**Введение**

Мини-бар (mini-bar, bar in room).Интересный и удобный, но очень дорогой (для несведущего посетителя) атрибут гостиничного номера. Мини-бар - холодильник с камерой под ключ и сигнализацией. Он ежедневно заполняется горничной прохладительными и алкогольными напитками в стандартном наборе (пиво, лимонад, минеральная вода, виски, вино, шоколад и т.д.). Ключ от мини-бара вручается гостю вместе с ключом к номеру. В номере наряду с памяткой и рекламными буклетами обязательно есть описание содержимого мини-бара с ценами. Любое открытие мини-бара фиксируется автоматически, а содержимое проверяется горничной ежедневно и при отъезде гостя. Оплата за пользование продуктами и напитками может либо включаться в счет по факту выпитого и съеденного, либо (что обычно дороже!) заранее включаться в стоимость номера и не зависеть от потребностей (или возможностей) клиента. Стоимость продуктов и напитков в пять-шесть раз выше их стоимости в магазине. Не стоит утром бежать в магазин и покупать банку пива для того, чтобы поставить ее обратно в мини-бар. Скорее всего все упаковки меченые. Во избежание таких ситуаций и конфликтов есть конструкции мини-баров, изменяющие конфигурацию своего пространства адекватно вынутым упаковкам.

Проблема мини-баров актуальна и ей уделяется большое внимание хозяевами гостиниц (проверки, автоматизированное слежение и система расчетов и др.), потому что при правильной постановке его обслуживания мини-бар в номере приносит больше прибыли, чем сам номер.

**Технология организации мини-баров в гостиницах**

Спрос на гостиничные номера бьет рекорды не только в Москве, где проблема найти свободное место стоит почти так же остро, как и во времена планового туризма. А спрос, как известно, не только стимулирует рост цен, но и рождает дополнительное предложение. В силу цикличности гостиничного бизнеса, там, где еще недавно клиенты «оспаривали» друг у друга привилегию провести ночь с относительным комфортом, рано или поздно разворачивается «битва» за клиента.

В условиях жесткой конкуренции гостиничный бизнес ищет способы расширить список предлагаемых услуг не только для получения дополнительных доходов от их реализации, но и для повышения привлекательности отеля, выделения его среди прочих равных. Сегодня основной акцент делается на оборудовании номеров, предназначенных для деловых клиентов, высокотехнологичными коммуникационными системами. Как считают гостиничные операторы, наличие или отсутствие таких систем будет в будущем определять выбор гостя.

**К ним, как ни странно, относятся мини-бары.**

На первый взгляд, этот привычный атрибут многих номеров обходят стороной процессы вечного обновления, на что обычно делается ставка в борьбе за вечно меняющегося потребителя гостиничных услуг. Российский стандарт, лежащий в основе всех действующих систем сертификации и классификации, считает наличие мини-баров обязательным для гостиниц уровня 4\* и выше. Другим фактором, стимулирующим интерес к мини-барам, становится отсутствие достаточного количества информации, на основании которой можно было бы составить представление об их месте в бюджете гостиничного предприятия.

Действительно, мнения представителей гостиничного бизнеса относительно этого атрибута номеров высокой категории часто противоречивы. Одни считают мини-бары экономически оправданным и необходимым дополнением, другие говорят о низкой эффективности, трудозатратности и прочих негативных факторах, связанных с барами в номерах.

Наконец, не стоит ставить это дорогостоящее оборудование в гостиницах, предназначенных для клиентов, чувствительных к ценам, а также в местах, насыщенных аналогичным предложением по более низким ценам. С этой точки зрения гостиницы, включенные в состав многофункциональных комплексов, имеющих сильную торговую составляющую, нелогично было бы оснащать мини-барами, тогда как отели в аэропортах, в курортных зонах (особенно клубные отели) смогли бы получать от них существенный доход. Чтобы поддерживать интерес клиентов к барам в номерах на высоком уровне, следует постоянно обновлять ассортимент, привнося в него все новые тенденции: начиная от здорового питания и заканчивая «сувенирно-развлекательными» моментами, когда содержимое баров оформляется особым, «фирменным» способом.

Насколько логично связывать класс отеля с наличием или отсутствием мини-бара? С одной стороны, международные гостиничные операторы выдвигают соответствующие требования к управляемым ими средствам размещения - начиная с определенного класса. Тогда почему же национальные туристические администрации или иные органы государственной власти, в чьем ведении находится сертификация гостиниц, не должны предъявлять подобных требований и не подтверждать категорию 4 или 5 звезд тем отелям, номера которых мини-барами не оборудованы? Наверное, здесь дело в несовпадении сфер ответственности. Операторы, настаивающие на оснащении гостиничных номеров тем или иным видом оборудования, исходят из экономических соображений. Именно они в дальнейшем будут управлять этим объектом и отвечать перед владельцем за результаты своей деятельности, поэтому все, что способно (по их мнению, подкрепленному расчетами и опытом) повысить доходы гостиницы, должно применяться. Туристические администрации, в свою очередь, отвечают за удобства и безопасность проживания клиентов, поэтому логично, если она требует установления, например, особых противопожарных систем или контролирует минимум «жизненного пространства».

**Система налогообложения мини-баров в гостиницах**

Согласно нормам главы 26.3 Кодекса система налогообложения в виде единого налога на доход от мини-баров, в качестве объекта розничной торговли, невозможно отнести ни к одному из объектов торговли, предусмотренных главой 26.3 Кодекса.

Кроме того услуги мини-бара в гостиницах, мотелях и т.д. относятся к одному из обязательных требований к гостиницам, мотелям и т.д., предусмотренных в соответствии с требованиями к гостиницам и другим средствам размещения различных категорий, установленными приказом Федерального агентства по туризму от 21 июля 2005 г. N 86 "Об утверждении системы классификации гостиниц и других средств размещения" (далее - Приказ).

Таким образом, указанным Приказом торговля посредством мини-бара отнесена к услугам гостиничного бизнеса (услуга мини-бара).

Деятельность по предоставлению услуг мини-бара в жилищно-гостиничном комплексе и в других объектах, относящихся к средствам временного размещения, не относится к розничной торговле и не подлежит обложению единым налогом на вмененный доход.

Данный вид предпринимательской деятельности подлежит обложению в рамках общего режима налогообложения или же в соответствии с упрощенной системой налогообложения.

Ш документы

Выручку от реализации товаров через мини-бар начисляют на основании отчета о потребленных товарах. Именно этот документ позволяет бухгалтеру узнать, до какого количества прохладительных напитков "добрался" гость, правильно начислить выручку и списать себестоимость. Унифицированной формы такого отчета нет, поэтому гостиницы разрабатывают ее самостоятельно. Заполняют бланк лица, ответственные за сохранность товара в барах.

От периодичности составления отчета зависит, насколько верно бухгалтер отразит в учете выручку от реализации товаров через мини-бар. В целях экономии трудозатрат некоторые гостиницы отслеживают пополняемость и потребление гостем продукции из баров только по его выезде, забывая, что в таком случае существует риск исказить себестоимость и сумму выручки. Объясним почему.

Во-первых, гость может въехать в номер в одном месяце, к примеру 29 января, а покинуть его в другом (5 февраля). Соответственно, выручку также нужно распределить между двумя месяцами. Во-вторых, товары нередко списывают по методу средней себестоимости, а она, как известно, меняется при получении новой партии по другой цене. То есть в нашем примере, списывая товар 5-го числа, бухгалтер исказит себестоимость, если в феврале гостиница приобрела тот же товар по новым ценам. Таким образом, в интересах гостиницы составлять отчеты о потребленных через мини-бар товарах ежедневно.

Ш клиенты

Неоплаченные счета за напитки из мини-бара - проблема, от которой, к сожалению, не застрахована ни одна гостиница. Рано или поздно поселится-таки в одном из номеров клиент, который, перед тем как уехать, заявит, что не собирается платить по счету.

Если гостиница решает не спорить с конфликтным гостем и оставляет счет неоплаченным, то возникают вопросы: нужно ли отражать выручку от реализации? Правомерно ли списывать себестоимость потребленных, но не оплаченных товаров в бухучете и включать ее в состав расходов в налоговом учете?

Начнем с бухгалтерского учета. Выручка возникает здесь независимо от того, оплачены товары или нет. Дело в том, что данная ситуация отвечает всем условиям для признания выручки, которые перечислены в п.12 Положения по бухгалтерскому учету (ПБУ 9/99) "Доходы организации", утвержденного Приказом Минфина России от 06.05.1999 N 32н:

- организация имеет право на получение этой выручки, вытекающее из конкретного договора или подтвержденное иным соответствующим образом;

- можно определить сумму выручки;

- право собственности (владения, пользования и распоряжения) на продукцию (товар) перешло от организации к покупателю;

- можно определить расходы, которые произведены или будут произведены в связи с этой операцией;

В бухучете выручку от реализации товара через мини-бары отражают раньше, чем его оплату, и на момент начисления этой выручки гостиница еще уверена в том, что получит деньги от постояльца.

Себестоимость потребленных, но не оплаченных товаров отель спишет на затраты. Основание - п.5 ПБУ 10/99 "Расходы организации", утвержденного Приказом Минфина России от 06.05.1999 N 33н, который относит к расходам по обычным видам деятельности затраты, связанные с изготовлением, продажей продукции, а также приобретением и продажей товаров.

В налоговом учете доход от реализации товаров через мини-бары также возникает независимо от факта оплаты (если, конечно, фирма считает налог на прибыль методом начисления). Доход признают на день реализации, то есть перехода права собственности на товар от гостиницы к клиенту (п.3 ст.271 Налогового кодекса РФ). Одновременно с этим в налоговом учете списывают и расходы на приобретение этого товара (ст.268 НК РФ).

Из-за клиента, отказавшегося оплатить услуги мини-бара, на счете 62 остается "висеть" дебетовое сальдо. Как и когда закрыть взаиморасчеты с гостем? Ответ - в п.77 Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ, утвержденного Приказом Минфина России от 29.07.1998 N 34н. Он позволяет фирме признать задолженность клиента нереальной к взысканию и списать ее на финансовые результаты, не дожидаясь, пока пройдут три года срока исковой давности.

Списывая долги своих недобросовестных клиентов в бухучете и "облегчая" дебиторскую задолженность в балансе, гостиница не может сделать то же самое при расчете налога на прибыль. Дело в том, что Налоговый кодекс признает нереальными к взысканию лишь те долги перед налогоплательщиком, по которым истек срок исковой давности или обязательство по которым "прекращено вследствие невозможности его исполнения, на основании акта государственного органа или ликвидации организации" (п.2 ст.266 Налогового кодекса РФ). В результате возникает временная разница, которая приводит к образованию отложенного налогового актива, который отражают в бухучете по дебету счета 09 "Отложенные налоговые активы" и кредиту субсчета "Расчеты по налогу на прибыль" счета 68 "Расчеты с бюджетом".

**Инновационные технологии относительно мини-баров в гостиницах**

«В настоящее время мини-бары являются обязательным атрибутом для любого 4-х или 5-тизвездочного отеля, а в некоторых странах и для гостиниц уровня 3 звезды. Несмотря на то, что наличие мини-баров является несомненным плюсом для гостей, которым теперь нет необходимости спускаться в гостиничный бар посреди ночи и которые могут охлаждать и хранить свои собственные продукты, гостиничные менеджеры часто считают мини-бары головной болью для отеля», - говорит Sophie Longevialle, Директор по Маркетингу компании Bartech, суммируя все «за» и «против» использования мини-баров в номерах.

Sophie Longevialle считает, что мини-бары можно превратить в доходную и важную часть бизнеса гостиницы. «Современные автоматические мини-бары Bartech позволяют превратить их в реальный источник дохода для гостиницы, так как они позволяют оптимизировать затраты на персонал (теперь всего один работник способен обслуживать до 400 номеров), сократить уровень краж и потерь до 2%, существенно сэкономить затраты на электроэнергию благодаря автоматизированной энергосберегающей системе, и, конечно, предложить гостям высочайший уровень обслуживания».[[1]](#footnote-1)

В сентябре 2003 года Bartech выпустил 4 новых продукта. Во-первых, был разработан новый программный модуль, который устанавливается на карманном компьютере сотрудника, обслуживающего мини-бар, и позволяет получать отчеты по заполнению мини-бара в режиме реального времени с центрального сервера. Устраняя необходимость в ручных начислениях и синхронизируя скидки с гостиничной системой управления (PMS), новый модуль позволяет значительно сэкономить время и предоставляет правильную и точную информацию о заполнении мини-баров.

Новая модель DD46 - это 60-литровый мини-бар, в котором одновременно сочетается как автоматический, так и неавтоматический мини-бар, позволяющий гостиничным менеджерам продавать и автоматически контролировать 23 охлажденных продукта и до 6 сухих продуктов. Модель DD46 позволяет также хранить гостям свои собственные продукты в 25-литровом неавтоматическом отсеке мини-бара. Longevialle считает, что «65-литровая комбинированная модель с автоматической секцией слева и неавтоматической секцией для персонального использования клиентов справа, идеальна как для проживающих групп, семей (неавтоматическая секция), так и бизнесменов, и деловых людей (автоматическая секция). Это идеальный вариант для гостиниц, обслуживающих любых клиентов».

Меньшие по размеру модели S9, S12 и S15 объемом 20 литров оборудованы тихой термоэлектрической охлаждающей системой и соединены с гостиничной PMS посредством интерфейса.

И, наконец, модель H32 на 50 литров предлагает три ряда полок на двери, что оптимизирует внутреннюю конфигурацию мини-бара и позволяет менеджеру отеля продавать 36 продуктов. В то же время секции для хранения сухих продуктов, не требующих охлаждения, также могут быть добавлены.

Теперь Bartech предоставляет отелю возможность использовать существующую беспроводную Wi-Fi сеть для создания единой сети между всеми мини-барами и сервером Bartech. В настоящее время Bartech является единственным поставщиком автоматических мини-баров, объединенных и работающих с помощью беспроводной Wi-Fi сети», - сказала Sophie Longevialle. В этом году в отеле «Williard InterContinental Hotel» (США, Вашингтон) компания Bartech произвела первую установку Wi-Fi сети, объединив все номера в единую систему через беспроводные точки доступа.

Мини-бар Bartech, созданный специально для гостиниц, устроен таким образом, что его полки разделены на ячейки, под каждой из которых имеется электронный датчик, постоянно информирующий центральный компьютер о том, заполнена данная ячейка или она вдруг опустела. Если клиент открыл холодильник и взял что-то с полки, то информация об этом тут же поступает в компьютер.

Все мини-бары гостиницы подключены к централизованной системе управления. Таким образом, гостиничный персонал может оперативно отслеживать любые действия с продуктами и напитками, хранящимися в мини-барах.

Если же клиент покинул номер, и он временно стоит пустым, то Bartech тут же переходит на режим экономии, что сберегает до 40% электроэнергии. Обслуживающему персоналу больше не надо бегать по номерам и пересчитывать содержимое бара. Клиенту, покидающему отель, тут же выставляется счёт с указанием всех полученных им удовольствий.

Кстати, компьютер отслеживает ещё и срок хранения содержимого. Так что ужасная ситуация, когда клиент выпьет просроченное пиво, исключена.

**Системы автоматических мини-баров.**

Номера любой современной гостиницы должны быть снабжены мини-барами. В мире ими оснащено более 4 млн. гостиничных номеров. Исследования показывают, что один работник службы мини-баров может обслужить в день более 200 мини-баров. Однако более 50 % мини-баров никогда не используются и сотрудник впустую расходует время на проверку всех мини-баров. Производители программного обеспечения предлагают вариант решения данной проблемы - системы автоматизированных мини-баров. Известны такие системы, как Global Bartender Minibar Services (<http://www.gemsglobal.com/>), eRoomSystem (<http://www.eroomsystem.com/>), Minibar Control System (<http://www.minibar.ch/>) и т. д. Наиболее известная система управления мини-барами – Bartech Automatic System (<http://my-bartech.com/>), продаваемая на территории Российской Федерации компанией HRS. Система мини-баров позволяет увеличить доходы от продаж, сократить затраты на персонал (один сотрудник может обслуживать до 400 мини-баров), осуществлять контроль за сроками годности продуктов, проводить начисление на счёт гостя за изъятые продукты (при начислении интерфейса с системой).

Технология работы системы мини-баров следующая. При заселении гостя система осуществляет разблокировку замка мини-бара. Каждый продукт в автоматическом мини-баре контролируется отдельным датчиком; происходит автоматическое распознавание того, взял ли гость продукт только для того, чтобы на него посмотреть или для того, чтобы съесть. В первом случае начислений на счёт гостя не будет, во втором автоматически будет произведено начисление на сумму изъятого продукта. Информация сразу же попадает в службу мини-баров с отчётами о необходимости пополнения мини-бара. При выселении система управления гостиничным предприятием автоматически блокирует систему мини-баров.

К достоинствам автоматических мини-баров можно отнести достоверность информации об их загруженности в режиме реального времени, автоматическое выставление счетов, позволяющее быстро производить выписку гостя, простоту работы с системой, возможность проведения различных маркетинговых программ. Кроме того, система мини-баров может быть настроена для изменения горничными статуса номера после уборки, а также статуса технического состояния. Наконец, система может выступать единым центром управления гостиничным номером, включая управление электронными сейфами, замками, системой энергосбережения, кондиционирования. Мини-бары могут обслуживаться самостоятельной автоматизированной системой, например, Bartech. Некоторые системы автоматизации гостиниц позволяют проводить обслуживание мини-баров через своё программное обеспечение, например, системы интерактивного гостиничного телевидения OTRIUM или STEcom.

Более эффективным решением является самостоятельная система, поскольку прочие системы могут только показать, открылся мини-бар или нет (в мини-барах на дверцу устанавливается датчик открытия), но не в состоянии дать отчёт по количеству и номенклатуре потреблённых клиентом продуктов.

Гостиничные мини-бары должны отвечать таким требованиям, как: надёжность, высокая пожаробезопасность, низкий уровень шума, наличие энергосберегающих технологий, простота эксплуатации и технического обслуживания. Кроме того, гостиничные мини-бары должны иметь современную систему автоматического размораживания, регулируемые полки, перевешиваемые дверцы, отделения для мелких и крупных продуктов, внутреннюю подсветку, ёмкость для льда и т.д.

Цены на мини-бары зависят от варианта исполнения и объёмов охлаждающей и общей камер, которые измеряются в литрах (30 или 50 л). Цена одного мини-бара может составлять от 300 до 1500 долл. (например, в случае комплектации мини-бара жидкокристаллическим телевизором).[[2]](#footnote-2)

**ПЛЮСЫ И МИНУСЫ, СВЯЗАННЫЕ С ЭКСПЛУАТАЦИЕЙ МИНИ-БАРОВ В НОМЕРАХ[[3]](#footnote-3)**

 "+" Около 33% деловых клиентов пользуются мини-барами в течение своего пребывания в гостинице

 "-" Существует высокая конкуренция мини-барам со стороны предприятий общественного питания (и магазинов) города, а также самого отеля.

 "+" С мини-барами связано представление о высоком классе гостиницы, что поднимает престиж заведения в глазах клиента

"-" Чувствительные к цене клиенты (в частности, более 60% бизнес-туристов) экономят на услугах, не включенных в смету командировочных расходов, и не пользуются мини-барами.

"+" Мини-бары расширяют возможности клиентов получать питание и напитки, не выходя из номера, а также в ночные часы, при этом общение с персоналом сведено к минимуму, что важно в условиях «языкового барьера»

"-" Пополнение и контроль состояния мини-баров требуют высоких трудозатрат. На каждые 100 номеров требуется, как минимум, 1 человек, занятый исключительно обслуживанием мини-баров.

"+" Доход от мини-баров составляет примерно $2,5 в день на номер, при этом лучшие гостиницы получают в 2 раза большие суммы

"-" Установка полностью автоматизированных систем контроля мини-баров стоит дорого. Применение неавтоматизированных систем снижает прибыль от эксплуатации баров в номерах до 12% от первоначальной выручки.

"+" Выручка от мини-баров составляет 8-10 и более % в год от общей выручки по отделу питания и напитков отеля или 2,5-3% от оборота гостиницы в целом

"-" Статистика показывает, что основные напитки, потребляемые клиентами из мини-баров, представлены кока-колой, минеральной водой и прочими недорогими товарами.

"+" Чистая прибыль по мини-барам составляет 55% (в полностью автоматизированных системах) от выручки, что значительно выше, чем прибыль других отделов службы питания и напитков отеля (30-40%)

"-" Возникают большие издержки, связанные с кражами содержимого мини-баров (как клиентами гостиницы, так и персоналом). Имеют место конфликты и отказы платить по счетам.

"+" Потребление продуктов и напитков в мини-баре тем выше, чем качественнее представленные в нем товары: клиенты чаще потребляют шоколад, алкоголь и т.д. самых лучших марок, чем обычные продукты. Это повышает средний чек мини-бара

"-" Поскольку мини-бары представляют собой одновременно холодильники, их делают обычно непрозрачными, а это лишает клиентов возможности делать «спонтанные» покупки, к которым, как правило, относятся покупки товаров класса «люкс».

**Заключение**

Хотелось бы отметить, что номера отелей, претендующих на достойный уровень обслуживания клиентов, непременно оснащают баром. Там постоялец всегда найдет пару баночек кока-колы, фанты или пива, которые можно оплатить при выезде из гостиницы. При оформлении подобной услуги бухгалтеру нужно быть особо внимательным в двух случаях: при работе с первичными документами и учете дебиторской задолженности.

Как показало исследование, самые популярные продукты, покупаемые в мини-баре - это орешки, шоколадные батончики, конфеты M&M's, чипсы Pringles и шоколад Toblerone. Самые покупаемые напитки - вода в бутылке, содовая, пиво, вино и ликер.

Вообще, туристы мало используют мини-бары из-за заоблачных цен, - считают эксперты. Снижая цены и тщательнее проверяя счета, гостиницы смогут серьезно увеличить число людей, пользующихся мини-баром. Мини-бары, представляющие собой стоящие в номерах небольшие холодильники, наполненные напитками и продуктами, конечно же, намного повышают комфорт проживающих. Однако в обычном исполнении они требуют немало хлопот со стороны обслуживающего персонала по постоянному контролю за их содержимым и пополнением запасов.

**Список литературы**

1. Иванова Р.В. Торгово-технологическое оборудование. М.: Экономика. 2005

2. Курьянова З.В.Теоретический курс бухгалтерского учета. Москва. 2006 г.

3. Маслов Л.А. Основы технологии приготовления пищи. М.: Экономика 2005 г.

4. Морозова А.В. Бухгалтерский учёт в общественном питании, Москва

2007 г.

5. «Учет, налоги, право», №5, 2006 г.

6. «Гостиничный сервис», №8, 2005 г.

7. Лайко М.Ю. «Мировой опыт развития индустрии гостеприимства», Москва,2008 г.

1. «Гостиничный сервис», №8, 2005 г. [↑](#footnote-ref-1)
2. М.Ю.Лайко «Мировой опыт развития индустрии ностеприимства»,2008 [↑](#footnote-ref-2)
3. Colliers International, 2006 г. [↑](#footnote-ref-3)