

Вопросы проведения внутреннего аудита отдела реализации путевок в организациях санаторно-курортной сферы

В статье рассмотрены основные задачи, которые стоят перед отделом реализации путевок и маркетинговых исследований в организациях санаторно-курортной сферы. По результатам исследований предложен порядок проведения внутреннего аудита выполнения программы основного обслуживания.

До 1999 г. стабильное направление средств из фонда социального страхования обеспечивало возможность отдыха в санаториях Кавказских Минеральных Вод работающим на производстве и членам их семей. Так, в 2001 г. на эти цели было выделено 12 млрд. 145 млн. руб., в 2002 г. – 6 млрд. 852 , а в 2003 г. - 1 млрд. 764 млн. руб. млн. руб. соответственно [3, с. 2]. То есть произошло сокращение выделения средств на санаторно-курортное лечение в десять раз. При этом возросшие цены на коммунальные услуги, продукты питания и другие статьи, увеличивали стоимость путевки. В таких условиях реализация курортного продукта требовала большой активности и очень грамотного дилерского подхода, умения работать с предприятиями субъектов Российской Федерации. Именно таких действий и ожидало руководство при создании отдела реализации путевок и маркетинговых исследований.

Работу данного отдела можно разделить на два основных направления:

1. Реализация путевок, расширение географии рынка продаж, реклама санаторно-курортных услуг;
2. Сбор и обработка сведений о загрузженности санаториев, их заполняемости, выполнения программы заезда.

Изменение величины выручки от реализации путевок в общем объеме выручки можно видеть на рис. 1. Заметна возрастающая тенденция этого вида дохода, что свидетельствует об успешной работе данного отдела в рассматриваемой организации.

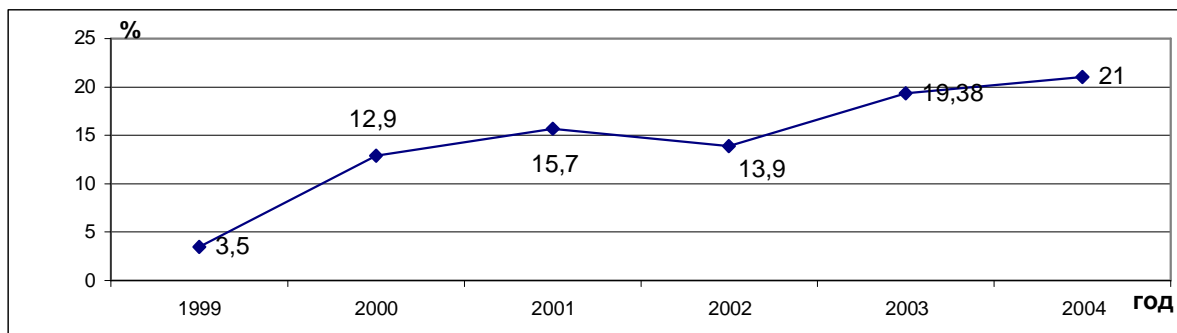


Рис. 1 – Доля (уд. вес) дохода от реализации путевок в общей выручке, %

Проанализируем документооборот отдела на примере «Ессентукского филиала ООО «Курортное управление» (холдинг)». Сформируем схему документооборота изучаемого отдела (Рис. 2).

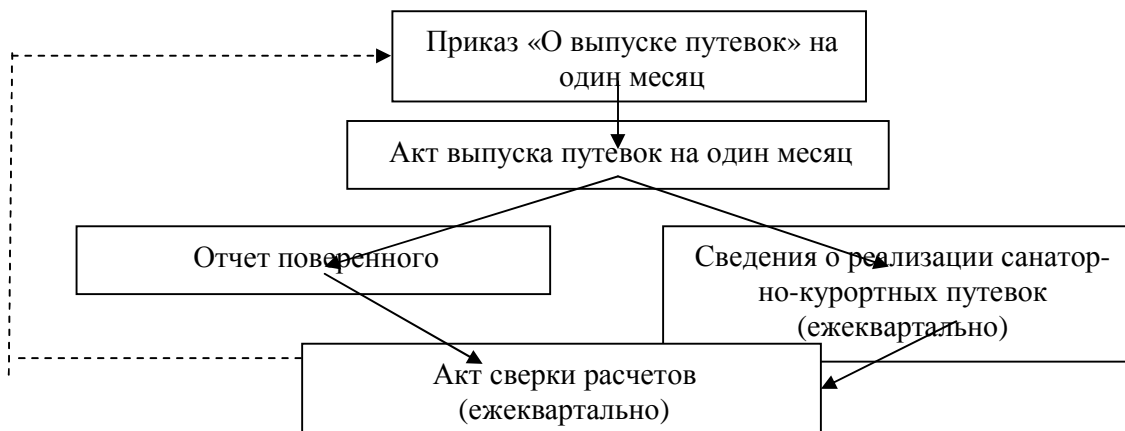


Рис. 2 - Документооборот отдела реализации путевок и маркетинговых исследований

Первым этапом работы является формирование приказа «О выпуске путевок» на один месяц, который подписывается генеральным директором – главным врачом.

На основании приказа комиссия в составе менеджера по маркетингу и сбыту продукции, бухгалтера и бухгалтера-кассира производит выпуск путевок на месяц по курорту Ессентуки (по каждому санаторию), который оформляется актом. Ежемесячно в «Ессентукском филиале ООО «Курортное управление» (холдинг)» формируется Отчет поверенного. Каждая здравница на основании Отчета поверенного оформляет счет на оплату вознаграждения в размере 20 %.

Ежеквартально отдел проводит сверку расчетов, результаты которой оформляются в виде акта. За этот же период отдел реализации и маркетинговых исследований формирует отчет «Сведения о реализации санаторно-курортных путевок» (табл. 1).

Таблица 1 - Сведения о реализации санаторно-курортных путевок

Сведения о реализации санаторно-курортных путевок за _____ квартал 200__ года											
№	Санаторий	Всего (шт.)	ФСС		ФСЗ		Юр. лица	Физ. лица	В том числе		
			абсолютно (шт.)	относительно (%)	абсолютно (шт.)	относительно (%)			трудоспособное население	пенсионеры	дети

- реальность задолженности покупателей, что должно быть подтверждено актами инвентаризации счетов;
- правильность ведения аналитического учета по счету;
- правильность составления корреспонденции по счету;
- соответствие записей аналитического учета по счету записям в журнале-ордере, Главной книге и балансе.

Вторым направлением работы отдела реализации путевок и маркетинговых исследований является сбор и обработка сведений о загруженности санаториев, их заполняемости, выполнения программы заезда. Основными количественными показателями являются число находившихся в здравницах больных и количество проведенных ими койко-дней.

Анализ выполнения программы обслуживания, по нашему мнению должен включать: общую оценку выполнения программы по объему и видам основного обслуживания; выявление факторов, оказывающих влияние на выполнение программы обслуживания (недозаезды, опоздания и досрочные выезды); расчет резервов полного использования времени функционирования здравницы; определение равномерности выполнения плана по периодам года.

Предварительно рассмотрим изменения коечного фонда с 1996 г. по 2004 г. (рис. 3). По полученным данным можно сделать вывод об имеющей место возрастающей тенденции использования коечного фонда. Так, в 1999 г. коечный фонд использовался только на 38 %, тогда как в 2004 г. уже на 78 %. Рост этого показателя является положительной тенденцией, так как недоиспользование коечного фонда приводит к потере потенциальной прибыли.

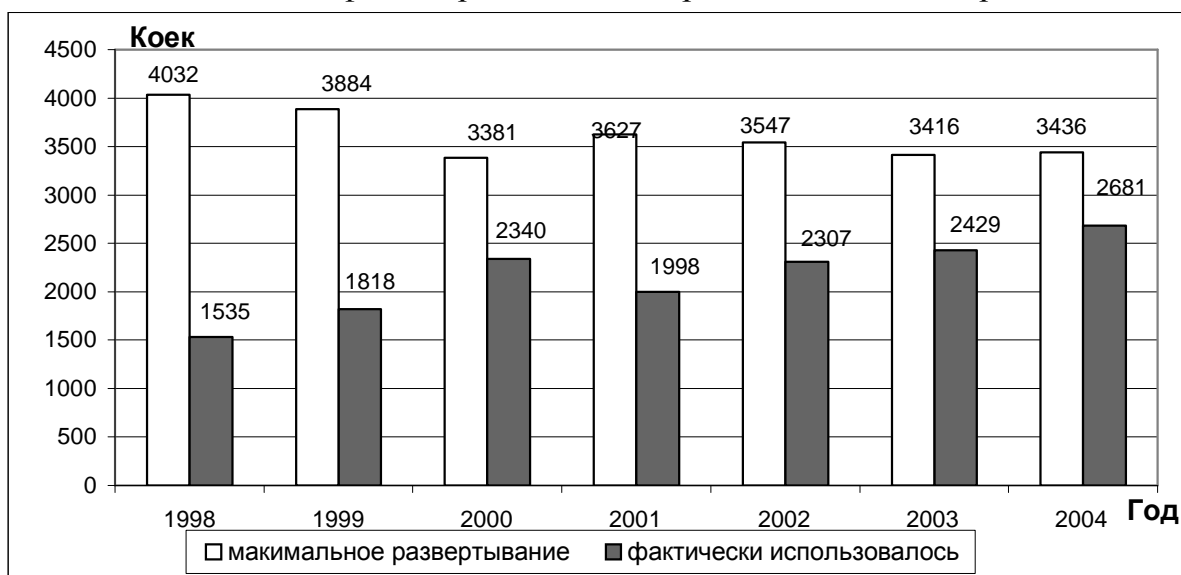


Рис. 3. Использование коечного фонда в целом по «Ессентукскому филиалу ООО «Курортное управление» (холдинг)»

На данном этапе проведения внутреннего аудита предлагаем воспользоваться вопросником, представленном в табл. 2 (заполнен автором по данным санатория «Виктория», г. Ессентуки)

Таблица 2 – Вопросник для определения состояния и эффективности использования коечного фонда

№ 1	Вопрос 2	Ответ 3			Примечания 4
		2005 г.	2004 г.	% изменения	
1.	Коечная емкость санатория, всего:	2005 г.	2004 г.	% изменения	
	• в эксплуатации	1654	1654		
	• на консервации	1504	1300	115,7	
	• в аренде	-	-	-	
	• на ремонте, реконструкции	150	150	100	
2.	Заезд (чел.)	24477	20009	122,3	
3.	Койко-дни (факт)	474833	3922511	121,1	
4.	Потребность в капитальном ремонте	нет			График проведения ремонта
5.	Потребность в текущем ремонте. Затрачено, всего (тыс. руб.)	34784	20980	165,8	График проведения текущего ремонта
	В том числе выполнены работы:				
	• своими силами	7239	9188	78,8	
	• ООО «РСП курорта»	7295	5482	133,1	
	• другими подрядчиками	20250	6310	320,9	
6.	Табель оснащения люксов, полулюксов, одноместных и двухместных номеров				

При анализе выполнения программы обслуживания необходимо выявить и измерить факторы, оказавшие влияние на выполнение программы в отчетном периоде, и установить причины отклонений. Завершается внутренний аудит разработкой конкретных мероприятий по мобилизации внутренних ресурсов и устранению причин, мешающих успешному выполнению программы и повышению качества обслуживания.

Анализ выполнения программы обслуживания проводят по отчетным данным формы № 4-ск «Отчет о затратах и себестоимости койко-дня» и Журнала регистрации больных и отдыхающих.

Основными задачами внутреннего аудита выполнения программы обслуживания по нашему мнению являются:

- 1) контроль за выполнением здравницей программы по числу больных или отдыхающих и использованным ими койко-дням;
- 2) выявление внутренних резервов более полного и качественного обслуживания.

Последовательность аудита выполнения программы основного обслуживания показана на рис. 4.

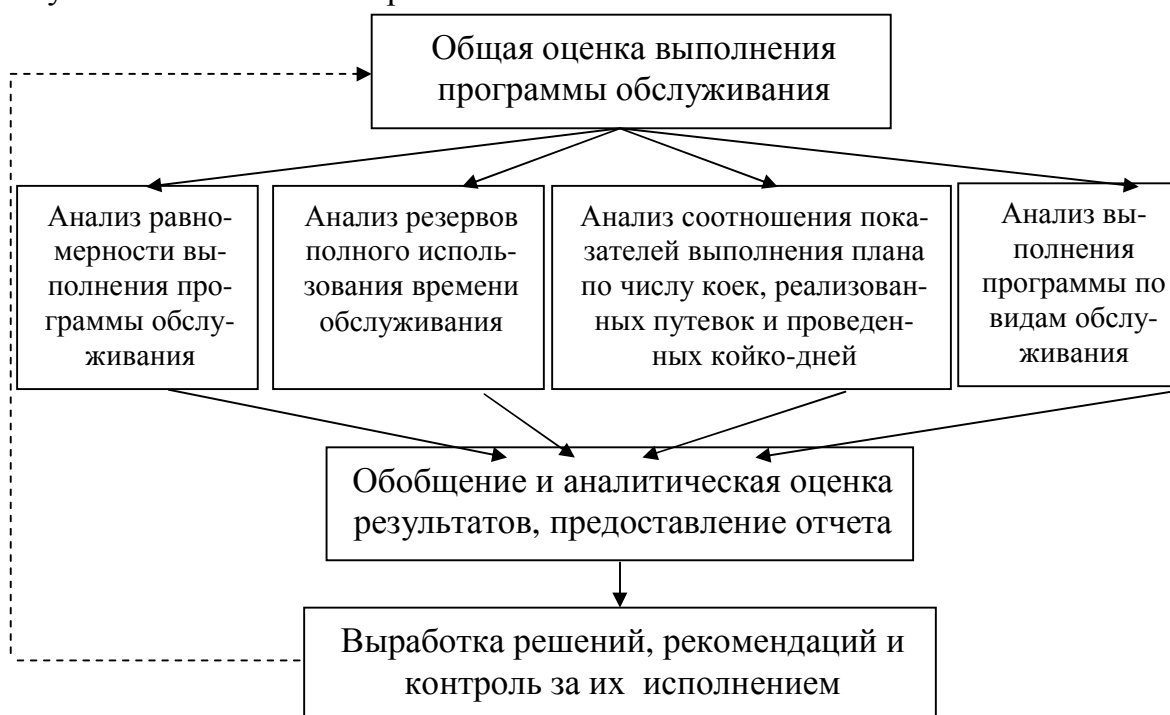


Рис. 4 - Порядок проведения внутреннего аудита выполнения программы основного обслуживания

Для того чтобы установить, как выполнена здравницей программа по объему обслуживания, необходимо сравнить фактические показатели, характеризующие число отдыхающих и использованные ими койко-дни, с планируемыми и найти средний процент выполнения плана за отчетный период. Данная информация содержится в ежемесячном отчете о выполнении программы (табл. 3).

Отчет составляется на основании ежедневных отчетов «Сведения о загрузке санаториев», которые каждый санаторий обязан предоставить в «Ессентукский филиал ООО «Курортное управление» (холдинг)».

Рассмотрим показатели работы Объединения по выполнению программы по объему обслуживания (табл. 4).

ченные результаты и установить разницу между ними. За анализируемый период самый большой разрыв в выполнении программы по числу больных и проведенных ими койко-дней составляет 14,6 % в 2002 г., а самый маленький в 2003 г. – 8,1 % и объясняется недоездами и досрочными выездами по различным причинам (т. е. нарушением времени пребывания больных). Выполнение программы обслуживания по количеству койко-дней на 101,2 % объясняется реализацией путевок, выпущенных по программе на недоезды. Вместе с тем имели место случаи продления пребывания за наличный расчет по уважительным причинам (болезнь, транспортные затруднения).

Вывод: Спецификой проведения внутреннего аудита отдела реализации путевок в организациях санаторно-курортной сферы является проверка порядка сбора и обработки сведений о загрузке санаториев, их заполняемости, выполнение программы заезда. В связи с этим мы предлагаем вопросник для определения состояния и эффективности использования коечного фонда, а также порядок проведения внутреннего аудита выполнения программы основного обслуживания.

1. Андреев В.Д. Внутренний аудит: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 464 с.
2. Богомолов А. М., Голошапов Н. А. Внутренний аудит. Организация и методика проведения. - М.: «Экзамен», 2000. – 192 с.
3. Помощь оказалась «узкой», что сказалось на нагрузке// Кавказская здравница. – 2004. - № 13. – С. 2.

Пятигорский государственный технологический университет, финансово-экономический факультет, кафедра «Бухгалтерский учет и аудит», 08.00.12-бухгалтерский учет, статистика

8 905 417 3739, 8 918 794 4626, г.Ессентуки, ул. Предгорная д. 11 кв. 19

ula_kulpina@mail.ru