

ფინანსური ანალიზის მნიშვნელობა სასტუმრო ინდუსტრიაში.

ხორგუაშვილი თეა – პროფესორი, სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესისა და სამართლის ფაკულტეტი, გორის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტი, გორი, საქართველო

ჩიტაძე ხალიანა – ასოცირებული პროფესორი, სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესისა და სამართლის ფაკულტეტი, გორის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტი, გორი, საქართველო

The Importance of Financial Analysis in the Hotel Industry

Khorguashvili Tea – Professor, Faculty of Social Sciences, Business and Law, Gori State Teaching University, Gori, Georgia

Chitadze Khaliana – Associate Professor, Faculty of Social Sciences, Business and Law, Gori State Teaching University, Gori, Georgia

Abstract

Introduction and aim: The hotel managers need to know not only their own hotels but also the financial position of its partner hotels for uninterrupted and successful functioning of the hotel during market relations. In order to investigate the financial position of the future partners of the hotel, study and analyze the financial stability of these hotels and evaluate the efficiency of the hotel, it is necessary to evaluate the stability of financial analysis and hotel revenue. Financial analysis data is used to make a number of decisions by users of information. The research aims not only to evaluate financial stability in hotels, but also to find ways to improve it and evaluate the possibility of raising profitability.

Research methodology: The study uses: accounting, comparative, descriptive and evaluative methods. As well as collected data systematic analysis and forecasting methods.

Results and implications: The research revealed that it is very important to focus on financial position in the hotel business. The accounting represents the collection, generalization and submission of information about the activities of the hotel and its financial results and evaluates past development results, current situation and future prospects. Therefore, the firms should watch the cash flow and keep track of the operations that cause this movement.

Conclusion: The survey revealed that the hotel business should independently determine its accounting policies, accounting for its activities. In the process of independently developing accounting policies, it is necessary to maintain the qualitative characteristics of financial statements. These features will provide information that is useful for users who will satisfy their interests with authenticity and fairness. That's why financial analysis is very important for further development of the hotel industry.

Keywords: financial analysis in hotel, financial stability, profitability, financial forecasting

აბსტრაქტი

მესავალი და მიზანი: საბაზრო ურთიერთობების დროს სასტუმროების შეუფერხებელი და წარმატებული ფუნქციონირებისათვის აუცილებელია სასტუმროს მმართველმა იცოდეს არა მხოლოდ საკუთარი სასტუმროს, არამედ მისი პარტნიორი სასტუმროების ფინანსური მდგომარეობის შესახებ. იმასთან დაკავშირებით, რომ გამოიკვლიონ სასტუმროს მომავალი პარტნიორების ფინანსური მდგომარეობა, შეისწავლონ და გაანალიზონ ამ სასტუმროთა ფინანსური სტაბილურობა და გადახდისუნარიანობის შეფასება აუცილებელია ფინანსური ანალიზის და სასტუმროს შემოსავლების სტაბილურობის შეფასება. ფინანსური ანალიზის მონაცემები გამოიყენება ინფორმაციის მომხმარებელთა მიერ მთელი რიგი გადაწყვეტილებების მისაღებად. კვლევის მიზანია სასტუმროებში არა მხოლოდ ფინანსური სტაბილურობის შეფასება, არამედ მისი გაუმჯობესების გზების დადგენა და მომგებიანობის ამაღლების შესაძლებლობის შეფასება.

კვლევის მეთოდოლოგია: კვლევის დროს გამოყენებულია: აღრიცხვის, შედარებითი, აღწერილობითი და შეფასებითი მეთოდები. აგრეთვე შეგროვილ მონაცემთა სისტემური ანალიზისა და პროგნოზირების მეთოდები.

შედეგები და გამოყენება: კვლევის შედეგად გამოვლინდა, რომ ძალზედ მნიშვნელოვანია სასტუმრო ბიზნესში ფინანსურ მდგომარეობაზე ყურადღების გამახვილება. საბუღალტრო აღრიცხვა წარმოადგენს სასტუმროს საქმიანობისა და მისი ფინანსური შედეგების შესახებ ინფორმაციის შეგროვების, განზოგადების და წარდგენის საშუალებას და აფასებს წარსული განვითარების შედეგებს, დღევანდელი მდგომარეობას და სამომავლო პერსპექტივებს. ამიტომ ფირმები თვალყურს უნდა ადევნებდნენ ფულადი სახსრების მოძრაობას და აწარმოებდნენ ამ მოძრაობის გამომწვევი ოპერაციების აღრიცხვას.

დასკვნა: კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ სასტუმრო ბიზნესმა დამოუკიდებლად უნდა განსაზღვროს თავისი სააღრიცხვო პოლიტიკა, თავისი საქმიანობის ბუღალტრული ცხოვრება. სააღრიცხვო პოლიტიკის დამოუკიდებლად შემუშავების დროს აუცილებელია ფინანსური ანგარიშგების ხარისხობრივი მახასიათებლების დაცვა. აღნიშნული მახასიათებლები ასახულ ინფორმაციას გადააქცევს მომხმარებლისათვის სასარგებლო ინფორმაციად, რომელიც უტყუარობით და სამართლიანობით მათ ინტერესებს დააკმაყოფილებს. ამიტომ ფინანსური ანალიზი სასტუმრო ინდუსტრიის შემდგომი განვითარებისთვის ძალიან მნიშვნელოვანია.

საკვანძო სიტყვები: ფინანსური ანალიზი სასტუმროში, ფინანსური სტაბილურობა, მომგებიანობა, ფინანსური პროგნოზირება

შესავალი

ფინანსური ანალიზის მიზანია სასტუმროებში არა მხოლოდ ფინანსური სტაბილურობის შეფასება, არამედ გამოავლინოს მისი გაუმჯობესების გზები და მომგებიანობის ამაღლების შესაძლებლობა. ამიტომ სასტუმროს შესახებ საქმიანობის შესახებ ინფორმაციით შეიძლება დაინტერესებული იყოს შიგა და გარე მომხმარებლები. აქედან გამომდინარე ფინანსური ანალიზის მიზნები ორმაგი ასპექტით შეიძლება ჩამოყალიბდეს: ინფორმაციის გარე მომხმარებლების ინტერესებიდან გამომდინარე და ინფორმაციის შიდა მომხმარებლების ინტერესებიდან გამომდინარე. [1]

შიგა მომხმარებლებს მიეკუთვნება სასტუმროს ადმინისტრაცია (მენეჯერები), მათ შეუძლიათ ბუღალტერიიდან მოითხოვონ სხვადასხვა სახის ინფორმაცია, სასტუმროს საქმიანობის, ფულადი სახსრების, გაყიდული პროდუქციის თვითღირებულებების შესახებ, მიიღონ სასტუმროს შიგნით ფინანსური ხასიათის გადაწყვეტილებები, თუ რომელი საქმიანობა არის უფრო მომგებიანი, რამდენია სასტუმროს საანგარიშგებო პერიოდის წმინდა მოგება და ა.შ. ინფორმაციის გარე მომხმარებლები შეიძლება ორ დიდ ჯგუფად დავყოთ: პირდაპირი ფინანსური ინტერესების მქონე მომხმარებლები და არაპირდაპირი ფინანსური ინტერესების მქონე მომხმარებლები.

პირდაპირი ფინანსური ინტერესების მქონე მომხმარებლები არიან სასტუმროს აქციონერები, ინვესტორები, მომწოდებლები და კრედიტორები, კრედიტის გამცემები, დაქირავებული მუშაკები.

- ინვესტორები დაინტერესებულნი არიან რისკზე, რომელიც თან ახლავს ინვესტიციებს და ინვესტიციებიდან მიღებულ ამონაგებს. მათ სჭირდებათ ინფორმაცია იმისათვის, რომ განსაზღვრონ: გაყიდონ, დაიტოვონ თუ იყიდონ ფასიანი ქაღალდები. აქციონერები აგრეთვე დაინტერესებულნი არიან შეაფასონ სასტუმროს უნარი გადაიხადოს დივიდენდები.

- მომწოდებლები და კრედიტორები დაინტერესებულნი არიან ინფორმაციით, რომელიც საშუალებას მისცემს მათ განსაზღვრონ, დროულად მიიღებენ თუ არა კუთვნილ თანხებს.

- კრედიტის გამცემი საკრედიტო ორგანიზაციები დაინტერესებულნი არიან გაცემული სესხისა და შესაბამისი სარგებლის დროული დაბრუნებით.

-სასტუმროში დაქირავებული მუშაკები დაინტერესებულნი არიან თავიანთი დამქირავებლის ფინანსური მდგომარეობით, რომელიც საშუალებას მისცემს მათ განსაზღვრონ, დროულად მიიღებენ თუ არა კუთვნილ თანხებს.

არაპირდაპირი ფინანსური ინტერესების მქონე მომხმარებლების რიცხვს მიეკუთვნება: მომხმარებლები, მთავრობა და მათი უწყებები, საზოგადოება.

- მომხმარებლები დაინტერესებულნი არიან სასტუმროს ფუნქციონირების უწყვეტობით, განსაკუთრებით იმ შემთხვევაში, როდესაც მათ სასტუმროსთან აქვთ ხანგრძლივიერთიერთკავშირი ან დამოუკიდებელი არიან მასზე.

- მთავრობა და მათი უწყებები დაინტერესებულნი არიან სასტუმროს საქმიანობით. მათ აინტერესებთ საანგარიშგებო დოკუმენტების შედგენის და გადასახადების გადახდის დროულობა.

- საზოგადოება დაინტერესებულია სასტუმროს წარმატებული საქმიანობით, რამდენადაც სასტუმროს წარმატებულ განვითარებას დიდი წვლილი შეაქვს ადგილობრივი ეკონომიკის განვითარებაში, მათ შორის მოსახლეობის დასაქმებაში, მათი კეთილდღეობის ამაღლების საქმეში.

ფინანსური ანალიზის მიზნები ინფორმაციის გარე მომხმარებლების ინტერესებიდან გამომდინარე გულისხმობს შეაფასოს სასტუმროს გადახდისუნარიანობა და მომგებიანობა, ასევე ინფორმაციის შიდა მომხმარებლების ინტერესებიდან გამომდინარე არა მხოლოდ შეაფასოს არამედ გამოავლინოს საწარმოს ფინანსური მდგომარეობის გაუმჯობესების შესაძლებლობები.

საბაზრო ურთიერთობების დროს სასტუმროების შეუფერხებელი და წარმატებული ფუნქციონირებისათვის აუცილებელია სასტუმროს მმართველმა იცოდეს არა მხოლოდ საკუთარი სასტუმროს, არამედ მისი პარტნიორი სასტუმროების ფინანსური მდგომარეობის შესახებ.

სასტუმროებში ყოველდღიური საქმიანობა იძლევა პირველად სააღრიცხვო ინფორმაციას, რომელიც საჭიროებს გადამუშავებას და რის საფუძველზეც მიიღება გარკვეული ღირებულების მქონე ფინანსური მონაცემები. ეს მონაცემები გამოიყენება ინფორმაციის მომხმარებელთა მიერ მთელი რიგი გადაწყვეტილებების მისაღებად.

ფინანსური ანალიზის ინფორმაციული ბაზას წარმოადგენს მიღებული მონაცემები გა-

მოსახული მონაცემებით, გზა მმართველებისთვის, რომ დაგეგმონ ბიზნესის მოცულობის დონე. ამ რიცხვებს შეუძლია მოახდინოს წინასწარი პროგნოზირება შემოსავლების, ანაზღაურების, ღირებულების კონტროლის შესრულების, ბიზნესის ოპერაციების გაფართოვების ან ყოველწლიური ბიუჯეტის განვითარების. რიცხვები უჩვენებს სასტუმროს მენეჯერებს საქმის შესრულების შედეგად მიღებულ შედეგს და ეხმარება მათ შესაფერისი ცვლილებების განხორციელებაში.

ფინანსური მენეჯმენტის ციკლის საშუალებით გავიგოთ ზემოთ აღნიშნული პროცესი, თუ როგორ წარმოიშობა მონაცემები რიცხვებით და გამოიყენება ისინი სასტუმრო ბიზნესში. ამ საქმეს აგვარებს ფინანსური მენეჯმენტის ციკლი.[2]

1. განხორციელებული ოპერაციების ყოველი მოქმედება, რაც ყოველდღიურ საქმეს წარმოადგენს იზომება რიცხვებით. სასტუმროში, ყოველდღიური განხორციელებული ოპერაციები წარმოადგენს პროდუქტს და მომსახურეობას, მათ შორისაა ოთახის განყოფილება, საკვები და სასმელი, საჩუქრის მაღაზია და სხვა განყოფილება, რომელიც წარმოადგენს გაყიდვების შედეგს. ფინანსურ ანალიზში გამოყენებული მონაცემები რიცხვებით წარმოადგენს ბიზნესის ყოველდღიურ ოპერაციებს.

2. ბუღალტერია მიღებული რიცხვითი მონაცემების საფუძველზე ამზადებს და წარმოადგენს მენეჯმენტის მოხსენებას და ფინანსურ ანგარიშგებას. დღის ბოლოს, კვირის ბოლოს ან თვის ბოლოს მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე, რომლებიც გროვდება სხვა და სხვა შესრულებული ოპერაციებიდან, აჯამებს და წარმოგვიდგენს მუშაობის შედეგს.

3. ბუღალტერია და განხორციელებული ოპერაციები ანალიზებს მონაცემებს გამოსახულს რიცხვებში. ოპერაციების მენეჯმენტი და საბუღალტრო მენეჯმენტი მუშაობს ერთად რათა მიმოიხილოს და გაანალიზოს მენეჯმენტის მოხსენება და ფინანსური ანგარიშგება. ისინი ეძებენ ცვლილებებს, ამ ცვლილებით გამოწვეულ მიზეზებს და ამ ცვლილების საფუძველზე მიღებულ შედეგს, რომ გავიგოთ ოპერაციები და განვსაზღვროთ გზები გასაუმჯობესებლად. ერთად მათ აქვთ ოპერაციული და ფინანსური ანალიზი და უნდა შეეძლოთ განსაზღვრა ნებისმიერი ცვლილებებისა თუ გაუმჯობესებისა, იმისათვის რომ განხორციელდეს ნაყოფიერი ოპერაციების შესრულება.

4. განხილვების შემდეგ, საოპერაციო მენეჯერები ასრულებენ ნებისმიერ საჭირო ცვლილებებს რათა შეასწორონ ან გააუმჯობესონ ისინი. იმის შესაძლებლობა, რომ ანალიზი მოხდეს სწრაფად და ზუსტად და განხორციელდეს საჭირო ცვლილებები, მნიშვნელოვანი ნაწილია ბიზნესის ოპერაციებისათვის. ის საშუალებას აძლევს ბიზნესს რომ მუდმივად გააუმჯობესოს ნაყოფიერი მუშაობა ანუ შექმნას მეტი ღირებულების პროდუქტი და მომსახურეობა.

მონაცემებს სჭირდებათ შედარება სხვა მონაცემებთან, რათა მათ მიენიჭოთ თავისი მნიშვნელობა. შედარება არის იმისათვის რომ გამოიკვეთოს მათ შორის მსგავსება და განსხვავება ორ მონაცემს შორის. ყველაზე გავრცელებული შედარებებია 1) ბიუჯეტი, 2) წინასწარ

პროგნოზირება, 3) გასული წლის მუშაობა, 4) წინა თვის ან პერიოდის მუშაობა, 5) პროფორმა, ან 6) სხვა ნებისმიერი დადგენილი მიზანი. [3]

ნამდვილი ფინანსური შედეგები ერთი თვის, სამი თვის ან ერთი წლის განმავლობაში შედარებულია დადგენილ ბიუჯეტთან. ბიუჯეტი არის ოფიციალური ერთ წლიანი ფინანსური ოპერაციის გეგმა სასტუმროსათვის. ბიუჯეტი მოიცავს შემოსავლებისა და მოგების დაგეგმილ ზრდას და პროდუქციის, მომსახურების გაუმჯობესებას ღირებულებებისა ხარჯების თვალსაზრისით. რეალური შედეგების შედარება ბიუჯეტთან გვიჩვენებს თუ როგორ აღწევს ბიზნესი დაგეგმილ შედეგებს.

წინასწარი პროგნოზირება ბიუჯეტს ანახლებს. წინასწარი პროგნოზირება შეიძლება შესრულდეს ყოველ კვირეულად, ყოველ თვიურად კვარტალში ერთხელ ან ყოველ ექვს თვეში ერთხელ წლის ბოლომდე. ისინი ძალიან მნიშვნელოვანია რადგან ძალიან ეხმარება სასტუმროს ბიზნესის სწორად წარმართვას. თუ შევადარებთ მიმდინარე ფინანსურ შედეგებს გასული წლის შედეგებთან, ეს იქნება ძალიან სასარგებლო. პირველი შეფასება ბიზნესის ოპერაციების არის ის რომ ვიცოდეთ ოპერაციები უკეთესად სრულდება გასულ წელთან შედარებით თუ არა. რა თქმა უნდა ბიზნესი თუ ეფექტურად მუშაობს ეს აისახება ფინანსურ შედეგებზე, რომელიც უკეთესი უნდა იყოს გასული წლის შედეგებთან შედარებით. თუ გასული წლის შედეგები აღმოჩნდა უკეთესი ეს იმის ნიშანია რომ ნაყოფიერად ვეღარ სრულდება ბიზნესსამუშაოები.

განხილვა და დისკუსია

ნებისმიერი ბიზნესის მიზანია რომ გააუმჯობესოს მუშაობა. გასული თვე ან პერიოდი გვიჩვენებს შედეგებს რის მიხედვითაც ვხვდებით რა არის საჭირო იმისათვის, რომ გაუმჯობესდეს კომპანიის მუშაობა და მოგება.

ახალ დაწყებულ სასტუმრო ბიზნესს არ აქვს არანაირი ისტორიული მუშაობის ინფორმაცია. მაშასადამე, მენეჯმენტი, დეველოპერები და ბანკის წარმომადგენლები ამზადებენ პროფორმას, რომელიც დაფუძნებულია მოსალოდნელ ფინანსურ შემოსავალზე. პროფორმა არის შეფასება იმისა, თუ როგორ იმუშავებს ბიზნესი პირველ წელს. აღნიშნული ფორმა გამოიყენება ბიზნესის მუშაობის ორივე წელს და შემდეგ მას ჩაანაცვლებს ბიუჯეტი, რომელიც მზადდება პირველი წლის მუშაობიდან გამომდინარე. პრო ფორმები გამოიყენება იმისათვის რომ განისაზღვროს ბიზნესის შემოსავლები და მოგება, რაც თავის მხრივ განაპირობებს ნაღდი ფულის განაწილებას სესხების გადასაფარად და დასაბანდებლად. ხანდახან სასტუმროების ბიზნესი ისახავს სხვა მიზნებსაც. მაგალითად თუ გასულ წელს ჩვენმა გაყიდვებმა ერთი თვის განმავლობაში შეადგინა \$950,000, წელს ჩვენ გავზარდეთ \$50,000 - ით, \$1,000,000 - მდე, რაც ნამდვილად კარგი შედეგია - გაყიდვები იზრდება. თუ ბიუჯეტი იყო \$1,100,000 და ჩვენ დავკარგეთ \$100,000 რაოდენობის ბიუჯეტი, ეს კარგი არ არის - ჩვენი გაყიდვები არ გაიზარდა ისე როგორც ჩვენ ვგეგმავდით. ახლა გავაანალიზოთ ჩვენი \$1,000,000-ის ყოველ თვიური გაყიდვების შესრულება. ჩვენ ვიცით რომ გაყიდვები გავზარდეთ \$50,000-ით გასულ წელს,

მაგრამ ჩვენ დავკარგეთ \$100,000 -ის ოდენობის ბიუჯეტი. ჩვენი მუშაობა კარგი იყო თუ ცუდი? პასუხი ორივეს გულისხმობს. კარგია იმიტომ რომ გავაუმჯობესეთ \$50,000 -ით. ცუდი იყო იმიტომ რომ ჩვენ დავკარგეთ \$100,000 -ის ოდენობის ბიუჯეტი. შემდეგი შეკითხვაა: "იყო თუ არა ბიუჯეტი მეტისმეტად მაღალი?" ჩვენ ველოდით გაყიდვების უფრო მეტად გაზრდას.

ფინანსური ანალიზის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ელემენტი არის ის რომ შევძლოთ განსაზღვროთ სად განხორციელდა ცვლილება და რამ გამოიწვია ეს ცვლილება. ცვლილება ხორციელდება ორ მონაცემს შორის . ბიზნესში, სადაც ბევრი პროდუქტია და განყოფილებები, ეფექტური ფინანსური ანალიზი უნდა გაკეთდეს რომ განისაზღვროს რა იწვევს ცვლილებებს. არის ეს შემოსავლებში - მოცულობასა თუ განაკვეთში? არის ეს ხარჯები - გაყიდვების ღირებულება, ანაზღაურება, სარგებელი თუ პირდაპირი ხარჯები? არის ეს პირდაპირი თუ ირიბი, ფიქსირებული თუ მრავალფეროვანი ხარჯები? ერთ ერთმა განყოფილებამ შესაძლოა მოახდინოს გავლენა დადებით თუ უარყოფით ცვლილებებზე.

დადებითი თუ უარყოფითი ცვლილებები იზომება ფულად ერთეულში და პროცენტებში. ამ სამ საზომს შეუძლია გვითხრას ბიზნესის მუშაობის შესახებ. ჩვენი \$1,000,000 -ის ოდენობის ყოველთვიური გაყიდვების მაგალითიდან, ჩვენ უკვე დავაკვირდით დოლარის ზრდას (+\$50,000 გასული წლის) და პროცენტული ზრდა (+5.3% გასული წლის). ჩვენ ვიცით რომ გვაქვს \$50,000-ით მეტი გაყიდვები, დადებითი ცვლილება. გავზარდა გაყიდვები 5.3%-ით ასევე დადებითი ცვლილებაა.

გამოვთვალოთ გასული წლის ფინანსური ზრდა დოლარში და პროცენტებში ამ წლის ყოველ თვიური \$1,000,000 -ის ოდენობის გაყიდვებისთვის. [2]

ცხრილი1 გასული წლის მიმდინარე წელთან შედარება

	გაყიდვები	გაყიდული ოთახები	საშუალო განაკვეთი
მიმდინარე წელი	\$1,000,000	12,500	\$80
გასული წელი	\$950,000	12,180	\$78
განსხვავება დოლარში			
განსხვავება პროცენტულად			

ზემოთ მოცემული ცხრილის საპასუხო ცხრილი.

ცხრილი 2. გასული წლის მიმდინარე წელთან შედარება

	გაყიდვები	გაყიდული ოთახები	საშუალო განაკვეთი
მიმდინარე წელი	\$1,000,000	12,500	\$80
გასული წელი	\$950,000	12,180	\$78
განსხვავება დოლარში	\$50,000	320	\$2
განსხვავება პროცენტულად	+5.3%	+2.6%	+2.6%

ფინანსურ ანალიზში პროცენტის გამოყენება არის ერთ ერთი გზა, როდესაც მიღებული მონაცემები რიცხვებით ზომავს ფინანსური მოქმედებებს. პროცენტულობა არის ნაწილი ანუ პროპორცია მთლიანობის. პროცენტულობა ზომავს ურთიერთობებს და ცვლილებებს და ყოველთვის შეიცავს ციფრებს.

პროცენტულობის გამოთვლა ხორციელდება ორი რიცხვის შედარებით. თუ ორივე რიცხვი შეიცვალა, პროცენტულობაც იცვლება. პროცენტულობა არის წილი მნიშვნელოვანია იმის ცოდნა თუ რომელი ციფრი იცვლება და რა იწვევს ამ ცვლილებას.

$$\frac{\text{სასტუმრო თანამშრომელთა სახელფასო ხარჯი}}{\text{სასტუმროს განყოფილების შემოსავალი}} = \text{სახელფასო ღირებულების პროცენტულობა}$$

თუ ჩვენი სასტუმროს განყოფილების ანაზღაურების ხარჯი არის \$350 და შემოსავალი არის \$1,000, ჩვენი ანაზღაურების ღირებულების პროცენტულობაა 35% ($\$350/\$1,000$).

ანაზღაურების ღირებულების პროცენტულობა შეიძლება გაიზარდოს ან შემცირდეს ორი გზით. გაზრდილი ანაზღაურების ღირებულების პროცენტულობა გვიჩვენებს შედეგს ჩვენი ფაქტობრივი ანაზღაურების ხარჯების ზრდის შესახებ ან ჩვენი შემოსავლების შემცირებაზე. მაგალითი:

1. $\frac{\$400 \text{ სახელფასო ხარჯი}}{\$1,000 \text{ განყოფილების შემოსავალი}} = 40\% \text{ სახელფასო ღირებულების პროცენტულობა}$
2. $\frac{\$350 \text{ სახელფასო ხარჯი}}{\$875 \text{ განყოფილების შემოსავალი}} = 40\% \text{ ანაზღაურების ღირებულების პროცენტულობა}$

ანალიზი გვიჩვენებს სახელფასო ხარჯის თანაფარდობა განყოფილების შემოსავალთან უდრის სახელფასო ღირებულების პროცენტულობას.

ხშირად მცირე სასტუმროები ისევე როგორც უმსხვილესი სასტუმროები, კოტრდებიან მხოლოდ და მხოლოდ იმის გამო, რომ ისინი არ ითვალისწინებენ და არ მიჰყვებიან ზუსტ ბუღალტრულ და ფინანსურ პროცედურებს. სწორედ ბუღალტრული აღრიცხვა წარმოადგენს სასტუმროს საქმიანობის შესახებ ძირითადი ფინანსური ინფორმაციის შეგროვების, განზოგადების და წარდგენის საშუალებას, რომლის საფუძველზეც გამოითვლება სასტუმროს საქმიანობის ფინანსური შედეგი.

დასკვნები და წინადადებები

სასტუმრო ბიზნესის მრავალ მიზანთა შორის ერთ-ერთი უმთავრესია თავის ფინანსურ მდგომარეობაზე ყურადღების გამახვილება. ამიტომ ფირმები თვალყურს ადევნებენ ფულადი სახსრების მოძრაობას და აწარმოებენ ამ მოძრაობის გამომწვევი ოპერაციების აღრიცხვას. აღრიცხვა გამოიყენება, როგორც ინფორმაციული სისტემა, სადაც ხდება ბიზნესის მონაცემთა დამუშავება. ის დაინტერესებულ მხარეებს საშუალებას აძლევს შეაფასონ ბიზნესის აკვარგია-ნობა, ამ საქმეს ემსახურება საბუღალტრო აღრიცხვა, რომელიც წარმოადგენს სასტუმროს საქმიანობისა და მისი ფინანსური შედეგების შესახებ ინფორმაციის შეგროვების, განზოგადების და წარდგენის საშუალებას. იგი საშუალებას იძლევა შეფასდეს წარსული განვითარების შედეგები, დღევანდელი მდგომარეობა და სამომავლო პერსპექტივები.

სასტუმრომ დამოუკიდებლად უნდა განსაზღვროს თავისი სააღრიცხვო პოლიტიკა, ასე რომ ვთქვათ, თავისი საქმიანობის ბუღალტრული ცხოვრება. მაგალითად: ორ სასტუმროს, რომლებიც ერთი და იგივე საქმიანობით არიან დაკავებულნი, აღრიცხვიანობა შესაძლებელია ჰქონდეთ განსხვავებული. მაგალითად: სასტუმროს კუთვნილებაში ძირითად საშუალებებზე განსაზღვრული საამორტიზაციო ანარიცხების დარიცხვის წესი, უიმედო და საეჭვო მოთხოვნების განსაზღვრა, სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების აღრიცხვის მეთოდები (მუდმივი ან პერიოდული), ხარჯების აღრიცხვის მეთოდები და ა.შ.

სააღრიცხვო პოლიტიკის დამოუკიდებლად შემუშავების დროს აუცილებელია ფინანსური ანგარიშგების ხარისხობრივი მახასიათებლების დაცვა. ფინანსური ანგარიშგების ხარისხობრივი მახასიათებლები, მასში ასახულ ინფორმაციას გადააქცევს მომხმარებლისათვის სასარგებლო ინფორმაციად, რომელიც უტყუარობით და სამართლიანობით მათ ინტერესებს დააკმაყოფილებს. ეს ფინანსური ანალიზის ჩატარებისათვის მეტად მნიშვნელოვანია.

ფინანსური ანალიზი სასტუმროებში ფინანსური ანგარიშგების საფუძველზე ფინანსური მდგომარეობის შეფასებას და პროგნოზირებას გულისხმობს და გვიჩვენებს მომგებიანობის მაჩვენებელთა ცვლილებებს ანუ გადახრებს. სასტუმროს მესაკუთრეებს, მმართველებს, ინვესტორებს, დაქირავებულ ადამიანებს და მთლიანად საზოგადოებას აინტერესებს არსებული რესურსების გამოყენების მდგომარეობა, სასტუმროების გადახდისუნარიანობა და მომგებიანობა. სასტუმროებში ყოველდღიური საქმიანობა იძლევა პირველად სააღრიცხვო ინფორმაციას, რომელიც საჭიროებს გადამუშავებას და რის საფუძველზეც მიიღება გარკვეული ღირებულების მქონე ფინანსური მონაცემები. ეს მონაცემები გამოიყენება ინფორმაციის მომხმარებელთა მიერ მთელი რიგი გადაწყვეტილებების მისაღებად. საბაზრო ურთიერთობების დროს სასტუმროების შეუფერხებელი და წარმატებული ფუნქციონირებისათვის აუცილებელია სასტუმროს მმართველმა იცოდეს არა მხოლოდ საკუთარი სასტუმროს, არამედ მისი პარტნიორი სასტუმროების ფინანსური მდგომარეობის შესახებ. იმასთან დაკავშირებით, რომ გამოიკვლიონ სასტუმროს მომავალი პარტნიორების ფინანსური მდგომარეობა, შეისწავლონ და გაანალიზონ ამ სასტუმროთა ფინანსური სტაბილურობა და გადახდისუნარიანობის შეფასება, აუცილებელია ფინანსური ანალიზის და სასტუმროს შემოსავლების სტაბილურობის შეფასება. ფინანსური ანალიზის მიზანია სასტუმროებში არა მხოლოდ ფინანსური სტაბილურობის შეფასება, არამედ გამოავლინოს მისი გაუმჯობესების გზები და მომგებიანობის ამაღლების შესაძლებლობა.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. Aslani, S., Modarres, M & Sibdari, S. (2013). A decomposition approach in network revenue management: Special case of hotel. *Journal of Revenue and Pricing Management*,
2. Baker, T. (2014). *London hoteliers worry over commoditization*. HotelNewsNow.com, 21st January. Available online at: <http://www.hotelnewsnow.com/article/12986/London-hoteliers-worry-over-commoditization> (Accessed on 23.01.2014)

3. Bayoumi, A. E.-M., Saleh, M., Atiya, A. & Aziz, H. A. (2013). Dynamic pricing for hotel revenue management using price multipliers. *Journal of Revenue and Pricing Management*, Stanislav Ivanov (2014). *Hotel Revenue Management: From Theory to Practice*. Varna: Zangador.
4. Chen, C., Schwartz, Z. & Vargas, P. (2011). The search for the best deal: How hotel cancellation policies affect the search and booking decisions of deal seeking customers. *International Journal of Hospitality Management*,
5. Coleman, K. (2014). *Hotel business intelligence in action: Interpreting booking pace*. Hotelmarketing.com, 09th January. Available online at: http://hotelmarketing.com/index.php/content/article/trends_that_could_shape_hotel_distribution_in_2014 (Accessed on 09.01.2014). Stanislav Ivanov (2014). *Hotel Revenue Management: From Theory to Practice*. Varna: Zangador. Page **191** of **204**
6. Eslaminosratabadi, H. (2014). An investigation on green attitudes and demographics: Understanding the intention of international tourists in Malaysia to pay a premium for green hotels. *European Journal of Tourism Research*, 7, 92-108. Stanislav Ivanov (2014). *Hotel Revenue Management: From Theory to Practice*. Varna: Zangador. Page **192** of **204**
7. Jonathan A.Hales. Accounting and Financial Analysis in the Hospitality Industry. *Revenue Management*135-155;