

УДК 338.46

***ПОВЫШЕНИЕ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА  
ПРИМЕРЕ САНАТОРИЯ ООО «ПАРК «ФОРΟΣ»***

***Кузнецова М.А.***

*магистрант,*

*ФГАОУ ВО Севастопольский государственный университет,*

*Севастополь, Россия*

***Абрамова Л.С.***

*к.э.н., доцент,*

*ФГАОУ ВО Севастопольский государственный университет,*

*Севастополь, Россия*

**Аннотация**

Рентабельность представляет собой показатель, который четко отражает эффективность деятельности предприятия, рациональность использования предприятием своих ресурсов, доходность направлений деятельности. Для предприятия любой отрасли уровень рентабельности характеризует финансовые результаты его деятельности. Чем выше уровень рентабельности, тем эффективнее функционирует предприятие, тем устойчивее его финансовое состояние. Поэтому поиск резервов повышения рентабельности - одна из основных задач в любой сфере бизнеса. В данной статье нами рассмотрены пути повышения рентабельности туристского предприятия на примере санатория ООО «ПАРК «ФОРΟΣ».

**Ключевые слова:** рентабельность, рентабельность туристского предприятия, показатели рентабельности предприятия, санаторий, санаторно-курортная деятельность.

***INCREASING THE PROFITABILITY OF A TOURIST ENTERPRISE ON THE  
EXAMPLE OF THE SANATORIUM OF LLC «PARK «FOROS»***

***Kuznetsova M.A.***

*undergraduate,*

*Sevastopol State University,*

*Sevastopol, Russia*

***Abramova L.S.***

*PhD, Associate Professor,*

*Sevastopol State University,*

*Sevastopol, Russia*

**Annotation**

Profitability is an indicator that clearly reflects the efficiency of the enterprise, the rationality of the enterprise's use of its resources, the profitability of activities. For an enterprise in any industry, the level of profitability characterizes the financial results of its activities. The higher the level of profitability, the more efficiently the company operates, the more stable its financial condition. Therefore, the search for reserves for increasing profitability is one of the main tasks in any area of business. In this article, we have considered ways to increase the profitability of a tourist enterprise using the example of the sanatorium of FOROS PARK LLC.

**Key words:** profitability, profitability of a tourist enterprise, indicators of profitability of an enterprise, sanatorium, health resort activities.

Для туристского предприятия прибыль является важным экономическим показателем, однако ее недостаточно для оценки эффективности его работы. Для определения эффективности работы туристского предприятия необходимо

сопоставить результаты с затратами или ресурсами, которые обеспечили эти результаты, то есть определить рентабельность деятельности.

Рентабельность является важным экономическим показателем, характеризующим эффективность деятельности предприятия и уровень использования им имеющихся на его счету ресурсов. Анализ рентабельности предприятия позволяет раскрыть возможности его развития, обозначив слабые и сильные стороны его функционирования, что, в результате, позволяет руководству предприятия более успешно осуществлять свою деятельность.

Рентабельность - это относительный показатель, позволяющий определить, сколько прибыли получено на рубль использованных ресурсов или осуществленных затрат [1].

Влияние туризма на экономику отдельной страны постоянно возрастает как следствие того, что туристский бизнес развивается быстрее многих отраслей мирового хозяйства. В связи с этим возрастает и необходимость регулярной оценки рентабельности туристского предприятия [3].

Туристские услуги ориентированы на конечного потребителя и в связи с этим для увеличения выручки от реализации туристского продукта и прироста прибыли решающее значение имеют объемы продаж, определяемые спросом, и уровень себестоимости, обусловленный качеством туристских товаров и услуг. Данное утверждение является доказательством того факта, что проведение анализа рентабельности, целью которого является поиск резервов её увеличения, не теряет актуальности.

В данной статье нами проведен анализ показателей рентабельности санатория ООО «ПАРК «ФОРΟΣ» с целью определения путей их повышения.

Санаторий Форос - климатическая здравница общетерапевтического профиля, которая ведет свою историю с 1945 года. Здание санатория Форос располагает комфортабельным номерным фондом, современной лечебно-диагностической базой, собственным пляжем и хорошо развитой инфраструктурой. Санаторий расположен в поселке городского типа Форос на

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМЭ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

Южном берегу Крыма, он окружен морем и горами, находясь в глубине многоуровневого паркового комплекса, площадью 70 га. Благодаря особенности ландшафта, посёлок отличается по своим климатическим характеристикам от других курортов Южного берега Крыма [5].

Однако, несмотря на его значительные преимущества, который год санаторий является нерентабельным. Причины, которые привели санаторий в такое положение, кроются в переходе прав собственности над ним в руки другого инвестора. До передачи здание санатория находилось в критическом состоянии, требующем капитального ремонта. С приходом нового руководителя в начале 2016 года в санатории начался капитальный ремонт, который был закончен только к началу курортного сезона 2017 году.

Соответственно, ООО «ПАРК «ФОРΟΣ» заново начал функционировать в 2017 году, отсюда и отрицательные показатели прибыли, так как в капитальный ремонт санатория были вложены большие средства. Также до 2017 года санаторий не работал круглогодично, однако сезонность на сегодняшний день по-прежнему является фактором, влияющим на приток гостей и снижающим выручку санатория.

Проведем оценку показателей рентабельности санатория ООО «ПАРК «ФОРΟΣ» за последние три года работы санатория после реконструкции, представленную в таблице 1 [2].

Таблица 1 - Показатели рентабельности ООО «ПАРК «ФОРΟΣ»

Показатели	2017	2018	2019	Изменение (2019 к 2018 г.)	
				+/-	%
Чистая рентабельность предприятия	-128,65	-102,43	-35,72	66,71	-65,131
Валовая рентабельность	-52,41	-47,09	25,44	72,53	-154,022
Рентабельность продукции (услуг)	-60,55	-59,77	37,33	97,10	-162,449
Рентабельность продаж	-127,24	-112,97	-50,06	62,91	-55,685
Рентабельность активов	-48,33	-25,53	-15,23	10,30	-40,345
Рентабельность собственного капитала	54,16	35,16	19,39	-15,77	-44,859
Рентабельность совокупного капитала	-44,11	-23,26	-13,60	9,66	-41,519

За анализируемый период наблюдается отрицательное значение всех рассматриваемых показателей рентабельности. Это обусловлено тем, что предприятие характеризуется неэффективной деятельностью при отрицательной прибыли. Как уже отмечалось ранее, значение данных показателей значительно зависит от сезонности характера оказываемых санаторием услуг.

Исходя из анализа, можно сделать вывод, что любое предприятие является рентабельным в том случае, если выручка от реализации продукции больше издержек производства. Соответственно, санаторию Форос следует провести ряд мероприятий, направленных на увеличение объема продаж услуг и снижение себестоимости услуг, как основных факторов повышения показателя рентабельности, а также мероприятий, направленных на снижение зависимости санатория от сезонности.

Туристское предприятие, как открытая социально-экономическая система, постоянно взаимодействует с факторами внешней и внутренней среды, на которые следует постоянно и умело реагировать в целях грамотного стратегического планирования и выработки политики предприятия. Предприятию туризма необходимо постоянно проводить мониторинг возможных факторов, с целью создания комплекса мероприятий по повышению рентабельности [3].

Поэтому прежде чем перейти к определению направлений повышения рентабельности ООО «ПАРК ФОРΟΣ», проведем анализ внешней и внутренней среды санатория ООО «ПАРК «ФОРΟΣ» двумя наиболее распространенными методами - SWOT-анализ и PEST-анализ.

PEST-анализ для ООО «ПАРК «ФОРΟΣ» представлен в таблице 2 [6].

Таблица 2 – PEST-анализ для ООО «ПАРК «ФОРΟΣ»

№	Перечень факторов	Вероятность проявления	Важность	Влияние на предприятие
1	2	3	4	5
<b>Политические факторы</b>				
1	Устойчивость политической власти и существующего правительства	0,2	8	1,6
2	Действующее законодательство	0,3	9	2,7
3	Отсутствие стабильной и проработанной нормативно-правовой базы	0,2	8	1,6
4	Торговая политика	0,1	3	0,3
5	Возможность возникновения военно-политических конфликтов	0,2	7	1,4
Всего		1	35	7,6
<b>Экономические факторы</b>				
1	Уровень инфляции и процентные ставки	0,1	5	0,5
2	Уровень безработицы, размер и условия оплаты труда	0,2	7	1,4
3	Платежеспособный спрос	0,2	10	2
4	Налогообложение	0,2	8	1,6
5	Сезонность, влияние погоды	0,3	9	2,7
Всего		1	39	8,2
<b>Социально-культурные факторы</b>				
1	Уровень развития здравоохранения	0,2	8	1,6
2	Структура доходов и сбережений населения	0,3	10	3
3	Демография	0,2	5	1
4	Реклама и связи с общественностью	0,2	9	1,8
5	Этнические и религиозные факторы	0,1	4	0,4
Всего		1	36	7,8
<b>Технологические факторы</b>				
1	Расходы на исследования и разработки	0,3	8	2,4
2	Инновационный потенциал	0,3	9	2,7
3	Доступ к новейшим технологиям	0,2	8	1,6
4	Зрелость технологий	0,2	8	1,6
Всего		1	33	6,7

Исходя из результатов анализ следует выделить, что наибольшее влияние на ООО «ПАРК «ФОРΟΣ» оказывают экономические и социальные факторы, в первую очередь такие, как:

– существенные потери в прибыли в случае сезонности характера оказываемых услуг в Республике Крым;

– влияние сезонности на поток туристов, так как они желают совместить лечение и отдых с теплым морем, соответственно, санаторию необходимо открыть новые направления отдыха и лечения, чтобы привлекать гостей не только в курортный сезон;

– отсутствие платежеспособного спроса, в связи со снижением уровня доходов и сбережения населения, а также роста уровня безработицы в регионе;

– также иная часть населения выбирает заграничные курорты, которые по цене и качеству более выгодны, чем курорты Крыма;

– изменение законодательства в области налогообложения, в частности, увеличение или снижение размера налоговых ставок;

– уровень здравоохранения в регионе не находится на высоком уровне, поэтому все большая часть населения выбирает обратиться к частной медицине. К примеру, ранее в Ялте не было оборудования для проведения МРТ, и его появление в санатории Форос позволило жителям ялтинского района не ездить в другие города.

– отсутствие у санатория правильной рекламной политики и сильной рекламной кампании, что снижает возможность привлечения большего количества гостей в санаторий.

Обобщим сведения о макро-и микросреде санатория и проведем SWOT – анализ, представленный в таблице 3 [4].

Таблица 3 - SWOT – анализ ООО «ПАРК ФОРΟΣ»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> <li>-выгодное месторасположение (санаторий расположен на берегу моря в парковой зоне);</li> <li>- круглогодичная работа санатория с высоким уровнем комфорта, соответствующего категории 4 звезды;               <ul style="list-style-type: none"> <li>- собственная автостоянка (паркинг);</li> <li>- собственный пляж;</li> <li>- комплекс дополнительных услуг;</li> <li>- наличие хорошей лечебной базы;</li> </ul> </li> <li>- систематическое обновление медицинского оборудования;</li> <li>- высокий уровень квалификации медицинского персонала и обслуживающего персонала.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- неудобство подъездных путей;</li> <li>- потребность в строительстве новых объектов, корпусов;</li> <li>- потребность в создании новых видов туристических и развлекательных услуг;</li> <li>- отрицательная динамика доходов и недостаток собственных средств для развития;</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- наличие активной и увлекательной досуговой деятельности;</li> <li>- значительный опыт работы на рынке курортных услуг;</li> <li>- собственный сайт с широким спектром информации.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- финансовая зависимость от кредиторов.</li> </ul>
---	---

## Продолжение таблицы 3

Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> <li>- возможность совершенствования и расширения ассортимента предоставляемых услуг за счет роста спроса потребителей;</li> <li>- постоянное повышение уровня сервиса и качества предоставляемых услуг в связи с ростом спроса;</li> <li>- привлечение дополнительных потенциальных групп потребителей услуг санатория;</li> <li>- расширение круга сотрудничества с различными турагенствами и туроператорами, открытие собственного экскурсионного бюро;</li> <li>- достижение конкурентного преимущества и занятие лидирующих позиций в области качества (обслуживание; предоставление услуг), по сравнению с конкурирующими аналогами.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- нестабильность социально-экономической и политической ситуации;</li> <li>- низкий уровень доходов большей части населения;</li> <li>- обострение конкурентной борьбы за счет использования новых методов реализации услуг;</li> <li>- изменение цен на сырье и услуги, используемые санаторием;</li> <li>- изменение законодательства (в частности, налогового и связанного напрямую с данной сферой);</li> <li>- сворачивание деловой активности по причине глобальных изменений внешней среды.</li> </ul>

Санаторий имеет достаточно количество преимуществ перед своими основными конкурентами, благодаря своим сильным сторонам, а также достаточно возможностей, чтобы усовершенствовать свою деятельность, с последующим увеличением рентабельности, с условием устранения отрицательного влияния слабых сторон и угроз.

Экономическая литература выделяет два основных пути повышения рентабельности - увеличение суммы прибыли и сокращение затрат на производство продукции, чему способствует проведение соответствующих мероприятий, ведущих к увеличению производительности труда и снижению стоимости единицы ресурсов, используемых в производстве товаров или услуг. Однако для предприятий разных отраслей существуют специфические меры повышения рентабельности предприятия, основанные на виде его деятельности и иных внутренних факторах.



На современном этапе развития туристской индустрии для предприятий данной сферы основной целью стратегии развития является привлечение новых и сохранение имеющихся клиентов. Рассмотрим способствующие данной стратегии мероприятия по повышению рентабельности санатория.

Прежде всего, основным направлением в повышении рентабельности санатория является увеличение объема реализации услуг. Для этого необходимо разработать эффективную рекламную кампанию в рамках информационной и маркетинговой политики санатория, для продвижения своих услуг среди жителей Крыма, жителей материковой части России, а также расширить рекламу и выйти за границы государства и предлагать свои услуги гражданам СНГ.

Повышение продаж можно достичь с помощью увеличения доли рентабельных услуг в общем объеме услуг санатория. Чем выше доля более рентабельных услуг в общей доле продаж (исчисляемой как отношение прибыли от реализации данной продукции к полной себестоимости этой продукции), тем больше прибыли получит предприятие и тем выше будут показатели рентабельности санатория. Возможно расширение списка предоставляемых услуг, так как внедрение инновационных услуг привлечет большее количество туристов.

Исходя из возможностей, рассмотренных с помощью SWOT-анализа, санаторий на данном этапе развития допускает возможность открытия экскурсионного бюро на базе санатория, а также магазин продажи имиджевой продукции и сувениров.

Целью экскурсионного бизнеса является получение прибыли, удовлетворение запроса потенциальных потребителей, гостей санатория, экскурсионное обслуживание туристов, предоставление услуг по организации и проведению экскурсий, услуги сопровождающего. Санаторий имеет в наличии готовое помещение, которое может быть оборудовано как экскурсионное бюро.

Экскурсионные услуги следует включить в перечень дополнительных

услуг, оказываемых для постояльцев санатория, проживающих в нем, а также для гостей, желающих отправиться на экскурсию от экскурсионного бюро санатория.

Одним из резервов повышения рентабельности санатория является увеличение цен на услуги, что окажется положительным фактором, если будет наблюдаться рост спроса на услуги санатория, что достигается с помощью улучшения их качества и привлекательности для потенциального посетителя санатория.

Значительную роль в повышении прибыли и рентабельности играет снижение себестоимости. Это объясняется тем, что количественно в структуре цены себестоимость занимает значительный удельный вес, поэтому снижение затрат сказывается на росте прибыли при прочих равных условиях. Снижение себестоимости предполагает снижение издержек и потерь при использовании ресурсов, сокращение потерь рабочего времени, модернизацию и обновление оборудования санатория.

Также санаторию необходимо сократить коммерческие расходы, что предполагает введение мероприятий по оптимизации системы мотивации персонала предприятия, которая заключается в материальном поощрении работников санатория:

- выплата квартальных и годовых премий работникам санатория;
- осуществление дополнительных выплат, связанных со сферой деятельности санатория, то есть начисление медработникам процентов от перевыполнения плана по оказанию медицинских услуг, а также за оказание дополнительных медицинских услуг, не входящих в стоимость путевки;
- проведение корпоративных мероприятий по сплочению работников санатория и так далее.

Для снижения управленческих расходов санаторию следует снизить расходы на персонал, снизив административные затраты, провести

оптимизацию управленческого аппарата, также сократить расходы на услуги сторонних организаций и коммунальные услуги.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что санаторию ООО «ПАРК «ФОРΟΣ» критически необходимо принять меры по повышению рентабельности, включающие снижение себестоимости и рост продаж собственных услуг при совершенствовании политики их продвижения. Важно учесть все факторы и резервы роста рентабельности санатория с целью его дальнейшего успешного развития

### **Библиографический список**

1. Грибов В.Д. Экономика организации (предприятия): Учебник / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, В.А. Кузьменко. - М.: КноРус, 2019. - 368 с.
2. Колышкин А.В. Экономика предприятия: учебник и практикум для бакалавриата и специалитета / А. В. Колышкин; под редакцией А. В. Колышкина, С. А. Смирнова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. - 498 с.
3. Морозов, М. А. Экономика туризма: учебник для среднего профессионального образования / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. - 5-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2020. — 291 с.
4. Подгорнов В.В. SWOT – анализ как инструмент управления интегрированной экономической системой / В.В. Подгорнов // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2012. - №4. – С.309. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/swot-analiz-kak-instrument-upravleniya-integrirovannoy-ekonomicheskoy-sistemoy>
5. Санаторий Foros. Wellness and Park // Foros [Электронный ресурс] URL: <https://parkforos.ru/about/hotel/>
6. Спиридонова Е.В. PEST – анализ, как главный инструмент анализа факторов дальнего окружения / Е.В. Спиридонова // Журнал: Современные научные исследования и инновации. - 2017. - №3. – С.400. [Электронный ресурс] URL: <http://web.snauka.ru/issues/2017/03/79940>

*Оригинальность 90%*