

НАУЧНО–МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА

Е.Н. КАРЧЕВСКАЯ

*Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого,
г. Гомель, Республика Беларусь*

Введение. В Республике Беларусь туризм становится важной сферой деятельности, с каждым годом объем туристского экспорта возрастает, а государственное управление туризмом направлено на формирование конкурентоспособного туристского комплекса, развитие въездного и внутреннего туризма как доходной составляющей экономики. Вместе с тем, приходится констатировать, что состояние материально–технической базы туризма, нуждающейся в реконструкции, – одна из самых существенных проблем в современном белорусском туризме.

Актуальность настоящего исследования определена в соответствии с главной целью Государственной программы развития туризма «Беларусь гостеприимная» на 2016 – 2020 годы – формированием и развитием современного конкурентоспособного туристического комплекса, внесением вклада туризма в развитие национальной экономики [1].

Традиционно анализ деятельности предприятий гостиничного хозяйства проводится с использованием таких экономических показателей, как коэффициент средней годовой загрузки, индекс прибыльности и индекс ликвидности номерного фонда. Однако этих показателей не достаточно для объективной оценки предприятий индустрии туризма.

Объектом настоящего исследования выступают предприятия гостиничного хозяйства Гомельской области как структурный элемент материально–технической базы туристско–рекреационного комплекса Гомельской области. Поскольку ключевую роль в пакете туристских услуг, оказываемых иностранным туристам, играет развитие инфраструктуры гостеприимства, был проведен комплексный анализ ее работы.

Анализ работы предприятий индустрии туризма проводился на основании количественных (статистических) и качественных (результаты маркетинговых исследований) показателей.

Основная часть. Для анализа количественных показателей работы предприятий гостиничного хозяйства были использованы наиболее часто применяемые экономические показатели – индекс прибыльности, индекс ликвидности номерного фонда и коэффициент загрузки. Использованы статистические данные работы гостиниц области за период с 2002 по 2015 гг. [3, 4]. Индекс прибыльности определялся по формуле (1):

$$P_{приб} = \frac{N}{D}, \quad (1)$$

где $P_{приб}$ – индекс прибыльности номерного фонда,

N – количество проданных номеров,

D – показатель доходности.

Как показал анализ, индекс прибыльности гостиниц Гомельской области колеблется в пределах от 0,06 до 1,28. Имеет тенденцию к уменьшению, что связано с неблагоприятной ситуацией в отрасли.

Индекс ликвидности номерного фонда рассчитывался следующим образом (2):

$$C_{ликв.} = K_{загр.} * P_{приб}, \quad (2)$$

где $C_{ликв.}$ – индекс ликвидности номерного фонда,

$K_{загр.}$ коэффициент загрузки,

$P_{приб}$ – индекс прибыльности номерного фонда.

Чем ближе величина индекса ликвидности к 100%, тем лучше работает гостиница. Однако ликвидность гостиниц Гомельской области низка, в среднем составляет не более 3. Более того, характеризуется постепенным уменьшением.

Используя статистические данные, получен коэффициент средней годовой загрузки гостиниц области, представляющий собой отношение количества проданных номеров к количеству номеров, пригодных к эксплуатации. Средняя загрузка гостиниц области варьирует в пределах 40 – 60%, что ниже, чем в среднем в мире (по данным Всемирной туристской организации (ВТО), средняя наполняемость гостиниц составляет 65 – 70%).

Для общего количественного анализа работы предприятий гостиничного хозяйства был использован интегральный показатель развития инфраструктуры туризма [2]. (3):

$$I_{инфр.} = \sum_{i=1}^n \frac{w_i}{Q} v_j, \quad (3)$$

где $I_{инфр.}$ – интегральный показатель развития инфраструктуры туризма административного района,

w_i – величина показателя административного района;

v_j – весовой коэффициент показателя;

Q – величина фактора региона.

Числовые значения весовых коэффициентов присваиваются в зависимости от значимости показателя. Процедура определения коэффициентов значимости происходила в несколько этапов. 1 этап – ранжирование показателей в порядке уменьшения их значимости (максимальное значение имеет наиболее значимый показатель). 2 этап – суммирование значений ранговых показателей. 3 этап – определение доли каждого показателя.

На основании анализа экономических показателей в территориальной структуре Гомельской области выделяются две группы гостиниц. Первая группа – крупные гостиницы, расположенные в удобном транспортно–географическом положении. Это гостиницы Мозырского, Речицкого, Жлобинского, Петриковского, Калинковичского районов. Их транзитное положение и наличие крупных промышленных предприятий обеспечивает приток туристов. В названных районах останавливается более 20 тыс. чел. в год. Загрузка этих гостиниц прямо пропорциональна их прибыльности и ликвидности. Вторая группа гостиниц – маломестные средства размещения. Вместимость этих гостиниц не превышает 60 мест. В эту категорию входят гостиницы Буда–Кошелевского, Ельского, Лоевского, Наровлянского, Хойникского, Чечерского районов. Эта группа наиболее динамична, характеризуется часто меняющимся составом. Нет четко выраженной закономерности в мотивах клиентов гостиниц: либо это деловые мотивы, либо познавательные или гостевые.

Для анализа качественных показателей предприятий индустрии туризма было обследовано 23 предприятия размещения Гомельской области, расположенные в Рогачеве, Калинковичах, Буда–Кошелеве, Светлогорске, Мозыре, Гомеле, Турове (Житковичский район), Жлобине. Выбор данных районов обоснован тем, что именно эти районы имеют высокие количественные показатели развития инфраструктуры туризма.

Анализ качественных показателей развития предприятий размещения проводился с использованием следующих параметров оценки: внешний вид здания гостиницы; внешний вид обслуживающего персонала; чистота номеров; оформление номеров; техническое состояние номеров; исправность работы техники; оснащение мебелью и инвентарем; наличие предприятий питания; наличие дополнительных услуг; наличие парковки; близость от остановок общественного транспорта; форма собственности; год введения в эксплуатацию; последний ремонт; номерной фонд; загрузка; списочная численность работников.

Средняя оценка качества найдена по формуле (4):

$$O_{сред.} = \sum_{i=1}^n \frac{w_i * v_j}{n}, \quad (4)$$

где $O_{сред.}$ – средняя оценка параметра качества предприятий размещения населенного пункта,

- w_i – величина показателя предприятия размещения;
 v_j – балл значимости показателя;
 n – количество исследуемых предприятий размещения.

Результаты анализа представлены в таблице (табл. 1).

В графе «Величина показателя предприятия размещения» обозначено количество предприятий размещения определенного населенного пункта, получившего тот или иной балл качества по определенному параметру. Уровень качества найден как отношение полученной средней оценки параметра качества к количеству используемых для оценки баллов [5].

Таблица 1 – Анализ уровня качества предприятий размещения Гомельской области

Параметры оценки	Величина показателя предприятия размещения, w_i						Средняя оценка, баллов	Уровень, %
	0	4	5	3	8	3		
Внешний вид здания гостиницы	0	4	5	3	8	3	3,04	60,9
Внешний вид обслуживающего персонала	0	2	7	9	3	2	2,83	56,5
Чистота номеров	0	0	4	4	4	11	3,96	79,1
Оформление номеров	0	3	4	6	5	5	3,22	64,3
Техническое состояние номеров	0	3	5	2	6	7	3,39	67,8
Исправность работы техники	0	2	4	6	3	8	3,48	69,6
Оснащение мебелью и инвентарем	0	3	4	2	5	9	3,57	71,3
Наличие предприятий питания	9	2	0	1	3	8	2,48	49,6
Наличие дополнительных услуг	7	7	1	0	6	2	1,87	37,4
Наличие парковки	3	5	0	0	2	13	3,39	67,8
Близость от остановок общественного транспорта	0	5	1	5	1	11	3,52	70,4
Балл значимости показателя, v_j	0	1	2	3	4	5		
Средний уровень								63,2

Показатель уровня качества дает возможность наглядно представить, насколько (в процентах) реализован данный параметр (внешний вид здания гостиницы; чистота номеров; оформление номеров; техническое состояние номеров; исправность работы техники; оснащение мебелью и инвентарем и т.д.) в исследуемом предприятии или населенном пункте.

На основании проведенного исследования предприятий размещения Гомельской области были выявлены следующие особенности.

Важным моментом в привлечении посетителей выступает внешний вид гостиницы, что, к сожалению, не всегда с положительной стороны их характеризует. В целом санитарное состояние номеров гостиниц поддерживается в надлежащем состоянии, а оформление некоторых гостиничных номеров оставляет желать лучшего.

Развитие научно–технического прогресса требует новых подходов к техническому оформлению номеров. Проблемной для области является ситуация с поддержанием в технически исправном состоянии имеющейся в номерах бытовой техники. Степень удовлетворения посетителей гостиниц области исправностью работы техники не превышает 30%.

Необходимым условием развития гостиничного комплекса является наличие в нем предприятий питания. Несмотря на то, что в целом по гостиницам области этот аспект развит на 90%, не везде предусмотрены кафе, рестораны.

Качество услуг гостиницы складывается как из основных, так и дополнительных услуг. При уровне реализации этого аспекта в целом по области в 20%, выделяются гостиницы, имеющие значительно более высокий показатель.

Поскольку многие посетители предприятий размещения прибывают на собственном транспортном средстве, следует предусмотреть в пределах гостиничного комплекса наличие удобной и просторной парковки.

Немаловажным в привлечении посетителей в гостиницу является ее местоположение. Установлено, что привлекают посетителей, прежде всего, те гостиницы, которые расположены в непосредственной близости от остановок общественного транспорта.

Поскольку в нашем исследовании был проведен как количественный анализ деятельности предприятий инфраструктуры (по статистическим данным), так и качественный (анализ качества), сопоставим их результаты. Для этого определим ранг значения показателя уровня качества для каждого обследованного населенного пункта. Таким же образом проведем ранжирование населенных пунктов по значению интегрального показателя работы предприятий размещения. Затем определим разницу (в баллах) между рангами двух методов исследования (табл. 2).

Таблица 2 – Сопоставление показателей уровня качества и интегрального показателя работы предприятий размещения

Населенный пункт	Ранг показателей, в т.ч.		Разница
	уровень качества	интегральный показатель работы предприятий размещения	
Рогачев	8	5	3
Калинковичи	6	7	1
Буда–Кошелево	7	8	1
Светлогорск	5	2	3
Мозырь	1	3	2
Гомель	2	1	1
Житковичский р-н	4	6	2
Жлобин	3	4	1

Примечание – Жирным шрифтом обозначены населенные пункты, в которых разница между полученными данными с использованием двух методов исследования минимальна, т.е. представленные результаты наиболее достоверны.

Как показывает анализ, разница между двумя показателями незначительная. Следовательно, можно полагать, что полученные результаты достоверны. Кроме того, был рассчитан коэффициент корреляции между двумя массивами данных: между рангами качественной оценки (уровень качества) и между рангами количественной оценки, полученной на основании статистических данных (интегральный показатель работы предприятий размещения). Он равен 0,33, что еще раз подтверждает достоверность полученных результатов.

Заключение. На основании анализа экономических показателей в территориальной структуре Гомельской области выделены две группы гостиниц. Первая группа – крупные гостиницы, расположенные в удобном транспортно–географическом положении. Их транзитное положение и наличие крупных промышленных предприятий обеспечивает приток туристов. Вторая группа гостиниц – маломестные средства размещения. Эта группа наиболее динамична, характеризуется часто меняющимся составом.

При анализе уровня качества гостиничных услуг как слабые стороны выделены: малопривлекательные фасады некоторых гостиниц, внешний вид обслуживающего персонала, оформление номеров и их техническое состояние, отсутствие или узкий ассортимент дополнительных услуг, отсутствие предприятий питания, неблагоприятная ситуация с поддержанием в технически исправном состоянии имеющейся в номерах сантехники, бытовой техники, отсутствие парковки. Как сильные стороны выделены: чистота номеров, хорошо продуманная организация питания (Светлогорск, Мозырь), удобное местоположение гостиницы (Буда–Кошелево, Светлогорск, Мозырь, Жлобин), привлекательное техническое состояние отдельных номеров в гостиницах Жлобина, Мозыря, Гомеля, оснащение уютной и комфортной мебелью (Гомель, Жлобин, Мозырь, Житковичи). В целом высоким качеством предоставляемых услуг размещения отличаются гостиницы Мозыря, Гомеля, Жлобина, Житкович, Светлогорска, что позволяет рассматривать эти населенные пункты как потенциальные для создания гостиничных номеров повышенной комфортности.

Гостиницы, обладающие высоким уровнем качества услуг, можно рассматривать как потенциальные для создания номеров повышенной комфортности.

Таким образом, для получения полной картины и объективных данных о деятельности предприятий инфраструктуры туризма необходимо применять комплексный подход, основанный на

использовании как количественных (статистических), так и качественных (результаты маркетинговых исследований) показателей.

Список цитируемых источников

1. Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 годы, 2016, Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, № 5/41876 (29.03.2016), Минск.

2. Карчевская, Е.Н. Развитие туризма в проблемном регионе: научно–методические подходы к территориальной организации и управлению / Е.Н. Карчевская. – Saarbrüchen.: «LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG», 2011. – 172 с.

3. Министерство спорта и туризма Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mst.by>.

4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – режим доступа : <http://belstat.gov.by>.

5. Черчилль, Г.А. Маркетинговые исследования. 5–е изд. [перевод с английского] / Г.А. Черчилль, Т. Д. Браун. – СПб: Питер, 2010. – 704 с.

SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF ANALYSIS OF ENTERPRISES HOSPITALITY

E.N. KARCHEVSKAYA

Summary

The analysis of the enterprises of the hotel industry Gomel region using an integrated approach based on the use of both quantitative (statistical) and qualitative (the results of marketing research) indicators. integrated indicator of the development of tourism infrastructure was used for general quantitative analysis of hotel industry enterprises. For qualitative analysis used indicator of quality.

Статья поступила 29 сентября 2016г.