі обсягу реалізації готельних послуг;

V^* – прогнозне значення обсягу реалізації готельних послуг (розраховане методом ланцюгів Маркова);

P_j^* – прогнозний розмір прибутку від реалізації готельного номера j -тої категорії;

P^* – прогнозна сума прибутку, отримана в результаті оптимізації структури реалізації готельних послуг.

Для вирішення проблеми визначення оптимальної структури обсягу реалізації готельних послуг з метою максимізації позитивного кінцевого фінансового результату необхідно використати алгоритм (рис. 1).

Тобто, на початковому етапі розраховується рентабельність реалізації готельного номера j -того типу:

$$\alpha_j = \frac{P_j}{V_j}, \quad (3)$$

та визначається оптимальна структура реалізації послуг проживання:

$$\beta = (\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n), \quad (4)$$

$$\beta_j = \frac{\alpha_j}{\sum_{j=1}^n \alpha_j}. \quad (5)$$

Після завершення вищезазначених розрахунків здійснюється прогноз обсягу реалізації на перспективу – V^* (методом ланцюгів Маркова) [5].

На наступному етапі розподіляється обсяг реалізації готельних послуг відповідно до оптимальної структури та розраховується прогнозна сума прибутку від реалізації готельного номера j -того типу:

$$P_j^* = \alpha_j V_j^*, \quad (6)$$

де V_j^* – обсяг реалізації готельного номера j -того типу згідно з оптимальною структурою обсягу реалізації готельних послуг [11].

Потім визначається прогнозний розмір прибутку від реалізації всіх n (категорій) готельних номерів згідно з оптимальною структурою обсягу реалізації готельних послуг:

$$P^* = \sum_{j=1}^n P_j^*, \quad (7)$$

На останньому етапі обчислюють рівень рентабельності діяльності підприємства готельного господарства загалом (α):

$$\alpha = \frac{P^*}{V^*}, \quad (8)$$

Оптимізація структури обсягу реалізації готельних послуг, що побудована на врахуванні питомої ваги рентабельності реалізації готельного номера j -того типу в загальній рентабельності, сприятиме приросту ефективності діяльності підприємств готельного господарства. Варто зазначити, що реалізація такої асортиментної політики дасть позитивні результати при поглибленому оперативному аналізі рентабельності за типами номерів.

У статті здійснено теоретичне узагальнення і запропоновано нове вирішення завдання, яке полягає в обґрунтуванні теоретичних положень і методичних засад аналітичного забезпечення управління фінансовими результатами готелів, що сприятиме зростанню ефективності діяльності підприємств готельного господарства та підвищенню прибутковості готельного бізнесу. Формування оптимальної структури обсягу реалізації готельних послуг за типами номерів на базі методу оптимального управління, в основу якого покладено модель-матрицю, що формалізується у вигляді задачі лінійного програмування і базується на врахуванні частки рентабельності реалізації готельного номера кожного типу в загальній рентабельності та є оптимальною стратегією, реалізація якої допоможе підприємству готельного господарства досягти еталонного стану, розподіляючи обсяг реалізації готельних послуг за кожний часовий крок згідно з оптимальною структурою.

Список літератури

1. Баканов М. І. Економічний аналіз: торгівля, громадське харчування, туристичний бізнес: навч. посібник [для вузів] / М. І. Баканов, В. А. Чернов. – М.: ЮНІТІ-ДАНА, 2003. – 686 с.
2. Ковалев В. В. Аналіз хозяйственной деятельности предприятия: [учебник] / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – М.: ООО "ТК Велби", 2002. – 424 с.
3. Куракина Н. П. Аналіз финансово-хозяйственной деятельности гостиничных предприятий / Н. П. Куракина; Руководитель авторского коллектива. – М.: ООО "АС ПЛЮС", 2003. – 100 с.
4. Лазаришина І. Д. Економічний аналіз в Україні: історія, методологія, практика / І. Д. Лазаришин. – [монографія]. – Рівне: НУВГП, 2005. – 369 с.
5. Марков А. А. Об испытаниях связанных в цепь ненаблюдаемыми событиями / А. А. Марков. – М.: ИАН (6), 1912. – 325 с.
6. Марков А. А. Исчисление вероятностей / А. А. Марков. – М.: Госиздат, 1924. – 275 с.
7. Мец В. О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємств / В. О. Мец. – [навч. посіб.]. – К.: Вища школа, 2003. – 278 с.
8. Мних Є. В. Фінансовий аналіз: [навч. посіб.]. / Є. В. Мних, Н. С. Барабаш. – К.: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2010. – 412 с.
9. Редченко К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі / К. І. Редченко: [навч. посіб.]. – [2-ге вид.] / К. І. Редченко. – Львів: "Новий світ-2000", "Альтаір-2002", 2003. – 272 с.
10. Решетняк О. І. Сучасні методи управління підприємством сфери послуг / О. І. Решетняк. – Х.: Фактор, 2008. – 544 с.
11. Шаланов Н. В. Системний аналіз / Н. В. Шаланов: [учеб. посіб.]. – Новосибирск: НГИ, 2006. – 250 с.

РЕЗЮМЕ

Маначинская Юлия

Аналитическое обеспечение принятия управленческих решений с целью максимизации прибыли отеля

Обоснованно целесообразность в усовершенствовании аналитического обеспечения принятия управленческих решений с целью максимизации прибыли на основе применения алгоритма формирования оптимальной структуры объема реализации гостиничных услуг на базе метода оптимального управления.

RESUME

Manachyns'ka Yulia

The analytic ensuring of the administrative decisions adaption with the object of the profit's minimalism of hotel

It has been substantiated the reason for the improving of the analytic ensuring of the administrative decisions adaption with the object of the profit's minimalism on the basis of using of the algorithm of forming of the optimal structure amount of hotel service realization, based on the optimum management's method.

Стаття надійшла до редакції 04.04.2012 р.