

სასტუმრო საწარმოების მუშაობის ეფექტიანობის მაჩვენებლები

გვანცა ბერიძე
სტუ დოქტორანტი
ბესიკ ბარკალაია
სტუ პროფესორი

რეზიუმე

განხილულია სასტუმრო საწარმოების მუშაობის ეფექტიანობის მაჩვენებელთა სისტემა, ფინანსური მდგრადობის კოეფიციენტები და სასტუმროს საქმიანობის ეფექტიანობა, როგორც ასეთი. მსჯელობაა იმის თაობაზე, რომ სასტუმრო საწარმოების ეფექტიანობის ამაღლება პირველ რიგში უკავშირდება ეკონომიკურ ეფექტიანობას და ამდენად ამ უკანასკნელის ზრდა შეიძლება მოხდეს შემოსავლების დანახარჯებთან შედარებით სიჭარბის პირობებში.

სასტუმრო ბიზნესის ერთ-ერთი თავისებურებაა ის, რომ საკმაოდ მაღალი მუდმივი დანახარჯების პირობებში შესაძლებელია ცვლადი დანახარჯების შეკვეცა. აღნიშნულია, რომ მიმზიდველობის მიუხედავად, ამ მეთოდის გამოყენებას განსაზღვრული არეალი გააჩნია, ვინაიდან დანახარჯები არ შეიძლება გახდეს გარკვეულ ზღვარზე დაბალი, რაც სასტუმროს კლასზეა დამოკიდებული.

საკვანძო სიტყვები: ეფექტიანობა, მაჩვენებელთა სისტემა, ფინანსური მდგრადობა, ეკონომიკური მდგრადობა.

ძირითადი ტექსტი

სასტუმრო საწარმოების ეფექტიანობის ამაღლება პირველ რიგში უკავშირდება ეკონომიკურ ეფექტიანობას. ამ უკანასკნელის ზრდა შეიძლება მოხდეს შემოსავლების დანახარჯებთან შედარებით სიჭარბის პირობებში. სასტუმრო ბიზნესის ერთ-ერთი თავისებურებაა ის არის, რომ საკმაოდ მაღალი მუდმივი დანახარჯების პირობებში შესაძლებელია ცვლადი დანახარჯების შეკვეცა. მაგრამ, მიმზიდველობის მიუხედავად, ამ მეთოდის გა-

მოყენებას განსაზღვრული არეალი გააჩნია, ვინაიდან დანახარჯები არ შეიძლება გახდეს გარკვეულ ზღვარზე დაბალი, რაც სასტუმროს კლასზეა დამოკიდებული.

არსებობს საკითხის მეორე მხარეც. სასტუმროს მომგებიანობის საფუძველს საცხოვრებელი მომსახურებების გაყიდვა და ინფრასტრუქტურის, მ.შ. კვების ობიექტების მუშაობიდან შემოსული დამატებითი შემოსავლები წარმოადგენს. ამდენად, ნომრის გაქირავების ფასი მნიშვნელოვანი ფაქტორია, რომელიც გავლენას ახდენს შემოსავალზე და მის კორექტულ განსაზღვრაზე დამოკიდებულია სასტუმრო მომსახურების ეფექტიანობის შემადგენელი სხვა მაჩვენებლები. ერთი მხრივ, განსახლების სწორად განსაზღვრული ფასი აკომპენსირებს სანომრე ფონდის ფუნქციონირებაზე გაწეულ დანახარჯებს, მეორე მხრივ - ახდენს მომხმარებლის მხრიდან მოთხოვნილების გენერირებას.

ფინანსური მდგრადობა - არის ძირითადი ფაქტორი, რომელიც განსაზღვრავს ნებისმიერი მიმართულების ბიზნესის ფუნქციონირების სტაბილურობას. სასტუმრო საწარმო წარმატებულად შეიძლება ჩაითვალოს, თუ იგი ახორციელებს ადეკვატურ ფულად პოლიტიკას, გააჩნია ფინანსური მდგრადობის საკმარისი რაოდენობა, ანუ საკთარი მაღალლიკვიდური აქტივების ღირებულების 50%-ზე მეტი.

მიკრო და მაკროეკონომიკური გარემოს ფაქტორები განსაზღვრავს ეკონომიკურ და ფინანსურ მდგრადობას, მათ სინერგიას, სწორედ ურთიერთდამოკიდებულება და ურთიერთგანმაპირობებლობა წარმოადგენს განვითარების საწინდარს.

სადანახარჯოსთან შედარებით საშემოსავლო ნაწილის ზრდა, იძლევა რესურსებისა და ბიზნეს-პროცესების ეფექტიანი მართვის, ფულადი ნაკადების თავისუფალი მოძრაობის, ეკონომიკური დამოუკიდებლობის შენარჩუნების საშუალებას, რაც ერთობლიობაში წარმოადგენს ბიზნესის ღირებულებისა და მისი წარმატებულობის ზრდის საფუძველს.

იმყოფება რა მუდმივი განვითარების პროცესში ცოცხალი ორგანიზმის მსგავსად, ნებისმიერი ბიზნესი ექვემდებარება ცვლილებებს, ამდენად ეს პროცესი წარმოუდგენელია გრძელ-

ლვადიანი მიზნების დასახვის გარეშე. მათი რეალიზაცა ბევრ ფაქტორზეა დამოკიდებული, რომელთა შორის ერთ-ერთი უმთავრესია ფინანსური რესურსების არსებობა. მათი არარსებობის შემთხვევაში, წარმოიქმნება ნასესხები სახსრების ან ინვესტიციების მოზიდვის მოთხოვნილება, რამაც შეიძლება გამოიწვიოს ვალის დაგროვება და საკრედიტო ტვირთის ზრდა.

ნებისმიერი საწარმოს მდგრადობის შესაფასებლად გამოიყენება მაჩვენებელთა სისტემა, რომელთაგან ნაწილი აბსოლუტურია, ნაწილი - შეფარდებითი. აბსოლუტურ მაჩვენებლებს განეკუთვნება: წმინდა მოგება და აქტივები, საკუთარი კაპიტალი და საბრუნავი საშუალებები; ხოლო შეფარდებით მაჩვენებლებს კი მივაკუთვნებთ:

- რეინვესტირება (რეინვესტირებული მოგების შეფარდება წმინდა მოგებასთან);
- საკუთარი კაპიტალის ზრდა (საანგარიშო პერიოდის დასაწყისისთვის საკუთარი კაპიტალის შეფარდება საკუთარ კაპიტალთან წლის დასასრულისთვის);
- საკუთარი კაპიტალის რენტაბელობა (წმინდა მოგების შეფარდება საკუთარ კაპიტალთან);
- კომპანიის ეკონომიკური ზრდა (რეინვესტირების კოეფიციენტის ნამრავლი საკუთარი კაპიტალის რენტაბელობისა და ზრდის კოეფიციენტების ნამრავლზე);
- წმინდა აქტივების რენტაბელობა (რეალიზაციის რენტაბელობის კოეფიციენტის ნამრავლი წმინდა აქტივების ბრუნვაზე);
- გაყიდვების რენტაბელობა (მოგების შეფარდება რეალიზაციიდან ამონაგებ თანხასთან).

უნდა აღინიშნოს, რომ მაჩვენებელთა ანალიზი გვაძლევს საშუალებას, გავაკეთოთ დასკვნები სასტუმრო საწარმოს საქმიანობის სუსტ და ძლიერ მხარეებზე.

ეკონომიკური ზრდის კოეფიციენტი შედგება სამი ფაქტორისაგან: რენტაბელობა, საკუთარი კაპიტალის ზრდა საანგარიშო პერიოდის დასასრულისთვის, რეინვესტირების კოეფიციენტი. როგორც წესი, სასტუმროთა ფუნქციონირების კომპარატიული ანალიზი შემდეგი მიმართულებით ტარდება:

- ანალიტიკური ინფორმაციის მიღება სხვადასხვა სასტუმროს მუშაობის, გეოგრაფიული განლაგების, ტიპისა და კატეგორიის შესახებ;

- სასტუმროს ფაქტიური საქმიანობის შედეგების შეფარდება გეგმიურ მნიშვნელობებთან, რაც იძლევა საბიუჯეტო ამოცანების შესრულებისთვის თვალყურის მიდევნების საშუალებას;

- ეფექტიანობის მჩვენებლების დინამიურობის მახასიათებლების შედარებითი ანალიზი.

ნებისმიერი კომერციული საწარმოს რენტაბელობა ხასიათდება მაჩვენებელთა სისტემით - გაყიდვების, კაპიტალის, საკუთარი კაპიტალისა და ძირითადი საქმიანობიდან მიღებული კაპიტალის რენტაბელობით. ყველა ამ მაჩვენებლის კვინტესენციას კი ინვესტიციების ერთ დახარჯულ ფულად ერთეულზე მიღებული შემოსავალი წარმოადგენს.

ჯამური აქტივების მომგებიანობა პირდაპირ არის დაკავშირებული კომპანიაში საკუთარი კაპიტალის მაღალი შემოსავლიანობის უზრუნველყოფი ბაზის არსებობასთან. ეს მაჩვენებელი განისაზღვრება, როგორც საწარმოს ქონების გამოყენების ეფექტიანობა და მისი კლება მოწმობს საწარმოს მომსახურებაზე (საქონელზე) მოთხოვნილების შემცირებას:

$$K_{\text{საკუთ.}} - Pr_{\text{net}}, \text{ როცა } K_{\text{საკუთ.}} = (ბგ_1 - ბგ_2), \text{ სადაც}$$

$K_{\text{საკუთ.}}$ - საკუთარი კაპიტალია,

Pr_{net} - წმინდა მოგება,

$ბგ_1$ - ბალანსის ვალუტა წლის დასაწყისისათვის,

$ბგ_2$ - ბალანსის ვალუტა წლის ბოლოსათვის.

კოეფიციენტი ახასიათებს აქტივების მომგებიანობას და ასახავს ფასწარმოქმნის პოლიტიკას, გარდა ამისა, დანახარჯების დონეს რეალიზებული მომსახურების (საქონელის) წარმოებაზე.

არსებობს მაჩვენებლის გაზრდის ორი ძირითადი საშუალება: 1) აქტივების ბრუნვის დაჩქარება; 2) წარმოების დანახარჯე-

ბის შემცირება, ანდა ფასების გაზრდა.

კიდევ ერთი უმნიშვნელოვანესი მაჩვენებელია საკუთარი კაპიტალის რენტაბელობა, რომელიც ზომავს აქციონერების შემოსავლების საერთო მოცულობას და განსაზღვრავს, რა მოცულობის წმინდა მოგებას მიიღებს კომპანია საკუთარი სახსრების ყოველ ერთ ფულად ერთეულზე (დოლარზე, ლარზე, სხვა):

$$r_{\text{საკუთ.კაპიტალ.}} = \frac{Pr_{\text{net}}}{\text{---}}$$

$$r_{\text{საკუთ.კაპიტალ.}} = (s_{k1} - s_{k2}), \text{ სადაც}$$

s_{k1} - საკუთარი კაპიტალის მოცულობაა წლის დასაწყისისათვის,

s_{k2} - საკუთარი კაპიტალის მოცულობა წლის ბოლოსათვის.

მოცემული კოეფიციენტის მაღალი მნიშვნელობა აჩვენებს ბიზნესის წარმატებულობას და შეუძლია განაპირობოს მისი აქციების საბაზრო კურსის ზრდა, იაფი ფინანსური რესურსების მოზიდვა განვითარებისათვის და ა.შ. მაგრამ მხედველობაში უნდა ვიქონიოთ, რომ კარგი მაჩვენებლები ასევე შეიძლება იყოს დაკავშირებული მაღალ ინფლაციასთან ანდა კომპანიისათვის სხვა რისკებთან.

ძირითადი საქმიანობის რენტაბელობა გამოითვლება, როგორც გაყიდვებიდან მიღებული მოგების შეფარდება პროდუქციის წარმოებასა და რეალიზაციაზე გაწეულ დანახარჯებთან:

$$Pr_{\text{რეალ.}} / TC, \text{ სადაც}$$

$Pr_{\text{რეალ.}}$ - რეალიზაციიდან მიღებული მოგებაა,

TC - გაყიდვული პროდუქციის თვითღირებულება.

ეს მაჩვენებელი განსაზღვრავს მოგების რაოდენობას, რომელიც მიღებულია მომსახურების (საქონლის) წარმოებასა და რეალიზაციაზე გაწეული დანახარჯების ყოველი ერთი ფულადი ერთეულისათვის (დოლარი, ლარი, სხვა) და გამოითვლება როგორც მთელი ბიზნესისთვის, ასევე მისი ცალკეული დანაყოფისთვის.

პროდუქციის რენტაბელობის ზრდა შესაძლებელია თვით-
ღირებულების შემცირებისა და სანარმოო ფონდების გამოყე-
ნების ეფექტიანობის ზრდის ხარჯზე.

გარდა ამისა, კვალიფიციური მართვა ამცირებს მატერია-
ლურ საბრუნავ ხარჯებს რეალიზებული მომსახურების (საქონ-
ლის) ყოველ ერთ ფულად ერთეულზე (დოლარი, ლარი, სხვა).

გაყიდვების რენტაბელობა გაანგარიშდება, როგორც წმინდა
მოგების შეფარდება საერთო (სარეალიზაციო და არასარეალი-
ზაციო) მოგების ჯამთან:

$$r_{\text{გაყიდვ.}} = \frac{Pr_{\text{რეალიზ.}}}{(Pr_{\text{რეალიზ.}} + Pr_{\text{არასარეალიზ.}})}$$

ეს ინდიკატორი პირდაპირ არის დაკავშირებული სამენა-
რმო საქმიანობის ეფექტიანობასთან. თუ გაყიდვების რენტა-
ბელობა ნელ-ნელა იკლებს, ამის მიზეზი შეიძლება იყოს ან გაზ-
რდილი დანახარჯები, ანდა საგადასახადო განაკვეთის მატება.
გაყიდვების მოცულობის კლება შეიძლება იყოს დაკავშირებუ-
ლი მომსახურების ხარისხის ანდა მათზე მოთხოვნილების შე-
მცირებასთან.

სასტუმრო ბიზნესის ინდუსტრია გვიჩვენებს, რომ მოთხო-
ვნის კლების პირობებში ფასი ხდება ძირითადი ფაქტორი, რო-
მელიც განსაზღვრავს სასტუმროს კონკურენტუნარიანობას.
ამასთან ერთად, სასტუმრო ბიზნესის სპეციფიკურობიდან და
საექსპლუატაციო დანახარჯებში მუდმივი ხარჯების მოცულო-
ბის დიდი წილიდან გამომდინარე, ფინანსური ეფექტიანობის
საკითხები დიდ მნიშვნელობას იძენს, ავინროვებს რა შესაძლო
ფასისმიერი მანევრის არეალს. ვთვლით, რომ ამასთან დაკავში-
რებით აუცილებელია შესაბამისი ინსტრუმენტების ნაკრების
ფლობა, რომელიც იძლევა სხვადასხვა სასტუმრო სანარმოს
ეკონომიკური საქმიანობის შედეგების ოპერატიული და ზუსტი
ანალიზის საშუალებას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Ferguson, T. S. A Bayesian analysis of some nonparametric
problems // Ann. Statist. 1973. Volume 1. -P. 209-230.

2. Gronroos, C., Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach, 2-nd Edition. John Wiley & Sons, 2000.

3. Juran, J. Managerial Breakthrough. New York- Mc Graw-Hill, 1964.

4. Kruskal, I. B. Multidimensional Scaling by Optimizing Goodness of-fit to-a Nonmetric Hypothesis // Psychometrika. - 1964. - v. 29. - N 1.

5. Parasuraman, A., Berry L., Zeithaml V. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality // Journal of Retailing. 1988. - Vol. 64 (Spring). - P. 12 - 40.

6. Parasuraman, A., Zeithaml V., Berry L. A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research // Journal of Marketing. -1985.-Vol. 49 (Fall).

PERFORMANCE INDICATORS OF THE HOTEL ENTERPRISES

Gvantsa Beridze

The Doctoral Student of Georgian Technical University

Besik Barkalaia

Doctor of Economics, Professor of Georgian Technical University

RESUME

The article reviews the efficiency performance of hotel enterprises, financial sustainability coefficients and efficiency of hotel activities. The authors are discussing that the efficiency of hotel enterprises is first of all linked to economic efficiency, so it is believed that the latter can be increased in terms of excessive revenue.

According to authors, one of the features of the hotel business is that it is possible to cut variable costs in conditions of high constant costs. At the same time, they note that despite the attractiveness, the use of this method has a definite area, as the costs can not be reduced to a certain level, depending on the hotel class.

Key words: efficiency, indicator system, financial sustainability, economic sustainability.