

Г. Сунцэнь, научный руководитель А.К. Саурукова
Казахская академия труда и социальных отношений, Алматы, Казахстан
G.O. Sunzen, A.K. Saurukova
Almaty, Kazakhstan
aika_s08@mail.ru

Оценка экономической эффективности гостиничных услуг

Аннотация. Экономическую эффективность принято рассматривать на макро- и микроэкономическом уровнях. В сфере гостиничных услуг экономическую эффективность определяют на трех основных уровнях: гостиничный сервис в масштабах государства; гостиничное обслуживание населения региона (города); обслуживающий процесс отдельного гостиничного предприятия.

Abstract. Economic efficiency it is accepted to examine on macro- and microeconomic levels. In the field of hotel services economic efficiency is determined on three basic levels: hotel service is in the scales of the state; hotel maintenance of population of region(cities); attendant process of separate hotel enterprise.

Ключевые слова: эффективность, гостиничные услуги, гостиничный сервис, показатели, коэффициент, экономическая деятельность

Keywords: efficiency, hotel services, hotel service, indexes, coefficient, economic activity

Эффективность – это уровень соответствия результатов какой-либо деятельности поставленным задачам. Экономическая эффективность – это результативность экономической деятельности, экономических программ и мероприятий, характеризуемая отношением полученного экономического эффекта, результата к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата, достижение наибольшего объема производства с применением ресурсов определенной стоимости [1, с. 784].

Экономическую эффективность принято рассматривать на макро- и микроэкономическом уровнях. В сфере гостиничных услуг экономическую эффективность определяют на трех основных уровнях:

- гостиничный сервис в масштабах государства;
- гостиничное обслуживание населения региона (города);
- обслуживающий процесс отдельного гостиничного предприятия.

Экономическая эффективность гостиничных услуг является составным элементом общей эффективности общественного труда и выражается определенными критериями и показателями.

Под критерием (греч. *kriterion* – средство для решения) понимается признак, на основании которого производится оценка какого-то процесса или явления, определение, классификация чего-н., мерило. Экономический критерий характеризует качество принимаемого решения и используется для сравнения и оценки эффективности общественного труда. Необходимость критерия возникает потому, что следует четко определить, с каких позиций следует подходить к расчету эффективности производственно-обслуживающего процесса гостиничной сферы.

В соответствии с теорией оптимального функционирования экономики эффективность на отдельном «участке» должна оцениваться с позиций общего эффекта, т.е. частные критерии эффективности должны соответствовать глобальному критерию, «вытекать» из него [2, с. 28].

Общий критерий эффективности общественного производства заключается в достижении в интересах общества наибольших результатов при наименьших затратах средств и рабочей силы.

Проблемы эффективности сферы гостиничных услуг целесообразно рассматривать с помощью системного подхода, который предполагает установление разных критериев и показателей для разных уровней управления и определенную иерархию целей и соответственно им критериев эффективности.

Организационная структура управления сферой гостиничных услуг состоит из ряда звеньев:

- гостиничной индустрии как диверсифицированного межотраслевого комплекса на уровне государства;
- гостиничного хозяйства как самостоятельного звена в масштабах региона или города;
- отдельного хозяйствующего субъекта (гостиницы).

Поэтому проблему определения критерия эффективности сферы гостиничных услуг следует рассматривать в трех аспектах: на уровне национальной экономики страны в целом, региона, отдельной гостиницы.

Чтобы сформулировать весь комплекс системы критериев эффективности сферы гостиничных услуг, необходимо показать, как общая цель деятельности системы на уровне общества распадается на частные цели деятельности отдельных подсистем. Становление сферы гостиничных услуг как отрасли на уровне государства или региона характеризуется системой определенных экономических показателей, которые отражают количественный объем реализации гостиничных услуг и их качественный аспект, а также экономические показатели производственно-хозяйственной деятельности гостиничных предприятий.

Показатели – это критерии, поддающиеся количественной оценке и используемые для вынесения суждения о некотором процессе, объекте, явлении [3, с. 657].

В системе показателей развития сферы гостиничных услуг и эффективности ее работы можно выделить 3 группы:

- показатели объема гостиничных услуг;
- показатели состояния, развития и интенсивности использования ресурсного потенциала сферы гостиничных услуг;
- показатели финансового состояния гостиничных предприятий.

К показателям, характеризующим объем гостиничных услуг, относятся общее количество клиентов гостинице, количество ночевок, средняя продолжительность пребывания клиентов в гостинице, коэффициент использования номерного фонда (*КИНФ*) и т.д.

Коэффициент использования номерного фонда (уровень загрузки) – показатель реализации гостиничных номеров:

$$\text{КИНФ} = \text{НН}/\text{Н};$$

где *КИНФ* – коэффициент использования номерного фонда (%);

НН – число проданных номеров за период времени;

Н – число номеров, предложенных для продажи.

К показателям, характеризующим состояние, развитие и интенсивность использования ресурсного потенциала сферы гостиничных услуг относятся:

- на уровне региона – общее число гостиничных предприятий, число номеров, число мест в гостиницах, общая площадь гостиниц и др.;

- на уровне предприятия – обеспеченность материальными ресурсами и показатели эффективности их использования (фондоотдача, оборачиваемость оборотных средств, материальные ресурсы на 1 тенге выручки от оказания услуг, выручка от оказания услуг на 1 м площади или на 1 место), показатели использования кадрового потенциала (производительность труда, уровень расходов на оплату труда и др.), общая площадь гостиницы и др. [2, с. 420]

Показатели финансового состояния гостиницы включают платежеспособность, ликвидность, финансовую устойчивость и др.

Высокой степенью информативности для оценки финансово-экономического состояния предприятия и использования его ресурсов имеет финансовая отчетность, которая, как полный пакет документов, наиболее доступна исследователю, выполняющему внешний экономический анализ.

Эффективность экономической деятельности предприятия гостиничных услуг оценивается на основе бухгалтерской отчетности при помощи следующих количественных показателей:

- выручка от продажи работ и услуг (за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей) - *N*;

- себестоимость работ и услуг - *S* или условно-переменные затраты - *СПЕРЕМ*

- валовая прибыль или маржинальный доход (маржинальная прибыль) - *МД*,
 $МД = N - СПЕРЕМ$;

- коммерческие расходы - *КР*;

- управленческие расходы - *УР*;

- условно-постоянные затраты - *СПОСТ*, $СПОСТ = КР + УР$;

- полная себестоимость работ и услуг - *СПОЛН*, $СПОЛН = СПЕРЕМ + СПОСТ$;

- прибыль от продаж - *РН*;

- операционные доходы - *ОД*;

- операционные расходы - *ОР*;

- внереализационные доходы - *ВД*;

- внереализационные расходы - *ВР*;

- чрезвычайные доходы - *ЧД*;

- чрезвычайные расходы - *ЧР*;

- налог на прибыль - *Н*;

- общая сумма доходов - $\Sigma ДОХ$, $\Sigma ДОХ = N + ОД + ВД + ЧД$;

- общая сумма расходов - $\Sigma РАС$, $\Sigma РАС = СПОЛН + ОР + ВР + ЧР + Н$;

- прибыль (убыток) до налогообложения – $РН/О$, $РН/О = N - СПОЛН + ОД - ОР + ЧД - ЧР$;

- прибыль (убыток) от обычной деятельности – $РОБ/Д$, $РОБ/Д = РН/О - Н$;

- отложенные налоговые активы и обязательства - *ОАО*;

- ЕНВД, пени, штрафы – *НПРОЧ*;
- чистая прибыль (нераспределенная прибыль) (убыток) отчетного периода -

P,

$$P = \text{РОБ/Д} + \text{ОАО} - \text{НПРОЧ}. [1, \text{с. } 5].$$

Результативность функционирования коммерческой организации чаще всего оценивается показателями прибыли и рентабельности, которые в свою очередь существенно зависят от организации производственного процесса, его ритмичности, эффективности, использования отдельных видов имущественного потенциала, т.е. динамики финансово-хозяйственной деятельности [2, с. 68].

Гостиница, как и любое другое предприятие, осуществляет свою деятельность в условиях непрерывно изменяющейся внешней среды: нормативно-правовой базы, определяющей законодательные рамки взаимодействия со всеми субъектами экономических отношений; налогового регулирования: спроса и предложения работ и услуг; цен и тарифов на потребляемое сырье и материалы, работы и услуги и т.д. Более того, принимаемые управленческие решения и выбранная стратегия развития организации приводят к изменению самой организации. В конечном счете, все внешние и внутренние изменения условий деятельности гостиничных предприятий влияют на их результативность (эффективность).

С учетом приведенных выше критериев и показателей осуществляется комплексный анализ экономической эффективности предприятия на рынке гостиничных услуг. На макроэкономическом уровне совокупность полученных данных формирует общую картину эффективности развития рынка.

Список литературы

1. *Ковалев В.В.* Финансовый анализ: методы и процедуры. М.: Финансы и статистика. 2001. 560 с.
2. Большой экономический словарь / под. ред. А.Н. Азрилияна, 2 изд. М.: Институт новой экономики, 2007. 864 с.
3. Экономика туризма: Учебное пособие / сост. В.Ю. Соболев, Н.Г. Киселева. Н. Новгород: НКИ, 2001. 75 с.

Я.В.Тен, научный руководитель *А.А. Маукенова*
Каспийский общественный университет, Алматы, Казахстан
Y.V.Ten, A.A. Maukenova
Caspian University, Almaty, Kazakhstan
yt@2bd.kz, atasmaganbetova@mail.ru

Роль интернет-маркетинга в системе продаж Internet marketing role in system of sales

Аннотация. В данной статье рассматривается роль интернет-маркетинга в системе продаж. Прогрессивное развитие этого инструмента продвижения подталкивает нас к тщательному изучению этого вопроса. По последним тенденциям можно предположить, что интернет-маркетинг составляет хо-