

Методика оценки эффективности предприятий сферы услуг

Деятельность сферы услуг характеризуется разнообразием, спецификой и разноаспектностью видов деятельности. Сфера услуг в рыночной экономике занимает определяющее положение и требует пристального внимания с точки зрения совершенствования методики эффективности ее деятельности.

Крупной отраслью услуг является гостиничное хозяйство. Его анализ позволяет установить те перемены, которые совершаются в сфере услуг. К гостиничному хозяйству обычно относят гостиницы, общежития для приезжих, мотели, кемпинги. В настоящее время ни одна гостиница не может рассчитывать на универсальность спроса. Большая сегментация и фрагментарность рынка гостиничных услуг требует ориентации на один или несколько целевых сегментов.

Гостиничный бизнес является важной отраслью экономики большинства стран мира. В последние годы среди многочисленных факторов, влияющих на функционирование сферы гостиничных услуг, наряду с развитием торговли, общественного питания, транспорта, промышленности, наибольшее значение приобретает туризм.

На сферу гостиничных услуг (включая услуги всех типов и видов средств размещения) приходится до 65 % занятых в туристской сфере и 68 % поступлений от туризма. Эти цифры наглядно свидетельствуют о том, что гостиничная индустрия является основой всей туристской сферы.

Индустрия гостеприимства, являющаяся одной из крупнейших отраслей мировой экономики, в настоящее время бурно развивается. Благодаря социальному, политическому и экономическому прогрессу за последние двадцать лет туризм стал доступен широким слоям населения. Одновременно с ростом общего числа туристов заметное развитие получила инфраструктура туризма и основной ее компонент – гостиничный сектор, стремящийся получить свою долю бизнеса. В современных условиях гостиницы вынуждены бороться за «место под солнцем», а при наличии возможности – стремиться к расширению своего бизнеса. В последнее время в связи с недавним экономическим спадом в развитых странах мира резко обострилась конкурентная борьба в индустрии гостеприимства.

Услуги гостиничных комплексов являются важной составной частью сферы услуг, которая представляет собой совокупность видов деятельности, направленных на обслуживание населения. Особенностью данных видов деятельности является то, что предлагаемый потребителям продукт подается в виде услуги.

Происходящие преобразования в условиях глобализации по-новому ставят вопросы оценки деятельности гостиничных комплексов. Высокий динамизм внешней среды объективно обуславливает потребность в сокращении неоп-

ределенности посредством планирования влияния различных факторов на эффективность гостиничной деятельности.

В последние годы формируются другие критерии и акценты в понимании эффективности работы предприятий сферы услуг. Становится очевидным, что недостаточно различать эффективность результативную (связанную с сопоставлением результатов и целей) и экономическую (ресурсно-затратную). Необходим анализ обоснованности целей деятельности предприятий, а также самих критериев эффективности, что поднимает эту проблему на более широкий уровень рассмотрения [1].

Известно, например, что представления о целях общественного развития и развития экономики медленно, но постоянно трансформируются. Одновременно меняются и представления о критериях эффективности. В последние годы в мировой практике управления появляются более широкие способы оценки результативности работы предприятий, нацеленные на учет самых разных факторов и обстоятельств его деятельности, включая и те, которые связаны с людьми (с кадровым составом и с потребителями). Ключевой момент понимания эффективности начинает связываться с выяснением того, при помощи комбинации каких ресурсов в сложившихся условиях получен результат, что упущено, какие резервы не использованы, как повысить эффективность в будущем с учетом проделанного анализа.

Такой широкий подход к определению экономической эффективности, наиболее отвечающий специфике предприятий сферы услуг, дается в теории комплексного экономического анализа. В его рамках эффективность предприятий сферы услуг рассматривается в разделах перспективного, текущего, оперативного анализа, на базе которого оценивается достигнутый результат, а также выявляются факторы его изменения, неиспользованные возможности и резервы его повышения.

Эффективность предприятий сферы услуг можно исследовать с самых разных сторон: с точки зрения формирования затрат, планирования объема услуг, прибыли, реализации инвестиционных проектов и др. Вместе с тем, анализ затрат, методов их распределения, составление и контроль выполнения смет, калькулирование себестоимости единицы продукции и т.п. — все эти вопросы выступают необходимым и вместе с тем только начальным этапом анализа общей эффективности предприятий сферы услуг.

Одновременно приходится учитывать также внешние и внутренние факторы, которые влияют на результат, но при расчете экономической эффективности не принимаются во внимание. Так, вряд ли можно абстрагироваться от социальных целей и интересов разных групп, которые причастны к деятельности предприятия и влияют на уровень эффективности его деятельности. Авторский коллектив под руководством профессора А. Д. Чудновского, рассматривая гостиничное хозяйство, выделяет следующие группы, косвенно или прямо связанные с деятельностью гостиничного бизнеса: собственники предприятия; работодатели; администрация; персонал; партнеры; потребители (постояльцы); налоговые органы [3; 91].

Цели и жизненные ценности у представителей указанных групп, как правило, различные, хотя все они сходятся в главном — необходимо прибыльное функционирование гостиницы и ее устойчивое развитие. Однако они по-разному видят те способы, посредством которых этой цели можно добиться. К тому же каждая группа формирует свои, отличные от других конкретные ожидания от эффективной работы гостиницы.

Общие цели организации и их реализация осуществляются распорядителями ключевых ресурсов гостиничного комплекса в соответствии с теми принципами и навыками управления, которыми они располагают. Но в своей деятельности менеджмент вынужден учитывать множество разнонаправленных запросов и ожиданий, импульсы которых к нему стекаются со стороны потребителей, партнеров, персонала, работодателей и др.

В связи с этим ставится вопрос об эффективности самой системы управления в данном гостиничном комплексе. Определить это можно по следующим направлениям:

- анализ и оценка организационно-технических мероприятий по совершенствованию управления;
- определение общего эффекта работы коллектива и выделение в нем доли эффекта системы управления;
- определение результатов деятельности функциональных подразделений;
- выявление результативности взаимодействия с контролирующими органами и др.

Таким образом, рассмотрение эффективности выводит нас на понимание многоуровневых и многоаспектных отношений, которые менеджмент призван отрегулировать в необходимом ключе. Субъекты управления своей деятельностью гармонизируют противоречивые и зачастую конфликтные цели юридических и физических лиц, имеющих непосредственное или косвенное отношение к отелю. В своей работе они практически не в состоянии замыкаться лишь на проблеме максимизации прибыли, регулируя материально-технические и финансовые потоки.

Одновременно менеджмент анализирует потребности клиентов, мотивирует в нужном направлении персонал, договаривается с поставщиками и т.п. При этом руководству приходится учитывать тот факт, что все указанные компоненты, влияющие на работу гостиничного комплекса, постоянно меняются, отражая изменения в составе участников и их интересах. Такое понимание общей эффективности требует использования, кроме экономических показателей, целого ряда дополнительных — организационных, социально-групповых, индивидуально-психологических и других показателей, отображающих многообразную деятельность предприятия сферы услуг. В этом случае об эффективности работы предприятия свидетельствуют следующие показатели:

- наличие надежных партнеров;
- наличие клиентской базы (группы постоянных потребителей);
- принадлежность предприятия к корпоративно-общественным организаци-

ям;

- участие в общественных и государственных программах;
- репутация и имидж фирмы;
- текучесть кадров;
- число жалоб и судебных разбирательств с клиентами и др.

Широкое понимание эффективности предприятий сферы услуг позволяет говорить, что эта проблема приобретает многомерную динамическую модель. Именно такое представление об успешной работе предприятий сферы услуг вырабатывается в экономической мировой практике сервиса. При этом оказываются важными три составные характеристики:

- производительность – степень минимизации ресурсов при достижении эффективности – это сближение с экономическим подходом к эффективности;
- эффективность – степень, в которой процессы обслуживания удовлетворяют ожидания и нужды потребителей. Другими словами, это выпуск нужной продукции в нужном месте, в нужное время, по нужной цене. Этот критерий сближается с целесообразностью (совпадение результатов и целей);
- адаптивность – гибкость процессов обслуживания с целью приспособления их к будущему, изменения в ожиданиях потребителей и развитие услуг в этом русле изменений посредством внедрения разных инноваций в работу предприятия.

Критерий адаптивности в деятельности предприятий сферы услуг труднее всего измерить. Однако он приобретает огромное значение в свете ускорившейся экономической динамики мира. Важность этого критерия в свою очередь делает еще более значимой роль стратегического планирования и стратегического маркетинга.

Всем понятна необходимость эффективного менеджмента, основанного на стратегическом мышлении, с применением передовых достижений науки управления. К сожалению, часто решения, принимающиеся руководителями, характеризуются импульсивностью и непредсказуемостью. Это следствие, как нестабильности рыночной среды, так и недостаточного уровня знаний о собственном гостиничном комплексе. Причем решения, как правило, касаются какой-либо одной области, а другие, не менее значимые направления выпадают из-под контроля. Одной из проблем формирования стратегии управления в гостиничных комплексах является исследование влияния внешних и внутренних факторов на параметры бизнес-процессов и в конкретном регулировании этих параметров для достижения требуемой эффективности функционирования всей системы.

Анализ различных научных подходов к формированию и развитию стратегии управления позволяет сделать вывод о том, что в настоящее время существует множество точек зрения на данное явление, каждое из которых базируется на выделении и проработке одного из факторов функционирования предприятия, влияющих на эффективность. Поверхностный вывод заключается в создании подхода, учитывающего каждый аспект эффективности. Однако сложность создания такого подхода заключается в том, что все факторы

повышения эффективности не существуют автономно, а имеют большое количество взаимосвязей, причем часто возникает ситуация, когда изменение одного из факторов, которое гипотетически должно привести к повышению эффективности, из-за влияния на другие факторы эффективности дает обратный результат. Таким образом, объективно существует необходимость в определении базисного фактора фундаментального характера, который, с одной стороны, позволит концентрировать усилия для достижения синергии в области развития гостиничного комплекса, с другой стороны, направляет развитие предприятия в направлении достижения долгосрочного успеха, а также несет критериальную функцию при планировании и осуществлении стратегии управления. В конечном счете, на эффективность гостиничной деятельности, оказывают влияние различные факторы и инструменты управления.

С учетом того, что методики оценки эффективности гостиничной деятельности в настоящее время не вполне разработаны, воспользуемся для этого методами многофакторного статистического анализа. Методика оценки эффективности может быть построена на базе некоторой совокупности факторных признаков, отражающих влияние различных аспектов гостиничной деятельности на результативный показатель. В качестве такого оценочного показателя исследования эффективности гостиничной деятельности можно выбрать отношение потенциального полученного дохода к затратам на гостиничную деятельность (Y). Иными словами, этот показатель можно назвать рентабельностью гостиничного процесса. На наш взгляд, для оценки эффективности гостиничных комплексов в целом недостаточно использования показателя прибыли, поскольку наличие прибыли еще не означает, что гостиничный комплекс работает эффективно. Абсолютная величина прибыли не позволяет судить о доходности, рентабельности предприятия. Многие гостиничные комплексы, получившие одинаковую сумму прибыли, имеют различные объемы выручки, разные издержки, ресурсы. Поэтому в этом отношении для оценки эффективности используется показатель рентабельности. В качестве независимых параметров выявим такие, которые выражают затраты на осуществление всего комплекса гостиничных услуг и связанные с ним процессы. При изучении связи показателей гостиничной деятельности придется иметь дело со сложными механизмами взаимодействия изучаемых показателей и ограниченностью исходной информации. Свое воздействие на оценочный показатель могут оказывать и неучтенные в наблюдении факторы. При этом влияние отдельных факторов весьма разнообразно как по направлению, так и по силе их проявления. Они взаимодействуют друг с другом. Для проведения многофакторного корреляционно-регрессионного анализа на основе качественной априорной оценки каждого из факторов, предполагаемых к включению в методику, было отобрано 10 факторов, с экономической точки зрения влияющих на эффективность гостиничной деятельности.

Оценочную функцию (стоимость гостиничных услуг) в соответствии с правилами оценки можно представить следующим образом:

$$Y = (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10})$$

где

X_1 – затраты по содержанию гостиничного комплекса к общему объему затрат, %;

X_2 – изменение курса доллара; евро, %;

X_3 – доля потенциального количества потребителей (клиентов) гостиничных услуг в общей доле потребителей (клиентов), %;

X_4 – доля налогообложения в гостиничной деятельности, %;

X_5 – доля капитальных вложений в гостиничный комплекс, %;

X_6 – затраты на НИР в области инновационных механизмов гостиничных комплексов к общему объему затрат, %;

X_7 – доля оборотных средств в гостиничных комплексах, %;

X_8 – затраты на рекламу по гостиничным услугам к общему объему затрат гостиничной деятельности, %;

X_9 – затраты на стимулирование качества гостиничных услуг к объему затрат, %;

X_{10} – изменение средней заработной платы в регионе, %.

Под объемом гостиничного бюджета здесь мы будем понимать общие расходы гостиничного комплекса на формирование предоставления гостиничных услуг.

Однако в некоторых ситуациях внешняя среда налагает ограничения на осуществление выбора стратегии управления и требует разложения эффективности с помощью дополнительных показателей, отражающих совершенствование разных аспектов гостиничной деятельности в результате внедрения инноваций и оценки их значимости экспертами.

Анализ факторных признаков показал, что за исследуемый период (2007 год) произошло увеличение стоимости гостиничных услуг. Сдерживание роста стоимости гостиничных услуг можно добиться за счет снижения их рентабельности. Ценовой диапазон гостиничных услуг в Самарской области достаточно широк, в качестве примера, можно рассмотреть стоимость услуг проживания, где цена изменяется от 1000 до 9700 рублей в зависимости от качества, от уровня оказываемых услуг, от категорийности гостиничного комплекса и т.п. Самым дорогим гостиничным комплексом является отель «Renaissance» в г. Самаре.

Для выявления взаимосвязей переменных, описывающих гостиничную деятельность, используем корреляционно-регрессионный анализ, произведя соответствующие расчеты с помощью пакета прикладных программ ОЛИМП. Основные статистические характеристики факторов и результативного признака представлены в таблице 1.

Таблица 1

Статистические характеристики гостиничной деятельности

| Фактор | Среднее значение | Среднее квадратическое отклонение | Коэффициент вариации, % |
|--------|------------------|-----------------------------------|-------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Y | 4.19 | 1.21 | 29.3 |
| X1 | 24.6 | 3.9 | 9.7 |
| X2 | 1.08 | 1.37 | 126 |
| X3 | 62 | 8.7 | 7.8 |
| X4 | 0.29 | 5.7 | 4.3 |
| X5 | 3.32 | 3.5 | 109 |
| X6 | 6.33 | 2.61 | 41.23 |
| X7 | 14.72 | 4.81 | 32.68 |
| X8 | 2.81 | 2.35 | 83.63 |
| X9 | 0.216 | 3.9 | 9.6 |
| X10 | 0.18 | 6.3 | 2.8 |

Судя по коэффициентам вариации, факторы имеют значительную неоднородность. К таким показателям в первую очередь можно отнести уровень затрат на услуги гостиничных комплексов (104 %); затраты на формирование оборотных средств гостиничного комплекса (123 %) и др.

Для проверки предпосылок функциональной или близкой к функциональной связи факторов были вычислены парные коэффициенты корреляции как между факторами, так и между каждым фактором и результативным показателем. Матрица коэффициентов корреляции приведена в таблице 2.

Предварительное исследование факторов показало, что можно отсеять наименее значимые – X₆, X₈, X₉. По шкале Чеддока не установлено каких-либо сильных зависимостей между факторами (табл. 2).

Для определения параметров воспользуемся методом многошагового регрессионного анализа, основанного на исключении из методики независимых факторов, ставших незначительными по t-критерию Стьюдента.

Таблица 2

Матрица парных корреляций

| | Y | X1 | X2 | X3 | X4 | X5 | X7 | X10 |
|-----|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Y | 1.00 | -0.50 | 0.23 | -0.08 | 0.34 | 0.46 | 0.24 | -0.59 |
| X1 | | 1.00 | -0.07 | 0.04 | -0.23 | 0.22 | -0.16 | 0.51 |
| X2 | | | 1.00 | 0.39 | -0.17 | -0.11 | 0.22 | 0.01 |
| X3 | | | | 1.00 | 0.05 | 0.13 | -0.30 | 0.18 |
| X4 | | | | | 1.00 | -0.16 | 0.06 | -0.41 |
| X5 | | | | | | 1.00 | -0.33 | 0.45 |
| X7 | | | | | | | 1.00 | -0.19 |
| X10 | | | | | | | | 1.00 |

Первый шаг включает построение модели по всем факторам, а также по результатам качественного анализа. Было получено следующее уравнение:

$$Y = 5,978 + 1,607 * X_1 - 2,775 * X_2 - 0,7 * X_3 + 4,343 * X_4 + 0,635 * X_5 - 0,063 * X_6 - 2,529 * X_7.$$

На втором этапе было получено уравнение:

$$Y = 5,357 + 2,582 * X_1 - 2,205 * X_2 + 2,352 * X_4 + 0,667 * X_5 - 2,669 * X_7.$$

При пятипроцентном уровне значимости все коэффициенты регрессии после второго шага статистически значимы. Полученное уравнение можно считать значимым, так как значение t- критерия равно 2,55, что значительно меньше расчетного значения критерия, равного 87. Коэффициент множественной корреляции $R = 0,808$. Коэффициент детерминации равен 65,4 %, то есть эффективность гостиничных комплексов на эту величину определяется колеблемостью отобранных факторов, а именно X_1, X_2, X_4, X_5, X_7 . Средний коэффициент аппроксимации (упрощения) равен 13,83 %, что говорит о хорошем описании полученной моделью массива статистической информации. По знакам при коэффициентах регрессии можно охарактеризовать направления влияния факторов.

Так, увеличение X_1 – увеличение затрат по содержанию гостиничного комплекса и X_7 – доли оборотных средств уменьшает эффективность гостиничной деятельности (увеличиваются затраты на гостиничную деятельность), а увеличение затрат, средней заработной платы в регионе воздействует на изучаемый показатель в сторону повышения. Это согласуется с теоретическими представлениями о действии факторов.

Следующим этапом рассчитывалась оценка коэффициентов интерпретации линейной регрессии, которые представлены в табл. 3.

Судя по полученным коэффициентам эластичности, наибольшее влияние на эффективность оказывают факторы X_7, X_4, X_1 ($\varepsilon_7 = 0,248, \varepsilon_4 = 0,089, \varepsilon_1 = 0,084$).

Таблица 3

Оценки коэффициентов интерпретации линейной регрессии

| Фактор | Коэффициент эластичности | Бета-коэффициент | Дельта-коэффициент |
|--------|--------------------------|------------------|--------------------|
| X1 | -0.084 | -0.239 | +0.237 |
| X2 | +0.056 | +0.215 | +0.097 |
| X4 | +0.089 | +0.163 | +0.111 |
| X5 | +0.065 | +0.215 | +0.195 |
| X7 | -0.248 | -0.308 | +0.362 |

Снижение уровня оборотных фондов на 1% приводит к повышению эффективности на 0,248 %. Судя по коэффициентам, представленным в таблице 3, доля вклада отдельных факторов в суммарное влияние всех факторов мож-

но определить следующим образом: $X_7 = 36,2 \%$, $X_1 = 23,7 \%$, $X_5 = 19,5 \%$, $X_4 = 11,1 \%$, $X_2 = 9,7 \%$.

Таким образом, наибольшее влияние на эффективность гостиничной деятельности оказывает объем оборотных фондов в гостиничной деятельности, в результате, основной из важных задач является повышение эффективности ее использования, прежде всего путем ускорения оборачиваемости. Эффективность расходования оборотных средств, составляющих значительную часть всех финансовых средств, оказывает непосредственное влияние на конечные результаты деятельности гостиничных комплексов – прибыль и рентабельность.

Чем быстрее оборачиваемость оборотных средств, тем меньше потребность в кредитах, соответственно меньше издержки, больше прибыль за счет снижения расходов за пользование банковскими кредитами, по хранению запасов, потерь товаров и сырья и др. Поэтому повышение эффективности использования оборотных средств имеет важное экономическое значение для каждого гостиничного комплекса. Практика показала, чем быстрее оборачиваемость оборотных средств, тем меньше возникает потребность в кредитах, соответственно меньше издержки, больше прибыль за счет снижения расходов за пользование банковскими кредитами, по хранению запасов, потерь товаров и сырья и т.п. Поэтому повышение эффективности использования оборотных средств имеет важное экономическое значение для каждого гостиничного комплекса. С другой стороны, активное влияние на эффективность оказывают затраты на гостиничные услуги, в этой связи необходимо правильное планирование затрат, не всегда снижение затрат является целесообразным, особенно, если гостиничный комплекс находится на стадии развития.

Расчетное значение результативного признака (показатель «рентабельности» гостиничного предприятия составляет 5,078, что говорит о том, что потенциальный годовой доход предположительно превысит затраты гостиничного комплекса (годовые) на указанную величину.

Таким образом, предложенная методика оценки эффективности гостиничных услуг, построенная на базе некоторой совокупности факторных признаков, отражает влияние различных аспектов гостиничной деятельности на результативный показатель.

Литература

1. Гуськов, С.В., Графова, Г.Ф. Оценка эффективности производственно-хозяйственной деятельности организаций. – М.: Академия, 2007. – 192 с.
2. Савицкая, Г.В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности. Методологические аспекты. – М.: Инфра-М, 2008. – 272 с.
3. Чудновский, А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство. – М.: ЭКМОС, 2005. – 400 с.