

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ КІБЕРНЕТИКИ ТА
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



«ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ І УПРАВЛІННІ»

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТУДЕНТСЬКИХ ПРАЦЬ

ВИПУСК 2



**Одеса
2020**

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРАХУНКУ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Казанжи О. Ф.¹, Гострик О. М.²

1 – студентка 4 курсу 40 гр., факультет міжнародної економіки,

2 – канд. екон. наук, доцент, кафедра економічної кібернетики та інформаційних технологій
Одеський національний економічний університет, м. Одеса

АНОТАЦІЇ

Казанжи О. Ф., Гострик О. М. Особливості розрахунку економічної ефективності підприємств готельного бізнесу. У статті розглянуто сутність та основні критерії оцінки економічної ефективності готелів. Проаналізовано підходи щодо оцінки якості функціонування підприємств гостинності та найбільш дієві показники оцінки ефективності їх діяльності.

Ключові слова: економічна ефективність, рентабельність, якість, показники економічної ефективності готелю, методи оцінки.

Казанжи Е. Ф., Гострик А. М. Особенности расчета экономической эффективности предприятий отельного бизнеса. В статье рассмотрены сущность и основные критерии оценки экономической эффективности отелей. Проанализированы подходы к оценке качества функционирования предприятий гостеприимства и наиболее действенные показатели оценки эффективности их деятельности.

Ключевые слова: экономическая эффективность, рентабельность, качество, показатели экономической эффективности отеля, методы оценки.

Kazanzhy O. F., Hostryk A. M. Features of calculation of economic efficiency of hotel business enterprises. The article deals with the nature and main criteria of evaluating the economic efficiency of hotels. The approaches of assessing the quality of functioning of hospitality enterprises and the most effective indicators of assessing the effectiveness of their activities are analyzed.

Keywords: cost-effectiveness, profitability, quality, cost-effectiveness of the hotel, methods of assessment.

ПОСИЛАННЯ НА РЕСУРС

Казанжи О. Ф., Гострик О. М. Особливості розрахунку економічної ефективності підприємств готельного бізнесу // Інформаційні технології в економіці і управлінні : зб. наук. студ. праць. Одеса : ОНЕУ, 2020. Вип. 2. С. 23–29.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Глобалізаційні та інтеграційні процеси сучасного світу торкнулись всіх сфер життєдіяльності людини. По-особливному вони проявляються у сфері гостинності, яка повинна задовольняти високі світові стандарти та гнучко підлаштовуватись під реальії українського сьогодення.

Наразі стан господарювання вітчизняних підприємств готельного господарства характеризується нестійкими тенденціями розвитку, що в основному обумовлюється сезонними коливаннями попиту і неможливістю створення запасів специфічного продукту – готельної послуги, зростанням цін на послуги та недостатнім рівнем якості обслуговування при невисокій еластичності попиту за ціною, організаційним консерватизмом управління тощо. Таке положення ускладнюється умовами зовнішнього середовища та специфікою діяльності, адже при зменшенні попиту підприємства не можуть реалізувати свої послуги в інший спосіб чи в іншому місці та ін. [7]. Відтак особливо актуальною проблемою для готельної індустрії є розрахунок економічної ефективності задля оцінки стану, прогнозування розвитку та встановлення прогалів у функціонуванні закладів гостинності.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Конкретним методам та методикам розрахунку та оцінки економічної ефективності готелів, виокремленню її окремих показників приділяється достатня увага в науці. Зокрема, дана проблематика знайшла своє відображення у наукових працях А. А. Мазаракі, С. Л. Шаповал, Ю. А. Дудкевича, С. О. Погасій, В. В. Ковальова, С. В. Мельниченко та ін. В працях означених авторів розглядаються певні підходи до визначення економічної ефективності закладів гостинності.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас, попри наявність досліджень з проблематики, яка розглядається в межах даної публікації, все ж залишаються нерозглянутими певні її аспекти. Зокрема, відокремлення потребують найбільш затребувані та інформативні критерії оцінки ефективності закладів гостинності, а також нові, які з'являються у відповідь на новації в готельній галузі.

Мета дослідження. Метою даного дослідження є аналіз існуючих методів та показників оцінки економічної ефективності готелів і їх використання в практиці управління підприємствами готельного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз літератури з проблематики дослідження показав, що економічна ефективність є відносним показником, тому її обчислення потребує врахування різних складових.

Загалом, економічна ефективність встановлюється при порівнянні отриманого ефекту із витратами або ресурсами, використаними для досягнення цього ефекту, її виражають через різні вартісні показники, що характеризують проміжні і кінцеві результати надання послуг у готелі.

До таких показників належать: обсяг надання послуг, величина отриманого прибутку, рентабельність надання послуг, економія тих або

інших видів ресурсів (матеріальних, трудових) або загальна економія від зниження собівартості послуг, продуктивність роботи тощо [12].

Економічна ефективність як результативність певної економічної системи найчастіше відображається співвідношенням корисних кінцевих результатів її функціонування до витрачених ресурсів, що в координатах конкретного закладу гостинності можна обчислити за наступною формулою (1).

$$E_e = \frac{V_{ee}}{V_B} \quad (1),$$

Де E_e – економічна ефективність готельних послуг, V_{ee} – величина економічного ефекту; V_B – загальна сума ресурсів або витрат.

Ефективність використання ресурсів готелем визначається [12]:

- обсягом та якістю надаваних послуг;
- величиною споживання або витрат ресурсів на надання послуг;
- кількістю вкладених коштів.

Головними показниками, що характеризують економічну ефективність підприємства, його перспективи та можливий розвиток – це рентабельність та прибуток [4]. Зупинимось на їх розгляді.

Коефіцієнт рентабельності, який ще називають коефіцієнтом прибутковості розраховується як відношення прибутку до витрат (об'єму ресурсів) або відношення прибутку до обсягу наданих послуг. Саме величина цього показника характеризує фінансові результати та ефективність діяльності готелю, вимірює прибутковість підприємства гостинності і враховується при оцінці його фінансового стану.

Коефіцієнти рентабельності готелів визначаються показниками рентабельності послуг і капіталу (активів). При цьому основу їх розрахунку складають потоки наявних коштів. Коефіцієнт рентабельності всіх активів готелю розраховується за допомогою відношення чистого прибутку на середньорічну вартість його активів (2).

$$P_{СК} = \frac{Пч}{Вк} \quad (2),$$

де $P_{СК}$ – показник рентабельності сукупного капіталу (чистого прибутку); $Пч$ – сума чистого прибутку за звітний період; $Вк$ – середня вартість суми основного капіталу й оборотних коштів.

Цей показник вказує на ефективність використання підприємством основних і оборотних фондів, тобто визначає, як дохід співвідноситься з одиницею сукупного капіталу готелю і є одним з найбільш важливих індикаторів конкурентоздатності готелю [12].

Для оцінки економічної ефективності діяльності підприємства розроблені певні підходи та концепції. Наприклад, Statement on

Management Accounting «Measuring entity performance», в основі якої лежить багатofакторна модель Дюпон, в якій використовуються коефіцієнти рентабельності продажів, оборотність чистих активів, рентабельність чистих активів, рентабельність власного капіталу, показник економічного зростання і середньозважена вартість капіталу [8].

Існує підхід щодо визначення ефективності готельних послуг, заснований на виявленні інтересів підприємства і його потреб, на підставі яких в свою чергу можна вибрати ті чи інші критерії ефективності.

У міжнародній практиці використовується цілий ряд кількісних показників при оцінці ефективності готельного бізнесу [13]. Мова йде про коефіцієнт завантаження номерів або заповнюваності (Room Occupancy), який розраховується на підставі відношення проданих номерів за певний період до доступних для продажу за той же період (3).

$$\text{Occupancy} = \text{Rooms Sold} / \text{Rooms Available} \quad (3)$$

Також для оцінки діяльності готелів може бути використано показник RevPAR – ставка прибутковості номера NRevPar (Net Revenue per available room), яка визначається як відношення виручки від продажу номерного фонду до кількості номерів, доступних до продажу за певний проміжок часу (4).

$$\text{RevPAR} = \text{Room Revenue} / \text{Rooms Available} \quad (4)$$

Даний коефіцієнт є досить інформативним при порівнянні ефективності готелів як за відповідний часовий термін, так і при встановленні динаміки ефективності готельного бізнесу [8].

Економічна ефективність відображається в якості та ефективності функціонування готельного комплексу, на які впливає підбір оптових продавців для закупівлі обладнання, необхідних матеріалів і товарів. В даний час з розвитком сучасних технологій і формуванням відповідних альянсів спостерігається певний підйом у сфері електронних закупівель для постачання готельних комплексів.

У реальній економіці для оцінки економічної ефективності функціонування підприємств використовуються як абсолютні, так і приростні показники.

В системі факторів розвитку сфери готельних послуг і оцінки ефективності її роботи можна виділити такі групи показників:

- обсягу готельних послуг;
- стану, розвитку і інтенсивності використання ресурсного потенціалу сфери готельних послуг;
- фінансового стану готельних підприємств.

В свою чергу до показників, які характеризують обсяг готельних послуг, відносяться такі, як загальна кількість клієнтів готелю, кількість ночівель, середня тривалість перебування клієнтів в готелі, коефіцієнт

використання номерного фонду ($K_{\text{инф}}$) та ін. Так $K_{\text{инф}}$ (рівень завантаження) – це показник реалізації готельних номерів [9], який розраховується за виразом (5).

$$K_{\text{инф}} = \frac{N_{\text{н}}}{N} * 100\% \quad (5),$$

де $K_{\text{инф}}$ – коефіцієнт використання номерного фонду (%); $N_{\text{н}}$ – число проданих номерів за певний термін часу; N – кількість кімнат, запропонованих до продажу.

Таким чином, основними показниками ефективності продажів в готельній індустрії є коефіцієнт завантаження готелю, дохід від продажу кімнат, середній денний тариф на кімнату, середній денний тариф на людину (місце), середня тривалість проживання, середня кількість людей на кімнату. При цьому враховується не тільки класифікація номерного фонду та сегментація тарифів, але і інформаційна організація джерел надходження доходів, географічна сегментація надходження броні і таке інше [8].

В працях вчених з питань оцінки економічної ефективності підприємств, що надають готельні послуги, також наголошується, що показником ефективності є якість і саме управління якістю, тобто підхід, який визначає ефективність готельного бізнесу в цілому. Такий управлінський підхід допомагає встановити умови, при яких кожен працівник підприємства націлений на надання послуг клієнту в потрібний час і в потрібному йому місці, і при цьому вказує кожному співробітнику на його роль в цій справі. Всього цього можна досягти при такій корпоративній культурі, яка відображає взяті на себе підприємством зобов'язання щодо дотримання вимог до якості, а також при такій системі взаємодії між працівниками підприємства, яка забезпечувала б безперебійне функціонування підприємства [11].

Дуже істотною вимогою до якості надання послуг є її міцність і надійність. Так, наприклад, клієнта в готелі можна обслуговувати в перший день перебування за повною програмою, враховуючи значення першого враження. Але маленькі недоліки в обслуговуванні в другий день перебування можуть стати причиною його незадоволеності обслуговуванням в цілому. Наступна вимога до якості – її тривалість, яка виявляється у можливості повторного виробництва продуктів і послуг на такому ж рівні. Кожен раз при поселенні в готель чи при відвідуванні ресторану клієнт чекає певної якості обслуговування тощо [11].

Підбиваючи підсумки слід зазначити, що до показників, які характеризують особливості розвитку, стану та специфіку використання ресурсного потенціалу сфери готельних послуг відносяться:

- на рівні регіону – загальне число готельних підприємств, кількість кімнат, число місць в готелях, загальна площа готелів та ін.;
- на рівні підприємства – забезпеченість матеріальними ресурсами і показники ефективності їх використання (фондовіддача, оборотність

оборотних коштів, матеріальні ресурси на 1 одиницю виручки від надання послуг, виручка від надання послуг на 1 кв. м. площі або на 1 місце), показники використання кадрового потенціалу (продуктивність праці, рівень витрат на оплату праці тощо), загальна площа готелю та ін. [5].

Завдяки оптимізації використання ресурсів готелю, економії витрат на обробку даних і більш ефективного здійснення основних виробничих операцій і цільових завдань з виробництва послуг і обслуговування клієнтів досягається підвищення економічної ефективності функціонування готелів [4].

Висновки з даного дослідження. Проаналізувавши існуючу практику оцінки економічної ефективності підприємств готельного бізнесу можна зробити такі висновки. Найчастіше на практиці для оцінки економічної ефективності готелів використовуються такі показники, як величина економічного ефекту, коефіцієнти економічної ефективності, завантаження номерів або заповнюваності, використання номерного фонду, показник рентабельності, економічного зростання тощо.

Означені показники можна умовно поділити на декілька груп – параметри, що визначають прибуток підприємства в грошовому еквіваленті або ж оцінюють заклад гостинності відносно номерного фонду, його завантаженості, заповнюваності та ін. Водночас певні параметри встановлюють так званий «людський фактор» і спрямовані на вимірювання ефективності управління, використання людських ресурсів. З розвитком технологій і формуванням відповідних альянсів, розповсюдженням електронних закупівель для постачання готельних комплексів, впровадженням інноваційних технологій в процес обслуговування клієнтів з'являються нові параметри оцінки економічної ефективності.

Саме економічна ефективність забезпечує закладу гостинності високу конкурентоспроможність і водночас є показником високої якості надаваних послуг. Тож її вимірювання має бути доступним інструментом, простим і зрозумілим для вчасного і ефективного реагування і корегування поточної ситуації на підприємствах готельного бізнесу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Інформатика для економістів : навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів економічних спеціальностей / В. М. Беспалов, А. Ю. Вакула, О. М. Гострик [та ін.]. К. : ЦУЛ, 2003. 788 с.

2. Гострик А. М., Степаненко Е. А., Сокурченко П. И. Моделирование маркетинговой стратегии компании методом системной динамики // Аналіз сучасних економічних процесів та інформаційні технології : матеріали Міжнар. наук.-практ. конференції: в 6 т. Днепропетровск : К. О. Біла, 2011. Т. 4: Математичні методи та моделі в менеджменті та маркетингу. С. 21–23. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2493> (дата звернення: 20.11.2019).

3. Гострик О. М., Таракановський А. С. Про один з підходів щодо розробки прикладної експертної системи // Новітні комп'ютерні технології. Кривий Ріг : Видавничий

центр ДВНЗ «Криворізький національний університет», 2018. Том XVI. С. 47–51. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/7209> (дата звернення: 20.11.2019).

4. Дудкевич Ю. А., Погасій С. О. Проблеми та можливості збільшення прибутку готелю в сучасних умовах // *Международный научный журнал. Экономические науки.* № 1. 2016. С. 29–33.

5. Ковалев В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры. М. : Финансы и статистика, 2001. 560 с.

6. Лунгу К. І., Гострик О. М. Оцінка і аналіз методів управління витратами на підприємстві // *Збірник матеріалів XIII Міжнародної науково-практичної конференції «Виклики та перспективи розвитку нової економіки на світовому, державному та регіональному рівнях» / За ред. А. В. Череп. Запоріжжя : Видавництво ЗНУ, 2018. С. 147–149. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/7960> (дата звернення: 20.11.2019).*

7. HoReCa : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.: у 3-х т. Т. 1: Готелі / А. А. Мазаракі, С. Л. Шаповал, С. В. Мельниченко та ін.; за ред. А. А. Мазаракі. 2-ге вид., виправ. і доповн. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 400 с.

8. Методология оценки экономической эффективности гостиниц. Методические рекомендации для работников гостиничного хозяйства, преподавательского состава профильных центров подготовки персонала и специалистов для гостиничной отрасли. URL: <https://www.stroimhotel.ru/files/pdf/metodology/metod/07.pdf> (дата звернення: 20.11.2019).

9. Палаткин А. С., Гварлиани Т. Е. Оценка экономической эффективности гостиничных услуг // *Вестник СГУТиКД.* 2011. N 2 (16). С. 78–83.

10. Моделювання економічних процесів : навч. посіб. / П. І. Островський, О. М. Гострик, Т. П. Добрунік, О. В. Радова. Одеса : ОНЕУ, 2012. 132 с.

11. Полюшко Ю. Гостиничное дело. Сборник статей. URL: <https://reader.bookmate.com/DEmB9K2I> (дата звернення: 20.11.2019).

12. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту. URL: http://tourlib.net/books_ukr/roglev09-5.htm (дата звернення: 20.11.2019).

13. Якимович Г. Б. Параметры эффективности гостиничного бизнеса в Санкт-Петербурге // *Экономика и управление. Региональная экономика: теория и практика.* № 26 (257). 2012. С. 29–35.