

УДК 65.26

Бычкова Гульфира Мубаракловна,

к.э.н., доцент, доцент кафедры «Экономика, маркетинг и психология управления»,
ФГБОУ ВО «Ангарский государственный технический университет», тел.: 89021721748

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОТРАСЛЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Bychkova G.M.

IMPROVING INDUSTRY PERFORMANCE INDICATORS ACTIVITIES IN THE HOTEL BUSINESS

Аннотация. Исследованы особенности расчета и анализа отраслевых показателей эффективности гостиничного бизнеса, разработана экономико-математическая модель оценки эффективности бизнеса по показателям «выручка с одного м² номерного фонда» и «чистый доход от номера».

Ключевые слова: гостиничный бизнес, номерной фонд, выручка, чистый доход, расчет, анализ, экономико-математическая модель.

Abstract. The features of calculation and analysis of industry performance indicators of the hotel business are investigated, an economic and mathematical model of assessing business efficiency according to the indicators «revenue from one m² of room stock» and "net income from a room" is developed.

Keywords: hotel business, room stock, revenue, net income, calculation, analysis, economic and mathematical model.

На сегодня недостаточно исследована оценка показателей эффективности использования гостиничных площадей различной функциональной принадлежности: полезной площади и общей площади различной деловой активности. Реальный доход генерируют только те площади, на которых разворачивается основная бизнес-активность. Это могут быть проекты различного уровня, включающие в себя комплексы апартаментов, пентхаусов и мезонетов. На сегодняшний день в сфере российского гостиничного бизнеса отмечается большое количество небольших отелей и гостиниц со средним уровнем сервиса и низкими финансовыми результатами. Огромное значение имеет программа распределения площадей отеля. В российских отелях эта проблема налицо: из-за неэффективного распределения площадей отельеры теряют по два-три номера на каждом этаже.

При этом, отмечается тенденция развития многофункциональных гостиничных комплексов, что диктует необходимость оценки эффективности помимо номерного фонда и развитой инфраструктуры внутри комплекса, направленной на удовлетворение всех желаний и потребностей гостей. Проекты по типу NEW Development предусматривают винные бутики и магазины, коворкинги и залы для конференций, рестора-

ны, массажные кабинеты и SPA-комплексы. Т.е. будет, скорее всего, снижаться удельный вес площадей номерного фонда в общей площади деловой активности. Применяемая же система аттестации средств размещения сфокусирована на экспертизе номерного фонда и, практически, не оценивает качество и содержание других важных компонентов гостиничного хозяйства.

В качестве критерия оценки эффективности использования гостиничных площадей наиболее часто используется показатель «Чистый доход от номера» и значительно реже – показатель «Средняя выручка с одного м² жилой площади (номерного фонда)». При этом не прослеживается взаимосвязь и взаимовлияние этих показателей.

В связи с этим уточнение теоретических основ и разработка практических рекомендаций по оценке и анализу взаимосвязи и взаимовлияния показателя «Чистый доход от номера» и показателя «Выручка с одного м² номерного фонда» в процессе оценки эффективности гостиничного бизнеса остается важной задачей. Все это определило актуальность исследования, его цели и задачи.

Цель исследования – совершенствование специальных отраслевых показателей оценки эффективности деятельности в гос-

тиничном бизнесе.

Задачи исследования:

- систематизировать особенности гостиничного бизнеса, влияющие на эффективность использования площадей в гостиничном бизнесе;

- усовершенствовать экономико-математическую модель оценки эффективности использования гостиничных площадей;

- апробировать предлагаемую экономико-математическую модель на примере деятельности условного субъекта гостиничного бизнеса.

В нашем исследовании мы делаем акцент на компонент «материальная база» в гостиничной деятельности, в частности на использовании площадей. Большинство ав-

торов признают необходимость разнообразия гостиничных предложений. Что также обосновывает необходимость исследования «отдачи» от используемых площадей.

Гостиничные услуги – это комплекс услуг по обеспечению временного проживания в гостинице, включая сопутствующие услуги, перечень которых определяется исполнителем [1].

Систематизируем особенности гостиничного бизнеса, влияющие на эффективность использования площадей в гостиничном бизнесе.

Основной особенностью гостиничного фонда является площадь номерного фонда, предусматриваемая современными СНиПами, таблица 1.

Таблица 1

Площадь номерного фонда, предусматриваемая современными СНиПами

№	Уровень сервиса (количество звезд)	Площадь номера, м ²
Однокомнатный одноместный номер		
1	1-2 звезды	8
2	3 звезды	10
3	4 звезды	12 (16)
4	5 звезд	14 (18)
Однокомнатный двухместный номер		
1	2 звезды	12
2	3 звезды	14
3	4 звезды	14 (20)
4	5 звезд	16 (25)

Одной из важнейших задач является точное определение базовых характеристик гостиничного продукта. Исключительное значение имеет объем номерного фонда и оснащение номеров, которое зависит от назначения гостиницы (для деловых людей, конгресс- и бизнес-туризма, туристов, приезжающих с познавательной целью, транзитных клиентов и т.д.) и ее категории.

Следующей особенностью гостиничного бизнеса является соотношение полезной площади к общей – для гостиниц оно варьируется для различных видов деловой активности: от 75/25 до 40/60 в зависимости от классности объекта.

Представим классификацию зданий, которая позволит нам выделить основные – «генерирующие» доход, и прочие, функционирование которых обеспечивается за счет основных, т.е. по сути, определить со-

отношение полезной площади к общей.

Помещения гостиницы подразделяются на жилые, служебные, обслуживающие и подсобные.

В состав жилых помещений входят: номера, холлы, гостиные, рекреационные зоны, коридоры – они генерируют основной доход в гостиничном бизнесе.

В состав административных помещений входят те помещения, где размещены различные административные службы – это затратная часть гостиничного бизнеса.

В состав подсобных помещений входят: склады; прачечные; бельевые и гладильные комнаты; ремонтные и пошивочные мастерские; бойлерная; коммутаторная и др. – это затратная часть гостиничного бизнеса.

В состав обслуживающих помещений входят следующие: агентство связи; кино-

концертный зал (клуб); парикмахерская; конференц-зал; рестораны, кафе, бары, столовые; помещения для спортивных, медицинских, оздоровительных услуг; помещения для бытовых услуг; туристский кабинет. Эти помещения также должны генери-

ровать доход.

Опираясь на приведенную классификацию, предлагаем для оценки эффективности использования площадей использовать подход, представленный в таблице 2.

Таблица 2

Выручка с одного м² площадей в гостиничном бизнесе

№	Тип (вид) помещения, приносящего доход	Площадь помещения, м ²	Выручка за год, руб.	Уд. вес в общей выручке, %	Выручка с 1 м ² за год, руб.
1	Жилые помещения: номера, холлы, гостиные, рекреационные зоны, коридоры	1 200	44 040 000	65,8	36 700
1.1	номерной фонд	900	44 040 000	65,8	48 933
1.2	холлы, гостиные, рекреационные зоны, коридоры	300	0	0,0	0
2	Обслуживающие помещения	910	22 900 000	34,2	25 165
2.1	рестораны и бары	250	11 000 000	16,4	44 000
2.2	конференц-залы	60	1 800 000	2,7	30 000
2.3	спа-центр	100	2 000 000	3,0	20 000
2.4	бассейн	300	4 500 000	6,7	15 000
2.5	тренажерный зал	200	3 600 000	5,4	18 000
3	Итого	2 110	66 940 000	100,0	31 725

Такие расчеты позволят сравнивать показатели анализируемого бизнеса с ближайшими конкурентами, а в самом бизнесе – сопоставить доходность площадей от номерного фонда с доходностью обслуживаемых помещений, рассчитать удельный вес выручки от каждого вида услуг в общей выручке и принимать обоснованные управленческие решения.

В частности, число посадочных мест на предприятиях питания отелей зависит от назначения гостиницы, уровня ее комфорта и рассчитываются по следующим нормативам: для ресторанов 45-65 % от общего числа мест в гостинице; для кафе 13-28 %; для баров 13-24 %.

Планировка номеров также влияет на эффективность использования площадей. Она зависит от категории гостиницы и обычно включает в себя: номера типа «апартаменты»; номера типа «люкс»; одноместные номера; двух и трехместные номера; семейные номера и др.

Как и любая другая организация, гостиничное предприятие несет затраты на

производство и реализацию продукции, в данном случае – услуг. Классификация затрат остается типичной: условно-постоянные и условно-переменные. Однако, в отличие от производства продукции, большая часть затрат гостиничного хозяйства относится к условно-постоянным.

Условно-постоянные затраты представляют собой категорию расходов, которые не зависят или незначительно зависят от объема предоставленных услуг, поэтому, как правило, эти затраты снижаются на единицу предоставленной услуги в случае роста общего объема оказанных услуг. Условно-переменные расходы, наоборот, находятся в прямой зависимости от объемов оказываемых услуг.

К условно-постоянным расходам относятся: амортизационные отчисления; расходы на оплату труда; расходы на страховые взносы; расходы на ремонт основных средств и т. д.

Условно-переменные расходы: расходы на воду; расходы на стирку белья; рас-

ходы на транспортные услуги (если есть); расходы на электроэнергию и т.д. [1].

Преобладание условно-постоянных расходов свидетельствует о достаточно высоком уровне операционного риска. Именно поэтому важно наращивать объем оказываемых услуг в натуральном выражении, что в частности может быть обеспечено за счет повышения отдачи от использования площадей и количественно может быть

оценено как «Выручка с одного м² площади».

С целью оценки эффективности использования номерного фонда приведем расчет выручки с одного м² полезной площади для условной гостиницы (без обслуживаемых помещений), ориентированной на средний класс с предоставлением качественных услуг по приемлемым ценам, таблица 3.

Таблица 3

Расчет показателя «выручка с одного м² площади номерного фонда и общей площади

№ п/п	Показатели	Ед. изм.	Оценка
1	Площадь арендованного помещения	м ²	900
2	Аренда помещения в год	руб.	5 400 000
3	Площадь номерного фонда	м ²	630
4	Количество доступных номеров	номер	28
5	Средняя площадь одного номера (стр.3 : стр.4)	м ²	22,5
6	Удельный вес площади номерного фонда в общей площади (стр.3 : стр.1 × 100)	%	70
7	Заполняемость номеров	%	70
8	Количество доступных мест	мест	46
9	Среднее количество мест в одном номере (стр.8 : стр.4)	место	1,64
10	Средний чек	руб.	2 300
11	Среднее количество дней в году	день	365
12	Выручка от продажи номеров за год (стр.4 × стр.7 : 100 × стр.10 × стр.11)	руб.	16 454 200
13	Выручка от продажи номеров за год с одного м ² номерного фонда (стр.12 : стр.3)	руб.	26 117,8
14	Выручка за год с одного м ² арендованного помещения (стр.12 : стр.1)	руб.	18 282,4

Как видим, эффективность использования общих площадей по сравнению с номерным ниже на 30%, поскольку именно 30% площадей занимают административные и подсобные помещения (100% – 70%), которые не «генерируют» доход.

Для оценки эффективности деятельности в гостиничном бизнесе, помимо общих показателей для сферы услуг, используются специальные отраслевые показатели. Наиболее значимый из них – RevPAR (обороты). Это чистый доход от номера без учета административных и подсобных помещений. RevPAR помогает понять, какие тарифы приносят прибыль, а какие нужно «докрутить».

Есть два способа расчета:

1. RevPAR = выручка от продажи номеров / количество доступных номеров.
2. RevPAR = ADR (средняя цена за номер) × процент загрузки отеля [1].

В таблице 3 подробно представлен подход к расчету выручки, которая может использоваться при первом способе расчета RevPAR.

Рассмотрим оба варианта расчета RevPAR и дополним их показателями «Выручка с одного м² номерного фонда, тем самым расширим диапазон анализа использования площадей в гостиничном бизнесе, таблица 4.

Таблица 4

Расчет чистого дохода от номера и выручки с одного м² номерного фонда

№	Показатели	Ед. изм.	Оценка	
			в день	в год
1	2	3	4	5
Первый способ расчета				
1	Количество доступных номеров (стр.4 табл.3)	номер	28	28
2	Заполняемость номеров (стр.7 табл.3)	%	70	70
3	Среднее количество мест в одном номере (стр.9 табл.3)	место	1,643	1,643
4	Средняя цена за номер (ADR) (стр.10 табл.3)	руб.	2 300	2 300
5	Выручка от продажи номеров (стр.12 табл.3)	руб.	45 080	16 454 200
6	Чистый доход от номера (RevPAR) (стр.5 : стр.1)	руб./номер	1 610	587 650
7	Средняя выручка гостиницы за сутки в пересчете на одного гостя (стр.6 : стр.3)	руб./чел.	981,7	357 700
8	Средняя площадь одного номера (стр.5 табл.3)	м ²	22,5	22,5
9	Выручка с одного м ² номерного фонда (стр.5 : стр.3 табл.3)	руб.	71,6	26 117,8
Второй способ расчета				
1	Заполняемость номеров (стр.7 табл.3)	%	70	70
2	Средняя цена за номер (ADR) (стр.10 табл.3)	руб.	2 300	2 300
3	Чистый доход от номера (RevPAR) (стр.2 × стр.7 табл.3)	руб./номер	1 610	587 650
4	Средняя площадь одного номера (стр.5 табл.3)	м ²	22,5	22,5
5	Выручка с одного м ² номерного фонда (стр.3 : стр.4)	руб.	71,6	26 117,8

В результате мы получаем возможность объединить разрозненные отраслевые показатели «Чистый доход от номера (RevPAR)» и «Выручка с одного м² номерного фонда», включив в расчет показатель «Средняя площадь одного номера», формула 1.

Выручка с одного м² номерного фонда = RevPAR : средняя площадь одного номера (1)

При этом может быть использован любой из двух способов расчета RevPAR.

Оценить эффективность деятельности гостиничного предприятия довольно сложно, потому что существует большое количество показателей и критериев такой оценки, они учитывают различные факторы, влияющие на эффективность. Проблема использования показателей эффективности состоит в том, что ни один из них не является универсальным, позволяющим однозначно сделать вывод об успехе или неуда-

че в гостиничной сфере.

Именно поэтому нами предлагается экономико-математическая модель, включающая систему отраслевых показателей, связанных между собой и оценивающих эффективность использования площадей номерного фонда гостиничного предприятия, таких как «Чистый доход от номера», «Средняя площадь одного номера» и «Выручка от продаж с одного м² номерного фонда».

Кроме того, предложен подход к оценке отдачи от всех видов площадей, позволяющий рассчитать выручку с одного м² не только номерного фонда, но и обслуживающих помещений.

Модель апробирована на условном предприятии гостиничного бизнеса. Расчеты выполнены в формате Excel и содержат алгоритмы расчета, что облегчает внедрение ее в практику работы финансовых служб.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шатрова А.П. Управление ресурсами организаций гостиничных услуг: специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (сфера услуг)»: диссертация на соискание ученой степени кан-

дидата экономических наук / Шатрова Анна Павловна; Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Сибирский федеральный университет». – Красноярск, 2016. – 168 с. – Место защиты: Сибирский федеральный университет. – Текст: непосредственный.

УДК 0049+65.26.

Бычкова Гульфира Мубараковна,
к.э.н., доцент, доцент кафедры «Экономика, маркетинг и психология управления»,
ФГБОУ ВО «Ангарский государственный технический университет»,
e-mail: gulfira_agta49@mail.ru
Кулакова Ирина Михайловна,
к.т.н., доцент кафедры «Вычислительные машины и комплексы»,
ФГБОУ ВО «Ангарский государственный технический университет»,
e-mail: iyelkina@mail.ru

ОПТИМИЗАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ ВЫБОРА НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ

Bychkova G.M., Kulakova I.M.

OPTIMIZATION MODEL OF TAX SYSTEM SELECTION

Аннотация. Рассмотрена проблема выбора различных систем налогообложения для малого бизнеса, предложена оптимизационная модель выбора оптимальной системы налогообложения с точки зрения минимизации налоговой нагрузки.

Ключевые слова: налоговый режим, оптимизационные модели, общая система налогообложения, упрощенная система налогообложения.

Abstract. The problem of choosing different taxation systems for small businesses is considered, an optimization model of choosing the optimal taxation system from the point of view of minimizing the tax burden is proposed.

Keywords: tax regime, optimization models, general taxation system, simplified taxation system.

Для малого бизнеса в настоящее время предложен ряд налоговых режимов, максимально упрощающих расчет и уплату налогов и взносов, а также ведение налоговой отчетности, однако при одних и тех же показателях хозяйственной деятельности в различных налоговых режимах получается различная величина налоговой нагрузки, зачастую варьируемая в широком диапазоне.

Для таких предприятий размер налоговых вычетов является значимой статьей расходов, а возможность выбора системы налогообложения позволяет на законных основаниях уменьшить налоговые расходы. Таким образом, разработка научно-обоснованного подхода к определению оптимальной системы налогообложения с

точки зрения минимизации налоговой нагрузки является актуальной, особенно для предприятий малого бизнеса.

Нами была предложена оптимизационная математическая модель, позволяющая при известных характеристиках объекта налогового учёта сделать выбор в пользу той или иной системы налогообложения в интересах налогоплательщика [1].

Выбор предлагается осуществить на основе решения задачи линейной условной оптимизации (1).

Пусть x_j -способ налогообложения, $j=\overline{1,n}$, который представляет собой неизвестное с двумя возможными значениями $x_j=\{0;1\}$.

Если систему j , планируется использовать, то значение x_j принимают равным