

УДК 658:005.922.1



Кондрацкая Татьяна Алексеевна
кандидат экономических наук, доцент,
кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса,
Байкальский государственный университет,
г. Иркутск, Российская Федерация,
e-mail: kondratskayaTA@bgu.ru



Винокурова Дарья Сергеевна
магистрант, кафедра менеджмента,
маркетинга и сервиса,
Байкальский государственный университет,
г. Иркутск, Российская Федерация,
e-mail: sokolovadasha1996@mail.ru

ОЦЕНКА СЕЗОННОСТИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Аннотация. Сезонность как объект анализа в гостиничном бизнесе имеет двойственное значение. Общее связано с определением факторов, влияющих на спрос по временам года в туристском регионе и выявление периодов повышенного спроса и сокращение, и определение необходимого объема инфраструктуры как в регионе в целом, так и на отдельном туристском объекте. Частное позволяет оценивать эффективность менеджмента на конкретном туристском объекте.

Ключевые слова: сезонность, цикличность бизнеса, загрузка гостиницы, измерение сезонности, эффективность менеджмента

Tatiana A. Kondratskaya
PhD in Economics, Associate Professor,
Department of Management, Marketing and Service,
Baikal state University,
Irkutsk, Russian Federation,
e-mail: kondratskayaTA@bgu.ru

Darya S. Vinokurova
Master's Degree Student,
Department of Management, Marketing and Service
Baikal state University,
Irkutsk, Russian Federation,
e-mail: sokolovadasha1996@mail.ru

SEASONALITY ESTIMATE OF THE HOTEL BUSINESS

Abstract. Seasonality as an object of analysis in the hotel business has a dual meaning. The general is associated with the identification of factors affecting demand by seasons in the tourist region and the identification of periods of increased demand and reduction, and the determination of the required amount of infrastructure both in the region as a whole and at a separate tourist facility. The private allows evaluating the effectiveness of management at a specific tourist object.

Keywords: seasonality, business cyclicity, hotel occupancy, seasonality measurement, management efficiency

Введение. Туризм является одной из отраслей, оказывающей положительное влияние на функционирование мировой экономики в целом. Однако, сама отрасль находится под влиянием ряда неблагоприятных внешних факторов, одним из которых выступает сезонность.

Цикличность поступления доходов характерна для многих туристских регионов. Таким регионом является и Байкальский, включающий Иркутскую область и Республику Бурятия. Мероприятия, направленные на решение проблем сезонного спада на гостиничные услуги, носят частично общий характер и могут представлять интерес для многих участников рынка, а могут быть причиной неэффективного менеджмента. При этом возникает ряд методических вопросов, один из которых — оценка уровня сезонности для конкретного объекта туристской индустрии и ее сопоставление с общим уровнем сезонности в регионе.

Цель исследования. Определить основные инструменты оценки сезонности, позволяющие использовать имеющуюся учетную информацию, выполнить расчеты по конкретному объекту туристской сферы и сопоставить результаты со сложившимися тенденциями в регионе.

Результаты исследования. Байкальский регион обладает потенциальными рекреационными ресурсами. Основным туристским направлением в регионе является озеро Байкал. При этом по объему вклада сфера туризма и гостеприимства занимает весьма небольшую долю в экономике региона. Так, в Иркутской области доходы, которые относятся к данной отрасли, составляют лишь 1% в суммарном объеме производимой продукции, в объеме платных услуг населению — чуть более 12 %, в налоговых поступлениях в региональные бюджеты — всего 0,3 % [1]. Данные индикаторы свидетельствуют о том, что развитие туристской отрасли находится на недостаточно высоком уровне. Однако, сфера туризма и гостеприимства в регионе имеет предпосылки для развития. Этому способствуют перспективы увеличения не только для внутренних, но и иностранных туристских потоков: если ранее целевым сегментом выступили туристы Европы, то сейчас он смещается в сторону стран Азии.

Отрицательным фактором развития выступает наличие сезонности в спросе: ярко выраженную сезонность туристского и, следовательно, гостиничного бизнеса обуславливают резко континентальный суровый климат и длительная зима, а также дождливое и относительно непродолжительное лето [2,

с. 57]. Рост продаж приходится на два летних месяца — июль, август, с медленным подъемом в мае и резким сокращением к октябрю, что формирует предложение в виде сезонной инфраструктуры с ее консервацией на 6–7 месяцев. Именно данный фактор делает туристский бизнес в регионе непривлекательным с точки зрения отдачи на инвестиции. При этом существует мнение, что туристский ресурс — Байкал способен предложить значительные туристские ресурсы [3, с. 49].

Управление сезонностью является важным направлением в деятельности предприятия гостиничного бизнеса в Байкальском регионе. Ведь продолжительные периоды сезонного спада спроса на услуги, соответственно, оказывают негативное влияние на доходность гостиницы. Вследствие этого, в данное время снижается и эффективность производственно-хозяйственной деятельности, которая напрямую зависит от процента загрузки номерного фонда гостиницы [4, с. 58].

В процессе оказания гостиничных услуг часто проводится мониторинг сезонных колебаний [5, с. 16], поскольку сезонность является одним из важнейших факторов, оказывающих влияние на доходность гостиничного бизнеса [6, с. 58].

Для этого в теории предлагается ряд показателей. Простейшим способом выявления сезонных колебаний является расчет индексов физического объема посредством занятых номер-суток. Также существует способ, который основан на стоимостных индексах в виде отношения объема реализации услуг в каждом месяце года к среднемесячной величине [7, с. 45].

Рассмотрим преимущества и недостатки данных расчетов инструментов для оценки сезонности и ее последствий на примере гостиницы «Михаил Строгов», расположенной в Байкальском регионе (г. Иркутск).

Номерной фонд гостиницы представлен 18 номерами категории «Стандарт», «Студия» и номером для малоподвижных групп населения.

Оценим сезонность с использованием индексов физического объема посредством занятых номер-суток (табл. 1).

Таблица 1
Загрузка номерного фонда гостиницы «Михаил Строгов» за 2019 г.

Категории номеров	Показатель	Значение в год	Значение по кварталам			
			1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
«Стандарт»	Максимальное количество номер-суток	6444	1611	1611	1611	1611
	Факт занятых номер-суток	2370	430	637	928	375
	Уровень загрузки, проц.	36,8	26,7	39,5	57,6	23,3
«Студия»	Максимальное количество номер-суток	720	180	180	180	180
	Факт занятых номер-суток	204	36	51	73	44
	Уровень загрузки, проц.	28,3	20	28,3	40,6	24,4

Продолжение табл. 1

Для малопо- движных групп насе- ления	Максимальное количество номер-сутки	360	90	90	90	90
	Факт занятых номер-сутки	56	8	13	25	10
	Уровень загрузки, проц.	15,6	8,9	14,4	27,8	11,1
В среднем по гостинице	Максимальное количество номер-сутки	7524	1881	1881	1881	1881
	Факт занятых номер-сутки	2630	474	701	1026	429
	Уровень загрузки, проц.	34,96	25,2	37,3	54,5	22,8

На рисунке 1 представлена поквартальная динамика загрузки номерного фонда гостиницы «Михаил Строгов» за 2019 г.

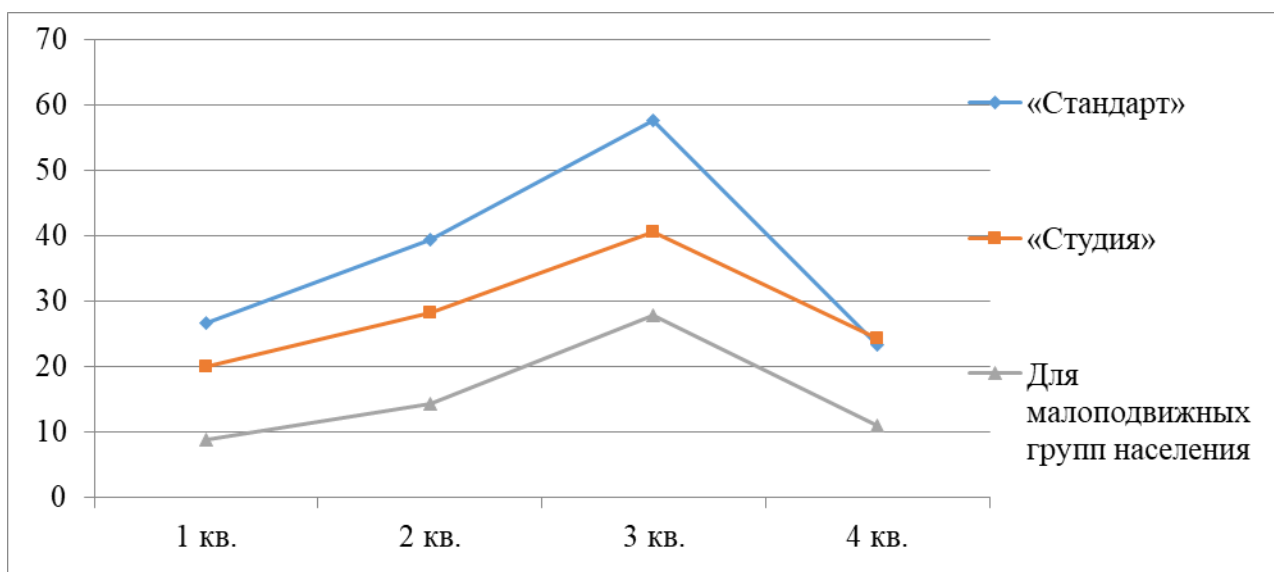


Рис. 1. Поквартальная динамика показателя загрузки номерного фонда гостиницы «Михаил Строгов» за 2019 г., проц.

Выполненные расчеты позволяют констатировать, что по всем категориям номеров загрузка гостиницы имеет наибольшие значения в третьем квартале. При этом самая высокая загрузка у номеров категории «Стандарт» — 57,6 %. Это подтверждает, что расчет индексов физического объема посредством занятых номер-суток отражает присущую Байкальскому региону сезонность, когда рост начинается во втором квартале, затем проходит пик в третьем и резко сокращается в последующем. Однако данный расчет, с нашей точки зрения, завышает сам уровень сезонности. Это связано с самой единицей учета — номер-сутки. Например, при наличии двух мест в номере и загрузке одного из них в методике учитывается одна единица в виде номер-суток.

Вторым способом оценки сезонности является расчет стоимостных индексов в виде отношения объема реализации услуг в каждом месяце года к среднемесячной величине. Уровень сезонности оказания услуг гостиницы «Михаил Строгов» в 2019 г. представлен в таблице 2.

Таблица 2

Уровень сезонности оказания услуг гостиницы «Михаил Строгов» в 2019 г.

Месяц	Выручка от реализации услуг, тыс. р.	Коэффициент сезонности
Январь	1073,5	0,39
Февраль	1156,1	0,42
Март	2312,2	0,84
Итого за I квартал	4542	1,65
Апрель	2615	0,95
Май	2807,7	1,02
Июнь	3523,4	1,28
Итого за II квартал	8946,2	3,25
Июль	5863,2	2,13
Август	4542	1,65
Сентябрь	3303,2	1,2
Итого за III квартал	13708,3	4,98
Октябрь	2807,7	1,02
Ноябрь	1706,7	0,62
Декабрь	1321,3	0,48
Итого за IV квартал	5835,7	2,12
Всего за год	33032	12

В целом кривая сезонности повторяет результаты, полученные по индексам физического объема: максимум приходится на июнь и июль, — в связи с наступлением теплой погоды, а спад на услуги начинается в августе и достигает минимума в январе (рисунок 2).

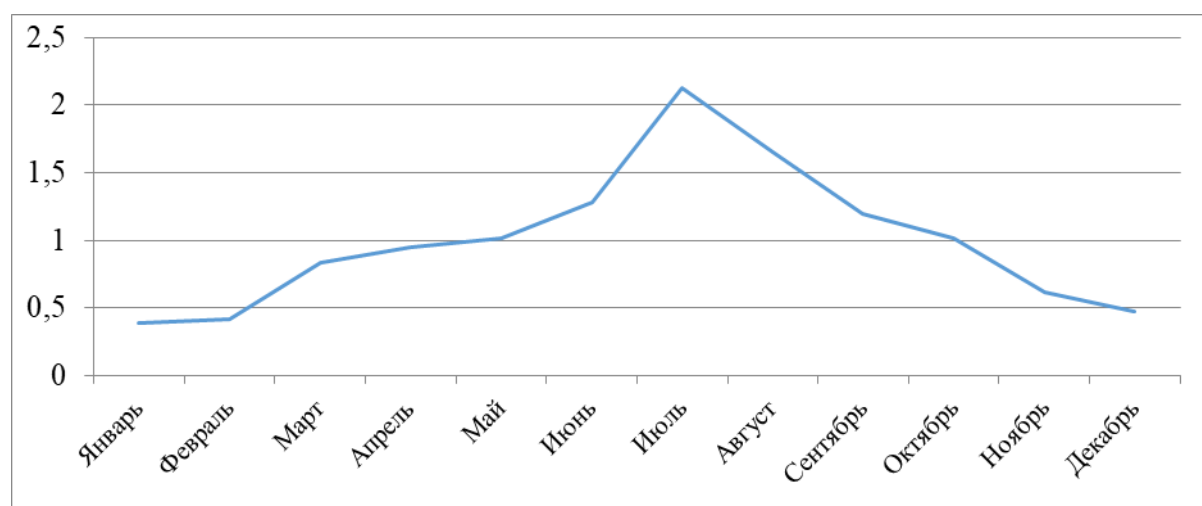


Рис. 2. Уровень сезонности оказания услуг гостиницы «Михаил Строгов» в 2019 г., коэффициент сезонности

К недостаткам данного критерия можно отнести увеличение тарифов на проживание в пиковые сезоны и исключить данную составляющую можно

только индивидуальным учетом выручки в ценах допикового периода. Такой расчет невозможен по отрасли в целом.

Выводы. В современной теории анализа, предлагаемые инструменты для измерения уровня сезонности обладают рядом недостатков: индекс физического объема завышает уровень загрузки коллективных средств размещения из-за принятых единиц измерения; погрешность стоимостных индексов связана с влиянием ценовой политики в «высокий сезон». Эта проблема решаема, с точки зрения авторов, при использовании индексов физического объема, но при условии перехода к единице учета — месту.

Измерение уровня сезонности с точки зрения конкретного объекта индустрии туризма целесообразно сопоставлять с изменением сезонности за этот же период времени в регионе. При совпадении индексов, можно говорить о общем характере сезонности, присущей региону. При отставании — об неэффективном менеджменте на туристском объекте и необходимости мер нивелирования сложившегося отставания.

Список использованной литературы

1. Агентство по туризму Иркутской области : офиц. сайт. – Иркутск, 2020. – URL: <http://tour.irkobl.ru> (дата обращения: 12.09.2020).
2. Новгородова Т. А. Влияние сезонности на развитие гостиничного бизнеса / Т. А. Новгородова, Л. В. Семенова // Conference Paper. – 2018. – № 9. – С. 56–60.
3. Логвина Е. В. Трансформация направлений развития туризма на Байкале / Е. В. Логвина // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И Вернадского. География. Геология. – 2016. – Т. 2 (68). – № 2. – С. 32–50.
4. Самсоненко Т. А. К вопросу о влиянии факторов сезонности на развитие туристской индустрии / Т. А. Самсоненко, А. Д. Веденецкая // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 3. – С. 58–60.
5. Бунаков О. А. Особенности фактора сезонности в туристской индустрии и рекомендации по его преодолению для устойчивого развития отрасли / О. А. Бунаков, В. Д. Балас // Вестник Национальной академии туризма. – 2017. – № 1. – С. 16–17.
6. Самсоненко Т. А. К вопросу о влиянии факторов сезонности на развитие туристской индустрии / Т. А. Самсоненко, А. Д. Веденецкая // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 3. – С. 58–60.
7. Хетагурова В. Ш. Влияние сезонности на развитие туризма / В. Ш. Хетагурова, Н. Н. Яременко // Достижения вузовской науки. Труды третьей международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 42–47.