

т.д.), в межах цих блоків будуть розкриті ключові позиції (показники). Крім поділу на фінансові та нефінансові можна виділити блоки відповідно створеного ними ефектом: соціальним, організаційним, економічним. Соціальний ефект державного фінансового контролю проявляється в тому, що за його результатами застосовуються заходи до осіб, котрі допустили порушення фінансового законодавства, включаючи їх звільнення та притягнення до кримінальної відповідальності. Організаційний ефект полягає в тому, що за підсумками контрольних заходів, пропонуються і реалізуються заходи щодо вдосконалення структури виконавчої влади. Економічний ефект досягається в результаті вдосконалення діяльності органів виконавчої влади в частині економії бюджетних та позабюджетних коштів, вдосконалення системи адресного цільового фінансування і т.д.

На наш погляд, видається дуже трудомісткий процес збору інформації для застосування СС. Для цього в кожній організації, що займається питаннями державного контролю, повинен бути створений відділ методології та аналізу. В посадовій інструкції співробітників цього відділу повинні бути включені обов'язки по узагальненню результатів перевірок в рамках чинного СС. Важливе питання – механічна обробка отриманої інформації, автоматизація цього процесу.

На початковому етапі впровадження СС можливе створення і застосування відносно простого програмного продукту, наприклад, в рамках редактора Visual Basic, із застосуванням елементарної оболонки типу Access. При достатній визначеності параметрів і масштабів дослідження слід створити необхідний мінімум за вхідними даними (через базу даних), точно зорієнтуватися по вихідних і задати необхідний механізм обробки даних. Схема проста, проте недолік даного продукту полягає в складності експлуатації, доступності інформації зовнішнім користувачем (відсутність безпеки даних). Надалі бачиться можливим застосування більш складного пакетного програмного забезпечення, створеного спеціально для СС [3].

В результаті обробки даних отримуємо відображення всіх кількісних і якісних показників (припустимо) за 4-бальною шкалою (незадовільно, задовільно, добре, відмінно). Кордони даних допустимих значень по кожній позиції і відповідно до блоку повинні бути визначені шляхом експертних оцінок. В результаті ми зможемо багатосторонньо оцінити якість проведених перевірок і позначити при цьому вузькі місця, точки біфуркації, тренди і тенденції, зіставити з результатами роботи інших організацій.

Література

- 1 Захарченко В.И. Методологические подходы к развитию стратегического аудита / В.И. Захарченко, Л.В. Ширяева // Прометей: регион. сб. науч. работ. – 2011. – №2. – С. 233 – 239.
- 2 Инновационные социальные технологии устойчивого развития / В.Н. Иванов и др. – Уфа: Дизайн Полиграф Сервис, 2003 – 352с
- 3 Мельник М.В. Ревизия и контроль : [учебное пособие] /М.В. Мельник, А.С. Пантелеев, А.Л. Звезлин. – М.: ФБК-Пресс, 2003 – 520с.
- 4 Ольве Н. Оценка эффективности деятельности компании: практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей /Н. Ольве, Ж. Рай, М. Ветгер. – М.:Вильямс, 2004. – 304с.

ИССЛЕДОВАНИЯ НА РЫНКЕ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Баркаръ И.
Грибинча А.
Гургуй А.

Молдова, Румыния

Расходы населения на туристские услуги в ряде стран занимают третье место после затрат на питание и жильё. Мировая гостиничная индустрия (World's Hotel Industry) является системообразующим элементом сектора туристских услуг. В статистике Всемирной Торговой Организации (WTO) отражается как подсектор А в девятом секторе услуг – «Туристские услуги

и связанные с путешествиями». В статистике международной торговли администрируется Генеральным соглашением по Торговле Услугами (GATS). В системе Национальных Счетов каждой страны основные макроэкономические показатели по данному сектору, в соответствии с Методическими указаниями Международного Валютного Фонда отражается по виду экономической деятельности: «Гостиницы и рестораны».

По оценкам экспертов UNWTO расходы туристов по оплате услуг размещения в гостиницах составляют 35-60% от их суммарных расходов за время поездки. Если учесть, что в мире 225 тысяч гостиниц представляют услуги более чем 1 млрд. туристов, то поступления по оплате услуг размещения оцениваются в 500 млрд. US \$ [1].

В свою очередь для сектора гостиничных услуг (Hotel Services Sector) доход от продажи номеров (услуги размещения) составляет 50% (с +/- разбросом до 5-8%) от суммарного дохода от всех видов гостиничных услуг [2, с.147]

Системный анализ гостиничной индустрии позволяет определить и исследовать факторы её роста и выявить резервы её развития, что необходимо для принятия стратегических и тактических решений на различных уровнях управления сектором туризма.

Индустрия гостеприимства развивается под воздействием ряда факторов, которые можно разделить на две группы – внешние и внутренние. Внешние определяются воздействием компонентов окружающей действительности, не связанных с функционированием индустрии гостеприимства. Внутренние факторы непосредственно связаны с особенностями организации и функционирования предприятий индустрии гостеприимства. К внешним факторам относятся: политико-правовые, безопасность путешествий, экономические и финансовые, культурные, инфраструктурно-коммуникационные, демографические, развитие торговли, новые и новейшие технологии. Мировая гостиничная индустрия представляет собой большую динамичную экономическую систему, изучение и исследование которой осуществляется на основе системного подхода с использованием методов системного анализа, экономико-статистических методов и методов математического моделирования, факторного анализа дискретных и стохастических моделей, метода экспертных оценок и других специальных методов.



Рис. 1. Структуры индустрии гостеприимства

Результаты этих работ в рамках UNWTO оформляются и представляются известной международной консалтинговой компанией «Делойт» (Deloitte&Touche LLP) [3]. Публикации и сообщения подготавливаются на основе данных банков информации администрируемых STR Global Limited [4], и Smith Travel Research Inc. [5]. Более 25 лет эти организации являются

ведущими провайдерами основных данных и показателей, характеризующих мировой и региональные рынки гостиничной индустрии и единственным источником, ежедневной, месячной и годовой информации на основе статистического и бенчмаркинг-анализа деятельности 49700 гостиниц (22 % от их общего количества) из различных регионов и стран мира [6]. Традиционно в открытых (некоммерческих) публикациях и информационных ресурсах по гостиницам представляются следующие базовые показатели:

- 1) Среднестатистическая цена за 1 учётный гостиничный номер (ADR-Average Daily Rate);
 - 2) Среднестатистический суточный доход(поступления) в расчёте на один учётный гостиничный номер (Rev. PAR – Revenue per Available Room);
 - 3) Индекс использования номерного фонда (%) (OCP – Occupancy).
- Для расчетов используются следующие уравнения:

$$ADR = \frac{SGR \cdot P_1 + DBL + EXV \cdot P_3}{SGL + DBL + EXV} \quad (1)$$

где: SGL- Количество одноместных номеров;
 P₁ – Объявленная цена одноместного номера;
 DBL – Количество двухместных номеров;
 P₂ – Объявленная цена двухместного номера;
 EXV – Количество номеров с повышенным комфортом (экслюзивные номера, апартаменты, VIP – номера и т.п.);
 P₃ – среднестатистическая взвешенная расчетная цена номера с повышенным комфортом;
 SGL+DBL+EXV – общее учетное количество номеров.

$$ADR = \frac{SGR \cdot P_1 + DBL + EXV \cdot P_3}{SGL + DBL + EXV} \quad (2)$$

$$Rev.PAR = \frac{RevHOT(t)}{(SGL + DBL + EXV) \cdot t} \quad (3)$$

где: RevHOT – доход (поступления) от продажи номеров за период (время) t;
 (SGL + DBL + EXV) · t – количество учетных номеров за период (время) t.

$$OCP = Rev.PAR / ADR \quad (4)$$

$$Rev.PAR = OCP \cdot ADR \quad (5)$$

$$ADR = Rev.PAR / OCP \quad (6)$$

В информационных бюллетенях UN WTO представляются периодические данные по показателям (3), (4), (5). По различным регионам мира и отдельным странам.

Таблица 1

Показатели гостиничной индустрии по Европейскому региону (евро, %)

Показатели	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Европа всего ADR, €	109	107	94	96	100	104	103
Rev. PAR, €	76	70	58	55	62	68	69
OCP, %	69.72	65.42	61.70	57.29	62.0	65.40	67.0
Восточная Европа ADR, €	92	90	79	81	84	89	85
Rev. PAR, €	57	53	44	41	47	52	52
OCP, %	61.95	58.89	55.70	50.62	55.95	58.43	61.17

Источники: Составлена авторами[1], [5], [7]

Графическое отображение данных Таблицы 1. По общеевропейским показателям ADR и Rev. PAR представлено функцией параболы 2-го порядка с минимумом в 94 евро по ADR т.е – 13.76% от базового периода 2007 г. 109 евро.

По показателю Rev. PAR – соответственно с минимумом в 55 евро, смещенным в 2010 г. т.е – 27,63% от базового периода 2007 г. в 76 евро (рис. 1).

Динамика этих показателей по Восточной Европе осуществлялась по тем же системным закономерностям.

ADR снизился к 2009 г.кризисному году до 79 евро. т.е -14,13% от базового периода в 2007 г. в 92 евро, а Rev. PAR до 41 евро в 2010 году т.е – 28,07% от базового периоде 2007 г.в 57 евро (рис. 2).

В последующий пост кризисный период (до 2013 г.) по этим показателям наблюдается положительная динамика с ежегодным приростом от 2 до 14%.

Гостиничная индустрия представляет туристу (гостю, клиенту) полный набор услуг по размещению, питанию отдыху и развлечениям (англ.Tourism Hospitality& Leisure industry)

Гостиницы становятся инноваторами в использовании новейших достижений техники, экологически чистых, пожаро безопасных конструкционных материалов, передовых технологий по системам жизнеобеспечения, безопасности и комфорта, новых информационных технологий, расширенных возможностей компьютерных систем, сетей бронирования и резервирования мест и тем самым формируют и развивают основу современной туристской индустрии 21 века.

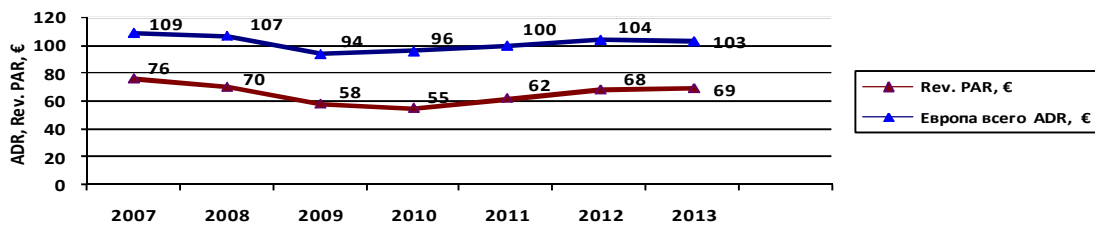


Рис. 2. Динамика показателей ADR и Rev. PAR Европа (евро)

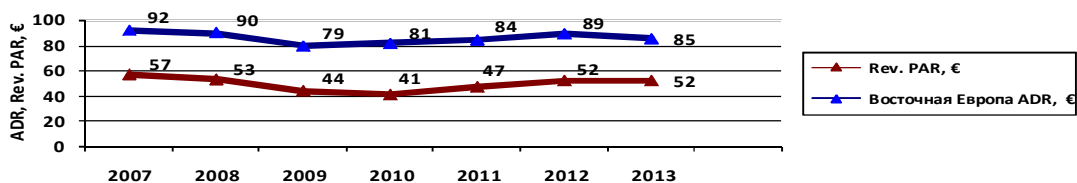


Рис. 3. Динамика показателей ADR и Rev. PAR Восточная Европа (евро)

Динамика роста и развития гостиничной индустрии Молдовы представляется следующими данными:

Количество гостиниц в 2007 г. – 58, в 2013г. – 94 с приростом в 62%

Номерной фонд в 2007 – 1707 номеров, в 2013 – 2405 с приростом в 40,9%

Оплата за проживание в 2007 г. – 165,4 млн MDL (9.965 млн евро) – в 2013 г. 150,17 млн MDL (8.979 млн евро).

Экономический кризис 2009 г. снизил поступления за проживание до 92,5 млн MDL (-44.07%) или до 5,958 млн евро (-40,29%) по сравнению с базовым 2007 годом. В последующий посткризисный период до 2013 г. отмечается рост приведенных показателей. Гостиничная индустрия мун. Кишинэу является ядром гостиничной индустрии страны. Практический 70% номерного фонда сосредоточено в столице. Здесь же сконцентрировано 80-95% денежных поступлений за проживание. Основные показатели гостиничной индустрии мун. Кишинэу представлен в Таблице 2.

Основные показатели гостиничной индустрии мун.Кишинэу (2007-2013 г.)

Показатели	Ед. измерения	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1. Гостиниц всего	Ед.	19	23	29	31	37	39	40
2. Номерной фонд	Номеров	1118	1268	1330	1463	1565	1662	1712
3. Кол-во койко-мест	К-м	1783	2104	2205	2470	2709	2832	2917
4. Кол-во обслуженных клиентов/ туристов	чел.	81464	82767	64298	68794	78571	91874	97421
5. Кол-во ночевок	Ночевка	177411	177306	128668	145951	152130	169670	195555
6. Индекс использования номерного фонда (ОСР)	%	24,1	26,0	17,0	18,0	16,2	17,6	18,4
7. Оплата за проживание	Млн MDL	153,5	144,4	82,2	104,9	129,2	118,6	130,5
8. Оплата в пересчете в евро	Млн евро	9,249	9,444	5,294	6,399	7,910	7,620	7,801
9. Средняя стоимость ночевки	MDL	865,22	824,41	638,85	718,73	849,27	699,0	667,33
10. В пересчете в евро	евро	52,13	53,26	41,14	43,84	52,0	44,91	39,89
11. Средне статистическая цена за номер (ADR)	евро	83,15	88,36	68,21	74,0	90,1	76,53	67,97
12. Среднестатистич. доход в расчете на 1 учетный номер (Rev. PAR)	евро	20,04	22,97	11,59	13,32	14,58	13,47	12,51

Источники: составлено и рассчитано автором по [8].

Динамика показателей ADR и Rev Par представлена на рис. 3.

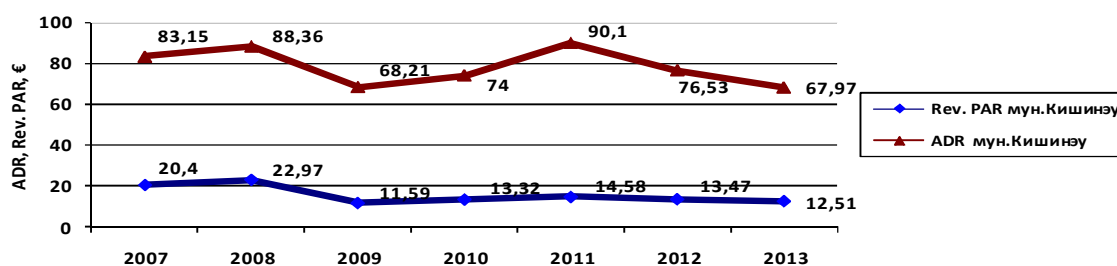


Рис.4. Динамика показателей ADR и Rev Par гостиничной индустрии мун. Кишинэу

График на рис. 3 отражает процесс изменения ADR до кризиса 2009 г. и пост кризисную динамику. Среднестатистическая цена за один учетный гостиничный номер (ADR) представленная формулой (1) для факторного анализа является достаточно сложной. По своей сути это смешанная (комбинированная) многофакторная модель (9, с 35.).

$$ADR = f(SGL, DBL, Exv, P_1, P_2, P_3) \quad (7)$$

На величину ADR впливає 6 факторів: кількість одноместних номерів (SGL), кількість двухместных номерів, (DBL) кількість ексклюзивних номерів (Exv), і відповідно, їх ціни. Логічний аналіз формули (1) і в частині її знаменателя (SGL, DBL, Exv) показує, що знаменатель дробу відображає загальне кількість номерів т.е номерної фонд (строка 2, таблиця 2). Числитель дробу відображає потенціальні поступлення від всіх номерів, і відповідно, від всіх койко-мест в теченні суток при 100% загрузке готиниц. Заметим, що вказана сума може бути розрахована як середнестатистическіе поступлення за одно койко-место (т.е за одну ночевку) умноженное на кількість койко-мест. Таким образом, формулу (1) може бути преобразован к виду:

$$ADR = \frac{Pbn \cdot bp}{R} \quad (8)$$

где:

Pbn – середня стоимость одной ночевки (стр 9, табл 2 в MDL или стр 10 табл 2 в евро);

bp – количество койко-мест (стр 3, табл 2);

R – количество номеров (стр 2, табл 2).

Таким образом, трехфакторная смешанная модель (3) более понятно отражает функциональную зависимость ADR от количества койко-мест и количества номеров.

Результаты факторного анализа, рассчитанные по методу ценных поставок для 2008 и 2009 годов характеризуется следующими данными: среднестатистическая цена за один учетный гостиничный номер (ADR) в 2009 г. по сравнению с 2008 г. снизилась с 88,37 евро до 68,20 евро т.е. на -20,17 евро, в том числе:

- за счет средней стоимости одной ночевки: -20,10 евро;
- за счет увеличения количества койко-мест: +3,28 евро;
- за счет увеличения количества номеров: - 3,33 евро.

Суммарно: -20,10+3,28-3,33=-20,15 евро.

Или (стр 11 (2009) – стр 11(2008) = 68,21-88,36=-20,15

Таким образом, наиболее существенно не показатель ADR в 2009 г. повлияло снижение средней стоимости одной ночевки (-20,10 евро)

Период с 2009 по 2011 отличается существенным ростом ADR с 68,21 евро до 90,1 евро в 2011, т.е почти на 32% или 21,81 евро.

В том числе:

- за счет роста средней стоимости одной ночевки +18,01 евро;
- за счет увеличения количества койко-мест: +19,71 евро;
- за счет увеличения количества номеров: -15,91 евро.

Суммарно: 18,01+19,71-15,31=21,81 евро.

Период с 2011 по 2013 г. характеризуется резким падением значения ADR с 90,01 евро до 67,97 евро т.е -22,04 евро,

в том числе:

- за счет снижения средней стоимости одной ночевки: -20,96 евро;
- за счет увеличения количества койко-мест: +5,30 евро;
- за счет увеличения количества номеров: - 6,38 евро;

Суммарно: -20,96 +5,30-6,38=-22,04 евро.

Гостиничная индустрия мун. Кишинэу как система сертифицированных предприятий туристского размещения и гостеприимства, функционирует в условиях динамичного развития рынка и конкуренции.

Анализ конкурентной среды выявляет:

- оценку собственных возможностей готиниц;
- долю рынка гостиничных услуг, на которые они могут рассчитывать в перспективном периоде;
- количество номеров и мест, их категорійность («звездность»);

- местоположение, инфраструктуру, необходимость, возможность и планы реконструкции, модернизации, благоустройства территории и материально-технического состояния в целом;
- среднестатистические цены (ADR) и среднестатистические доходы (Rev. PAR) в расчете на учетный номер и их сравнительные характеристики.

Самое любопытное, что фактор стоимости и «звёздность» гостиницы в выборе места – далеко не главное. Хотя молдавские отели классифицируются по уровню звёзд, и их сертификацию проводит местное Министерство культуры и туризма, критерии ранжирования сложные и малопонятные: учитывается площадь номеров и отеля в целом, наличие удобств и предлагаемый сервис.

Цели и стратегия работы службы приема и размещения напрямую связаны с миссией и основной целью гостиничного комплекса. Например, одной из целей этой службы может быть увеличение числа гостей, размещающихся в отеле без предварительного бронирования. Эта цель отражает желание отеля увеличить процент загрузки. В этом случае стратегия отеля будет строиться на повышении эффективности продаж. Для достижения этой стратегической задачи целесообразно применить прием детального описания предлагаемых номеров и услуг отеля. Другая цель отеля может состоять в сокращении времени, требующегося для регистрации гостя. В этом случае задачей службы приема и размещения будет устранение различных отвлекающих факторов. В частности, необходимо убедиться, что сотрудник, осуществляющий регистрацию гостей (портье), не отвлекается на телефонные звонки и др. Несмотря на кажущуюся простоту этого метода, он приносит ощутимые результаты. Проще говоря, цели службы приема и размещения должны соотноситься с целями отеля в целом, а стратегия должна способствовать их достижению.

Литература

- 1 UNWTO World Tourism Barometr. June 2014 Hospitality. <http://www.unwto.org> (20.08.2014)
- 2 Туризм и гостиничное хозяйство: Учебное пособие. 2-е изд-е. / Под ред. Л.П. Шматько. – М: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2005. – 352 с.
- 3 <http://www.deloitte.com/UK/tourismhospitality/leisure> (20.08.2014)
- 4 <http://www.stiglobal.com/Resurces> (20.08.2014)
- 5 <http://www.hotelnewsnow.com/Category/38/Data> (20.08.2014)
- 6 <http://www.hotelBenchmark.com> (20.08.2014)
- 7 <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-turism-mighlights-2014-edit> (20.08.2014)
- 8 Chişinău în cifre. Annual statistic . 2013. Direcția generala pentru statistica mun.Chisinau. 2013.149 p.
- 9 <http://www.statistica.md> (20.09.2014)
- 10 Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий / Г.В. Савицкая. – Москва: ИНФА-М, 2004. – 425 с.

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ

Бровкова Е.Г., к.э.н., доцент
Мельникова Е.О.
Бусыгина А.А.

Одесский национальный политехнический университет

Актуальность проблемы. В рыночных условиях хозяйствования, ценообразование – это очень сложный процесс, требующий учёта многих факторов и выбора оптимального метода ценообразования. Эта проблема интерес вызвала и у таких учёных как: Лев М.Ю., Чернов В.А., Баканов М.И., Верховец О.А., Горина Г.А., Окландер М.А., Чукурна О.П.