

УДК 338.48

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ФАКТОРОВ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Романюк А.В.

*ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Москва,
e-mail: romanyuk.all@gmail.com*

В работе выделены последствия кризисного состояния для индустрии гостеприимства и туризма Российской Федерации. В условиях кризиса необходимо выбирать такие методы управления гостиничным предприятием, которые максимально повышают эффективность его деятельности. Как следствие, необходимо сокращать затраты на различные виды деятельности, отдача от которых не так существенна. С этой целью было проведено исследование с привлечением экспертов в области управления гостиничным бизнесом. С помощью экспертных оценок были проранжированы факторы, влияющие на эффективность деятельности гостиничных предприятий. В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что учет выделенных экспертами факторов позволяет повысить значение показателя доход на номер (как показатель эффективности деятельности гостиничного предприятия) в сравнении с прямыми конкурентами, которые их не учитывают.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, средства размещения, ценообразование, управление доходами, эффективность деятельности, доход на номер

INFLUENCE EVALUATION OF THE VARIOUS FACTORS ON THE HOTEL EFFICIENCY

Romanyuk A.V.

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, e-mail: romanyuk.all@gmail.com

The paper highlighted the consequences of the crisis state for the hospitality industry of the Russian Federation. In the conditions of crisis it is necessary to choose methods of management that maximize the operation efficiency. As a consequence it is necessary to reduce the costs of the various activities, where the returns are not significant. To this end, a study was conducted with experts in the field of hotel management. With the help of experts evaluations were ranked the factors affecting the hotels efficiency. In the result of the study it can be concluded that consideration of factors, identified by the experts, can improve the value of the index for revenue per room (as a hotel performance indicator) compared with competitors, who do not consider them.

Keywords: hospitality industry, accommodation facilities, pricing, revenue management, efficiency, revenue per available room

До недавнего времени рынок индустрии гостеприимства и туризма Российской Федерации развивался динамично, но в последнее время наблюдается ряд негативных событий. С 2014 года рынок индустрии гостеприимства и туризма Российской Федерации находится в кризисном состоянии [3]. Это вызвано комплексом проблем: политическими, экономическими или социальными. Существенное снижение мировых цен на нефть негативно отразилось на стабильности национальной валюты. В результате этого явления происходит падение реальных доходов населения и как следствие их покупательской способности. Можно констатировать факт, что все решения, связанные с управлением доходами, базируются на экономических принципах соотношения спроса и предложения.

Эффективная политика обслуживания гостей, продуманные дополнительные предложения и даже оптимальное месторасположение гостиничного предприятия не могут сами по себе обеспечить прибыльность операций, если цена этих услуг не покрывает издержки или отпугивает потенциаль-

ных клиентов. Ни шикарные гостиничные номера, ни фешенебельные рестораны или суперсовременные конференц-залы не будут представлять никакого интереса, если не смогут генерировать норму доходности, заслуживающую внимания владельцев и инвесторов [1]. Последние, в свою очередь, подвижны вполне понятным желанием выгодно разместить свои свободные финансовые ресурсы. С другой стороны, владельцы предприятий индустрии гостеприимства также имеют бесчисленное количество направлений использования своих средств. И если эти предприятия не обеспечивают своих инвесторов адекватным уровнем дохода, они будут использовать имеющиеся фонды в других областях деловой активности [10]. Таким образом, в настоящее время гостиничным предприятиям необходимо более точно определять, на что стоит тратить деньги, а на что нет.

Цель исследования

Целью данного исследования является выявление элементов системы управления доходами гостиничных предприятий и ран-

жирование по степени их воздействия на конечный результат деятельности гостиничных предприятий, выраженный в качестве показателя доход на номер (Revenue per available room (RevPAR)). Доход на номер комбинирует показатель загрузки и информацию о ценах и позволяет измерить возможности гостиницы по достижению максимального дохода как со стороны загрузки, так и со стороны средней цены. Рассчитывается он как:

$$\text{RevPAR} = \frac{\text{Выручка от продажи номеров за период}}{\text{Количество доступных номеров за период}}$$

Существуют различные подходы к определению понятия управления доходами. В иностранной литературе используется термин yield management и revenue management. Часть авторов считает, что yield management относится только к доходам, полученным от размещения гостей. Понятие revenue management включает в себя все источники доходов. Данный процесс опирается на интеллектуальный капитал и комплекс компьютерных моделей [4]. Поэтому усовершенствование систем управления гостиничными предприятиями различного типа является в настоящее время востребованным и актуальным [6].

Материалы и методы исследования

Для проведения исследования зависимости различных факторов на эффективность деятельности гостиничного предприятия предложена модель, представленная на рис. 1.

Исследовательская модель облегчает использование как качественных, так и количественных данных. Модель показывает влияние внешних факторов на менеджеров, участвующих в процессе принятия решения управления доходами гостиничного предприятия, разработки стратегий, тактики и т.д. [7]. Модель так же показывает влияние внутренних ресурсов, таких как человеческий капитал и технологии

на результаты системы управления доходами и в конечном итоге на эффективность деятельности предприятия [8].

В разработанной модели предполагается, что комбинация внешних факторов и внутренних ресурсов станет результатом деятельности системы управления доходами, которая в конечном итоге влияет на эффективность деятельности предприятия. Для этого ожидается, что предприятие будет оптимально использовать внешние факторы и внутренние ресурсы для максимизации доходности.

Концептуальная структура исследования и детальная модель, исследованная в диссертации, представлены на рис. 2.

Моделирование структурными уравнениями является подходящей формой и представляется необходимым механизмом для исследований, проведенных в диссертационной работе. [9]. Автором проведено исследование влияния внешних и внутренних факторов, воздействующих на эффективность системы управления доходами по данным трехзвездочных гостиничных предприятий г. Москвы. Исследование включало анализ внешних факторов (влияние кластеров или стратегических групп, конкурентная среда, институциональное и макроэкономическое воздействие) [2]. К внутренним факторам относится использование технологий и человеческого капитала [5].

Для проведения исследования были опрошены шесть экспертов в области управления гостиничными предприятиями. Перед экспертами была поставлена задача оценить каждым из элементов предложенной системы для построения системы оценки деятельности гостиничного предприятия (СОДГП). Опрошенные эксперты определили значимость каждого из элемента предложенной системы и представили свои предположения для возможного ранжирования всех элементов.

При анализе текущих систем управления доходами гостиничного предприятия выявлялась роль каждого элемента систем управления доходами. На данном этапе исследования выполнялась проверка и оценка каждого элемента управления доходами гостиничного предприятия, на втором строилась система показателей, оценивающих эффективность деятельности гостиничного предприятия (система оценки деятельности гостиничного предприятия (СОДГП)).

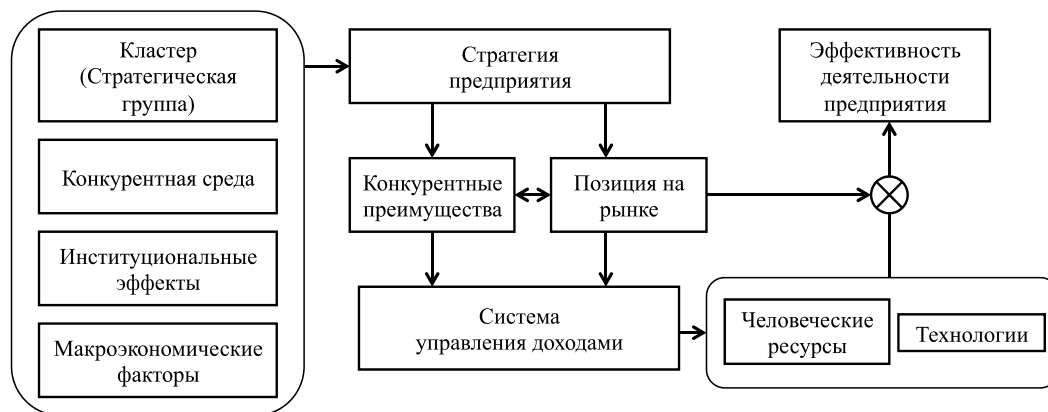


Рис. 1. Модель исследования влияние факторов на эффективность деятельности гостиничного предприятия



Рис. 2. Концептуальная структура исследования

Автор считает, что ключевыми факторами, влияющими на эффективность методов управления доходами гостиничного предприятия, являются следующие:

- 1) кластеры и стратегические группы;
- 2) конкурентная среда;
- 3) институциональное влияние;
- 4) макроэкономическая среда;
- 5) технологии;
- 6) человеческие ресурсы;
- 7) стратегический план;
- 8) конкурентное преимущество.

В результате анализа была разработана методика оценки основных показателей эффективности деятельности гостиничных предприятий, представленная в табл. 1.

Данная система оценки СОДГП, дает представление о влиянии ключевых факторов на показатель доход на номер (RevPAR).

Результаты исследования и их обсуждение

В результате проведенного исследования были выделены критерии важности каждого элемента СОДГП. Факторы оценивались по пятибалльной шкале, далее с помощью экспертов каждому фактору был присвоен свой ранг (см. табл. 1).

В указанной таблице представлены субъективные мнения экспертов, оцененные с помощью пятибалльной шкалы: 5 – фактор необходим, 4 – фактор очень важен, 3 – фактор важен, 2 – фактор имеет некоторое значение и 1 – фактор не важен.

Затем рассчитывается итоговый вес каждого фактора. Результаты расчетов представлены в табл. 2.

Расчет значения каждого элемента рассчитывается по формуле:

$$V_i = I_i^2 / N \times \sum I \quad (1)$$

где V_i – значение элемента i , I – значение оценки элемента, N – количество элементов.

Проведенный анализ показал, что эксперты ранжировали элементы системы оценки деятельности гостиничного предприятия следующим образом. На первое место были поставлены «Информационные технологии». Второе место занял фактор «Конкурентные преимущества». На третье место эксперты поставили «Мониторинг конкурентной среды» и т.д.

Используя информацию, полученную из инструмента СОДГП, каждая экспертная оценка была определена количественно. Эта оценка состояла из расчета совокупной ценности для каждого элемента системы, с дальнейшим вычислением среднего значения. После определения значения, было проведено сравнение с эталонным значением. В результате было вычислено значение элемента СОДГП. После определения значения СОДГП для конкретного предприятия, значение затем сравнивается со значением СОДГП для ближайших конкурентов, чтобы привязать его к показателю оценки эффективности деятельности гостиничного предприятия, выраженному через показатель доход на номер (RevPAR).

Таблица 1

Оценка влияния факторов на эффективность деятельности гостиничного предприятия

Мнение экспертов	1	2	3	4	5	6
Кластеры и стратегические группы	4	4	3	3	4	3
Конкурентная среда	4	5	5	3	5	3
Институциональные эффекты	4	4	3	3	4	3
Макроэкономическая среда	3	3	3	3	4	4
Технологии	5	5	4	5	3	5
Человеческие ресурсы	4	3	4	2	5	3
Стратегический план	3	5	4	4	4	4
Конкурентное преимущество	3	5	4	4	5	5
Итого	30	34	30	27	34	30
максимальная оценка	40	40	40	40	40	40
% оценки	0,75	0,85	0,75	0,675	0,85	0,75

Таблица 2

Расчет значения элементов СОДГП

Элемент	Оценка элемента	Потенциальная оценка	Среднее значение	Вес элемента	Ранг элемента	Значение элемента
Кластеры и стратегические группы	21	30	3,5	11,35%	5	0,3973
Конкурентная среда	25	30	4,2	13,51%	3	0,5631
Институциональные эффекты	21	30	3,5	11,35%	5	0,3973
Макроэкономическая среда	20	30	3,3	10,81%	6	0,3604
Технологии	27	30	4,5	14,59%	1	0,6568
Человеческие ресурсы	21	30	3,5	11,35%	5	0,3973
Стратегический план	24	30	4	12,97%	4	0,5189
Конкурентное преимущество	26	30	4,3	14,05%	2	0,609
Итого	185			100,00%		3,9
						0,78 (78%)

Выводы

Гостиничное предприятие, достигающее приемлемого значения СОДГП должно также добиться адекватного значения показателя доход на номер. Таким образом, если значение показателя СОДГП гостиничного предприятия больше или равно 70% от значения СОДГП равное 3,9 или 78% (см. табл. 2), выраженное в относительных величинах (где 70% от 78% составляет около 55%), то гостиничное предприятие должно достичь значение показателя доход на номер выше, чем среднее значение среди прямых конкурентов. В заключении также следует отметить, что это первый вариант системы СОДГП. Идея и применение новой предложенной модели как прогнозной для показателя RevPAR является новой для индустрии гостеприимства и туризма. Для гостиничных предприятий будет выгодно участвовать в развитии данной модели с целью ее улучшения.

Список литературы

1. Гареев Р.Р. Инновационный менеджмент в гостиничном предприятии // Молодой ученый. – 2014. – № 19. – С. 280–284.
 2. Козлов Д.А. Прогнозирование в индустрии гостеприимства и его совершенствование в условиях перехода

к рыночной экономике. Автореф. дисс. канд. экон. наук. – М, 2000. – 179 с.

3. Кульгачев И.П. Статистика внутреннего туризма в России: состояние и перспективы развития // Международная торговля и торговая политика. – 2014. – № 12 (91). – С. 30–41.

4. Милорадов К.А. Методические подходы к оценке экономической эффективности информационных систем в индустрии гостеприимства // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2015. – № 3. – С. 236–238.

5. Попов Л.А. Управление человеческими ресурсами в индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие / Л.А. Попов, Е.А. Баклыкова. – М.: ГОУ ВПО «РЭА имени Г.В. Плеханова», 2010. – 150 с.

6. Романюк А.В. Роль экономического и финансового контроллинга гостиничных предприятий // Журнал «РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция». – 2013. – № IV. – С. 255–257.

7. Романюк А.В. Влияние внешних факторов на управление доходами гостиничных предприятий // Молодой ученый. – 2015. – № 23. – С. 650–653.

8. Романюк А.В. Влияние внутренних факторов на управление доходами гостиничных предприятий // Молодой ученый. – 2015. – № 24. – С. 543–545.

9. Романюк А.В. Методы управления доходами трехзвездочных гостиничных предприятий и их совершенствование (на примере г. Москвы). Автореф. дисс. канд. экон. наук. – М., 2015. – 194 с.

10. Романюк А.В. Реструктуризация гостиничных предприятий и ее основные этапы // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2013. – № 2. – С. 171–174.