

Аналитични възможности на основните показатели в хотелиерската индустрия

Иванка Николова*

Резюме: Настоящата статия се състои от две части. Първата е теоретична и в нея се разглеждат познавателната същност, предимствата и недостатъците, начините на измерване и аналитичните възможности на основните показатели в хотелиерската индустрия – „приходи от налична стая” – revenue per available room (RevPAR), „нетни приходи от налична стая” – net revenue per available room (NRevPAR), „коригиран приход от налична стая” – adjusted revenue per available room (ARPAR), „брутна оперативна печалба от налична стая” – gross operating profit per available room (GOPPAR). Акцентът е поставен върху измерителя „приходи от налична стая” (RevPAR), придобил устойчивост и признание като оптималния инструмент за целите на сравнението в хотелиерската индустрия. Втората част е практико-приложна. Въз основа на данни за периода 2008-2014 г. и прогнози за 2015 и 2016 г. са изследвани измененията в показателя „приходи от налична стая” (RevPar) за високотемпорални бизнес хотели в десет водещи туристически града в Европа. Сравнителният анализ установи изменения в лидерската позиция на бизнес хотелите по приходи от налична стая в европейските градове. Анализирани са начинът, по който са се осъществя-

вали промените в равнището на приходите от налична стая, като са използвани два вида темпове на растеж – при верижна и постоянна основа. С помощта на принципа на научната абстракция, който е реализиран чрез метода на верижното заместване, е установен приносът на факторите „среднодневна цена“ и „заетост“ за положителния растеж на приходите от налични стаи през изследвания период. Потвърждава се необходимостта от внимателно управление на съотношението между „среднодневна цена“ и „заетост“, което се явява от фундаментално значение за успеха на всеки хотел.

Ключови думи: хотелиерство, показатели, приходи от налична стая, цена, заетост.

JEL: D24, L11, Z31.

Въведение

В съвременната хотелиерска индустрия съществуват дискусии относно конструирането и използването на достъпен и сравнително точен измерител на ефективността от дейността. Като традиционни характеристики, утвърдени през десетилетията, се използват „заетостта“ и „среднодневната цена за наета стая“. Динамичността на бизнес средата и нарастващата интензивност на конкуренцията наложиха потребността да се наблюдават едновременно и двете величини, което породило появата на показателя „приходи от налична стая” (RevPar – revenue per available room). С развитието на

* Иванка Николова е доктор, доцент в катедра „Икономика на търговията“ на УНСС, e-mail: ivnik@abv.bg

теорията и практиката в областта на управление на приходите възниква и въпросът за алтернативни и по-точни измерители на хотелиерската дейност. През последните години добиха признание и други показатели, които се опитват да се конкурират с приходите от налична стая. Такива измерители са „нетни приходи от налична стая“ – net revenue per available room (NRevPAR), „коригиран приход от налична стая“ – adjusted revenue per available room (ARPAR), „брутна оперативна печалба от налична стая“ – gross operating profit per available room (GOPPAR). Всички те имат своето място при вземане на различни управленски решения.

Целта на настоящата статия е въз основа на сравнителна характеристика на познавателните възможности на основните показатели в хотелиерската индустрия да се обосновават предимствата на измерителя „приходи от налична стая“ (RevPAR) като най-достъпен и устойчив инструмент за целите на сравнението. В емпиричен план се илюстрира приложението на показателя „приходи от налична стая“ (RevPar) с анализ на измененията му при висококатегорийни бизнес хотели в десет водещи туристически града в Европа. Предмет на изследване е и въздействието на двата съставни елемента на показателя – „среднодневна цена“ и „заемост“, за положителния растеж на приходите от налична стая през изследвания период.

1. Характеристика на основните показатели в хотелиерската индустрия

В условията на конкуренция оценката на ефективността от дейността на отделния хотел и на хотелиерската индустрия като цяло е от изключителна важност. В теоретичен и практически план се търси възможност за синтетичен и достатъчно представителен измерител. До този момент, като най-често използван показател в хотелиерството са се утвърдили приходите от налична стая (RevPar – revenue per available room).

По своето естество показателят „приходи от налична стая“ (RevPAR) представлява частно на приходите от наем на стаи и броя на стаите на разположение за отдаване пог наем в хотела през определен период от време.

Приходи от налична стая = Приходи от стаи / (Брой стаи x Брой дни през периода)
 $RevPAR = Rooms Revenue / Rooms Available$ (1)

Приходите от наети стаи, от своя страна, се формират като произведение на средната цена за наета стая през избрания период на ден и броя на реално отдадените пог наем стаи в хотела. В знаменателя са отразени всички възможни за отдаване пог наем стаи в хотела през даден период, а не само броят на реално отдадените. Горезиложено то може да се илюстрира по следния начин:

Брой стаи в хотел „А“: 100 стаи
Период: Месец януари 2016 г. – 31 дни
Стаи на разположение за месеца: 3100 (31 дни x 100 стаи)
Средна цена за стая през месец януари: 90 евро
Заемост през януари: 40%
Реално наети стаи през януари: 1240 стаи (3100 x 0.4)
Приходи от наем на стаи през януари: 111 600 евро (1240 x 90 евро)
Приходи от налична стая (RevPAR) през януари: 36 евро (111 600 делено на 3100).

Очевидно е, че приходите от налична стая не са средна аритметична величина и не отразяват средния приход от наета стая. Този показател дава възможност да се сравнят потенциалните приходи на хотела през даден период с реално постигнатите. Той е мярка за това доколко добре хотелът е бил в състояние да запълни стаите при слабо търсене и същевременно доколко са постигнати максимална заемост, цена и приходи в условията на пиково търсене.

Показателят „приходи от налична стая“ (RevPAR) отчита едновременно и заетостта (Осс – оссирансу), и средната дневна цена за наета стая (ADR – average daily rate) през определен период от време (Mauri, 2012, с. 27-38):

$$\begin{aligned} \text{Приходи от налична стая} &= \text{Заетост} \times \\ \text{Среднодневна цена на стая} & \quad (2) \\ \text{RevPAR} &= \text{Оссирансу} \times \text{Average Daily Rate} \end{aligned}$$

Постигането на висока средна дневна цена може да компенсира в конкретен момент ниска заетост, а високата заетост може да е резултат от изкуствено занижени цени. По своята същност приходите от налична стая са синтетичен показател, тъй като са функция от два други измерителя и позволяват да се оцени доколко се постига оптимално съотношение между тях. Ако не се отчете високото търсене и не се повишат цената и заетостта, то се реализират пропуснати ползи. В период на ниско търсене запазването на висока цена се приема за липса на реакция и също води до загуби. Показателят „приходи от налична стая“ неслучайно се разглежда като система от два взаимосвързани лоста, с чиято помощ може да се реагира на сигналите, които подава пазарната среда. Съвременната практика установява, че той постига най-високи стойности при балансирано съотношение между двата фактора – „заетост“ и „среднодневна цена“.

За разлика от други икономически показатели, измерителят „приходи от налична стая“ притежава една особеност – пряко зависи от среднодневната цена. Показва доколко добре се справя мениджмънтът на хотела при използване на такъв съществен лост като цената, доколко е гъвкав и информиран за поведението на конкурентите и доколко успява да се съобрази и да въздейства върху пазарната среда, в която функционира хотелът. Изключително важно е, че този показател позволява да се

осъществи влияние върху поведението на потребителите чрез промяна на цените в реално време. Управляващите максимално могат да се възползват от възможностите, които предлага динамичната среда за повишаване на приходите в хотелиерството – да се отгадат пог наем необходимият брой стаи, по необходимата цена, за да се осигури максимална печалба.

Като основни недостатъци на показателя „приходи от налична стая“ специалистите в областта на хотелиерството посочват, че той взема под внимание (Freed, 2012):

- само приходите от стаи, без тези, реализирани от допълнителни услуги (храни и напитки, конференции, паркинги, казина, голф, СПА център и др.), които също допринасят за увеличаване на печалбата в хотела;
- нарастването на заетостта, без да отчита, че тя е свързана и с нарастване на променливите разходи или не отчита разходите за заета стая (cost per occupied room). Поради тази причина може да бъде и подвеждащ показател.

Това поражда потребността от въвеждане на допълнителни измерители като „нетни приходи от налична стая“ – net revenue per available room (NRevPAR), „коригиран приход от налична стая“ – adjusted revenue per available room (ARPAR), „брутна оперативна печалба от налична стая“ – gross operating profit per available room (GOPPAR).

Показателят „нетни приходи от налична стая“ – net revenue per available room (NRevPAR), представлява частно от нетните приходи от стаи и броя на стаите на разположение за отдаване пог наем в хотела през определен период от време (Votepan, 2012). Тук различното от показателя „приходи от налична стая“ (RevPAR) е числителят, в който се използват нетните приходи от стаи – net room revenue (NREV), получени като се приспадат разходите за дистрибуция, продажба, комисионни за туристически агенции, отстъпки и др.

Нетни приходи = Приходи от стаи – (дистрибуционни разходи + транзакционни такси + комисионни на туристически агенции)
NREV = Rooms Revenue – (Distribution Costs + Transaction Fee + Travel Agency Commission)
 (3)

Нетните приходи от налична стая също са важна част от управлението на приходите в хотелиерската индустрия. Този показател позволява да се прецени кой канал на дистрибуция е по-изгоден. С увеличаване на каналите на дистрибуция нарастват и съответните такси и разходи. Нетните приходи е добре да се управляват не само общо, но и конкретно: по пазарни сегменти, по отделните канали на дистрибуция, online туристически агенти, туроператори или търговци на едро. Крайната цел е да се намалят разходите на налична стая и това да се отрази положително върху нетната печалба.

Показателят „коригиран приход от налична стая“ – *adjusted revenue per available room (ARPAR)*, не само отразява приходите от допълнителни услуги в хотела, но отчита и променливите разходи за наета стая (Вж. формула 4). Това го превръща в ценен инструмент, чрез който се въздейства както върху общите приходи на хотела, така и върху нетната печалба.

Коригиран приход от налична стая = (Среднодневна цена на стая – Променливи р-ди на заета стая + Приходи от допълнителни услуги на заета стая) x Заетост
ARPAR = (ADR – Var Costs per Occ Room + Add. Rev per Occ Room) x Occupancy
 (4)

Коригираният приход от налична стая може да се изчисли по различни начини. Тук се използва най-опростеният от тях, който позволява и пряка сравнимост с приходите от налична стая (*RevPAR*) (Вж. формула 2). Съпоставяйки формула (2) с формула (4), може да се твърди, че коригираният приход

от налична стая (*ARPAR*) явно компенсира в голяма степен посочените слабости на показателя „приходи от налична стая“ (*RevPAR*). За разлика от коригирания приход от налична стая (*ARPAR*), показателят „приходи от налична стая“ (*RevPAR*) не дава информация за реалната доходност от дейността на хотела. Концентрацията върху увеличаване само на приходите от налична стая (*RevPAR*) води до загуба, ако те са постигнати предимно за сметка на висока заетост. Растежът на приходите от налична стая невинаги е свързан с ръст на печалбата, но в същото време растежът на коригираните приходи от налична стая винаги включват и растеж на приходите от налична стая.

Трудностите, които се срещат при изчисляване на коригирания приход от налична стая (*ARPAR*), се свеждат до разграничаване на разходите като постоянни и променливи, което е предизвикателство в икономическата практика. Дори отделянето на променливите разходи от постоянните да е приблизително, то се оказва достатъчно добро и изчислено веднъж за конкретен хотел, може да се използва и за бъдещи цели, ако не са извършени някакви драстични промени в хотела. Най-често и най-значимо е приложението на коригирания приход от налична стая за максимизиране на печалбата, тъй като той отразява само променливите разходи. Както е известно, променливите разходи са тези, които се изменят с промяна в обема на дейността, докато постоянните остават неизменни при определен обхват на дейността за конкретен период от време. Размерът на променливите разходи е важен критерий при вземане на решение дали да се резервира дадена стая при определена цена, или не. Не бива да се забравя, че дори и стаята да остане свободна – за нея се покриват постоянни разходи. Единствените допълнителни разходи, които са пряко свързани със заетата стая, са променливите, така че всички приходи,

Управление на ресурси и разходи

генерирани от заета стая, които надхвърлят променливите разходи, допринасят в краткосрочен план за по-малко загуби.

Приложението на показателя „коригиран приход от налична стая“ за вземане на управленски решения е подходящ в краткосрочен план – приемането на всяка резервация над променливите разходи се оказва разумна, тъй като осигурява някакъв приход, който минимизира загубата на хотела.

В дългосрочен план е задължително покриване на постоянните разходи. С помощта на анализа на критичната точка на продажбите (Break-Even-Analysis) може да се определи необходимият минимален брой стаи, които трябва да се отдадат по наем при слабо търсене по ниски цени, за да се покрият постоянните разходи на хотела (Николова, 2010, с. 125-148). След достигане на критичната точка на продажбите, останалите стаи в хотела се продават по висока цена, с цел да се максимизират приходите и печалбата. Стремешт е да се осъществи въздействие върху поведението на потребителя чрез промяна на цената в реално време, като се отчете интензивността на търсенето.

За разлика от коригирания приход от налична стая (ARPAR), икономическият индикатор „брутна оперативна печалба от налична стая“ – gross operating profit per available room (GOPPAR), отразява и размера на постоянните разходи (Parker, 2012). За да се формира брутна оперативна печалба, също е необходимо разходите по дейността да се разграничат като променливи – variable costs (VC), и постоянни – fixed costs (FC).

Брутна оперативна печалба = Σ (Приходи от дейността – Променливи разходи за дейността) – Σ Постоянни разходи за дейността (5)

$GOP = \Sigma (REVn - VCn) - \Sigma FCm$ (6)

Където:

GOP – брутна оперативна печалба,

VC – променливи разходи,

FC – постоянни разходи,

REV – приходи,

n – източници на приходи,

m – видове постоянни разходи;

Отново различието с показателя „приходи от налична стая“ (RevPAR) се свежда само до числителя, където при показателя „брутна оперативна печалба от налична стая“ (GOPPAR) е отразена брутна оперативна печалба – gross operating profit (GOP) (вж. формули 5 и 6).

Показателят „брутна оперативна печалба от налична стая“ (GOPPAR) често се разглежда като произведен от показателя „приходи от налична стая“ (RevPAR), тъй като компенсират неговите недостатъци и представя с по-голяма точност и дълбочина резултатите от хотелиерската дейност (Younes, E. and R. Kett, 2003).

Ако се наблюдава хотел „Б“, предоставящ множество допълнителни услуги, то приходите само от стаи представляват около 50-65% от общия размер на приходите. При изчисляване на показателя „приходи от налична стая“ (RevPAR) участват само приходите от стаи и всички други източници на приходи се пренебрегват. Така хотел „Б“, при равни други условия, би постигнал нисък приход от налична стая (RevPAR) и висока брутна оперативна печалба от налична стая (GOPPAR) или ще се окаже, че реализира висока печалба при нисък рейтинг на показателя „приходи от налична стая“.

Нека се сравняват два хотела, при които са заети по 50 стаи, но са с различен капацитет – хотел „В“ разполага с 200 стаи, а хотел „Г“ със 100 стаи. Процентът на заетост при хотел „В“ възлиза на 25%, а при хотел „Г“ на 50%. Използвайки формула (2), се оказва, че по-големият хотел има по-ниска заетост, а следователно при равни други условия – и по-нисък приход от налична стая (RevPAR), което предполага и по-нисък финансов резултат.

Разгледаните примери илюстрират потребността на анализаторите при сравняване на резултатите от хотелиерската дейност да не се доверяват само на единствен показател като „приходи от налична стая“ (RevPAR), а при възможност да продължат анализа и да го допълнят, използвайки и индикатора „брутна оперативна печалба от налична стая“ (GOPPAR).

Връзката между показателите „приходи от налична стая“ (RevPAR) и „брутна оперативна печалба от налична стая“ (GOPPAR) се оказва много тясна. Тя отразява зависимостта между приходите от отдаване по наем на стаи и брутната оперативна печалба на хотела. Трябва да се отбележи, че брутната оперативна печалба от налична стая (GOPPAR) е силно чувствителна към всяко колебание в приходите от налична стая (RevPAR). Това се дължи на факта, че приходите от стаи заемат по принцип най-голям относителен дял от всички приходи от дейността на хотела и са с решаващ принос при формиране на неговата печалба. Поради тази причина дори леки колебания в приходите от налична стая могат да доведат до значителни изменения в размера на брутната оперативна печалба от налична стая.

Изчисляването на показателя „брутна оперативна печалба от налична стая“ (GOPPAR) е по-сложно, свързано е с наличието на данни, които хотелиерите невинаги са съгласни да оповестят. Той зависи от много променливи и осъществяването на сравнения с негова помощ е по-трудно. По-скоро показателят „брутна оперативна печалба от налична стая“ (GOPPAR) е полезен за вътрешни анализи, отколкото за сравнения на резултатите от дейността между хотелите.

Показателят „приходи от налична стая“ (RevPAR) е широко разпространен измерител, въведен преди повече от 25 г., придобил устойчивост и признание. Той се наблюдава непрекъснато и повечето хотели-

ери са готови да го споделят. Независимо че съществуват алтернативни и по-добри начини за измерване на ефективността на хотелиерската дейност, приемането на „приходи от налична стая“ (RevPAR) като измерител на цялата индустрия го е превърнало в оптималния инструмент за целите на сравнението.

2. Анализ на измененията при приходите от налична стая, заетостта и среднодневната цена в хотели на десет водещи туристически града в Европа

Необходимо е да се отбележи, че показателят „приходи от налична стая“ е моментна величина, т.е. отразява ефективността на хотелиерската дейност в определен момент като например конкретна дата, месец или година. Поради тази причина той се изчислява и използва за сравнения в рамките на предварително конкретизиран времеви период. Също така се прилага за сравнения с конкуренти в рамките на потребителски дефиниран пазар или между предварително избран и фиксиран кръг от конкурентни хотели, които да осигури необходимата съпоставимост във времето и пространството (таблица 1).

В настоящата статия, въз основа на данни от прогнозния доклад на PricewaterhouseCoopers за 2015 и 2016 година се осъществява анализ на състоянието и динамиката на приходите от налична стая във високотехнологични бизнес хотели на десет водещи туристически града в Европа. Тези десет града са избрани от общо 20, след низходящо подреждане по показателя приходи от налична стая.

Според размера на приходите от налична стая, хотелите в наблюдаваните десет европейски града могат да бъдат обособени в няколко групи. В началото на периода, т.е. 2008 г., шест от градовете обособяват относително компактна група, за която Единбург е с най-ниска стойност на при-

Управление на ресурси и разходи

ходите от налична стая – 84 евро, а Париж – с най-висока стойност от 106 евро. От останалите четири групи, които включват хотели само от по един град – Франкфурт е с най-ниска абсолютна стойност от всички наблюдавани хотели в десетте града – 67 евро (таблица 1). На другия полюс, с максимална стойност от 220 евро са приходите

от налична стая на хотелите в Женева. Между тези две екстремни стойности се намират съответно градовете Лондон с 133 евро и Цюрих с 182 евро.

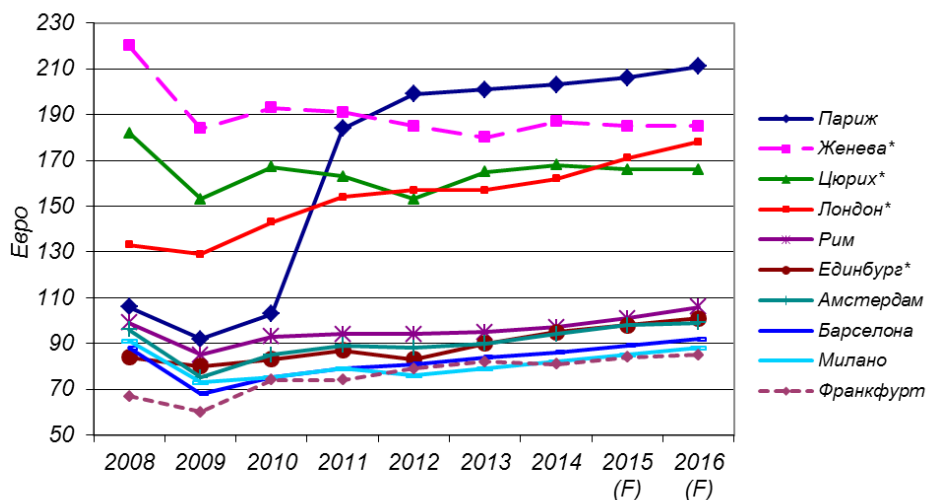
В края на изследвания (по фактически данни) период 2014 г. се установяват някои изменения, най-важните от които са представени на фигура 1.

Таблица 1. Приходи от налична стая през периода 2008-2016 г. във висококатегорийни бизнес хотели на десет водещи туристически града в Европа (Евро)

Градове	Година									
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015(F)	2016(F)	
Париж	106	92	103	184	199	201	203	206	211	
Женева*	220	184	193	191	185	180	187	185	185	
Цюрих*	182	153	167	163	153	165	168	166	166	
Лондон*	133	129	143	154	157	157	162	171	178	
Рим	99	85	93	94	94	95	97	101	106	
Единбург*	84	80	83	87	83	90	95	98	101	
Амстердам	96	75	85	89	88	90	94	98	99	
Барселона	88	68	75	79	81	84	86	89	92	
Милано	91	73	75	79	76	79	82	85	88	
Франкфурт	67	60	74	74	79	82	81	84	85	

Символът F означава, че данните са прогнозни.

*Спрямо курс 19.06.2015 г.



Фигура 1. Приходи от налична стая през периода 2008-2016 г. във висококатегорийни бизнес хотели на десет водещи туристически града в Европа

Вследствие на твърде съществени промени през шестгодишния период Париж се отличава с най-високи приходи от налична стая през 2014 г. – 203 евро, докато в началото на периода тази позиция се заема от Женева с 220 евро.

Втората особеност е, че хотелите в Женева са с по-ниска стойност в размера на приходите от налична стая в сравнение с началото на периода. Същата констатация важи и за хотелите в Цюрих. За Лондон крайният резултат е повишение с 32 евро – от 130 до 162 евро.

За целия изследван период може да се обобщава, че според размера на приходите от налична стая ясно се открояват с най-високи стойности хотелите в четири европейски града, които в началото на периода се подкрепят в следната последователност: Женева, Цюрих, Лондон и Париж (фигура 1). Интересен е фактът, че за шест години те разменят своите лидерски позиции. В края на периода ранжирането на хотелите е в поредността Париж, Женева, Лондон и Цюрих, като в два от градовете – Париж и Лондон, се наблюдава положителна тенденция на растеж, а в Женева и Цюрих – тенденция на спад на приходите от налична стая.

Интерес представлява и начинът, по който са се осъществили промените в равнището на приходите от налична стая в рамките на изследвания период. За анализа са използвани два вида темпове на растеж – при верижна и постоянна основа (таблица 2 и фигура 2). Стойностите на първите са представени в таблица 2 и въз основа на тях могат да се направят няколко извода:

Първият се отнася до отрицателния темп на растеж при верижна база на приходите от налична стая за хотелите във всички десет европейски града през 2009 г. Най-вероятната причина за този факт е започналата икономическа криза. Барселона се отличава с най-голям отрицателен темп на растеж – 77,3%, който отразява спад в парично изражение от 20 евро (от 88 на 68

евро). Най-малък е относителният размер на изменението на приходите от налична стая за Лондон – едва 3% (темп на растеж 97%), а в абсолютно изражение е реализирано намаление от 4 евро – от 133 на 129 евро.

Вторият извод е свързан с промените в равнището на приходите от налична стая за хотелите в Париж. През 2011 г. темпът на растеж достига 178.6% – стойност, която не е достигана от никой град преди и след тази година. Този факт дава основание да се потърси причината за реализирането на такъв максимум. Още повече, че след него започва забавяне и почти задържане на приходите от налична стая на едно и също равнище – приблизително около 200 евро.

Следващият извод е свързан с втория по размер положителен темп на растеж, отнасящ се за Франкфурт и постигнат през 2010 година, който възлиза на 123.3 %. В стойностно изражение абсолютният прираст е 14 евро (от 60 на 74 евро).

Като цяло след 2009 г. се установяват положителни темпове на растеж, в т.ч. и за 2015 и 2016 г., за които са представени прогнозни стойности. Тези темпове на растеж варират за различните градове и години от 100 до 108.4 %. За няколко града – Женева, Цюрих, Амстердам и Милано, през част от годините се наблюдава отрицателен темп на растеж.

Основният извод, който се налага, е, че през изследвания период 2008-2016 г. за пет от градовете през 2014 г. приходите от налична стая са по-ниски от постигнатите през 2008 г. Това са Женева, Цюрих, Барселона, Милано и Амстердам. В останалите пет града хотелите реализират ръст в размера на приходите от налична стая.

Според прогнозните данни за 2016 г. само три града – Женева, Цюрих и Милано, се очаква да бъдат с размер на приходите, по-малък от този през 2008 г. Но тук отново е добре да се напомни, че през 2009 г. приходите от налична стая в хотелите за всички градове са се понижали и са поставили нова база за сравнение, от която е започнало постепенно увеличение.

Управление на ресурси и разходи

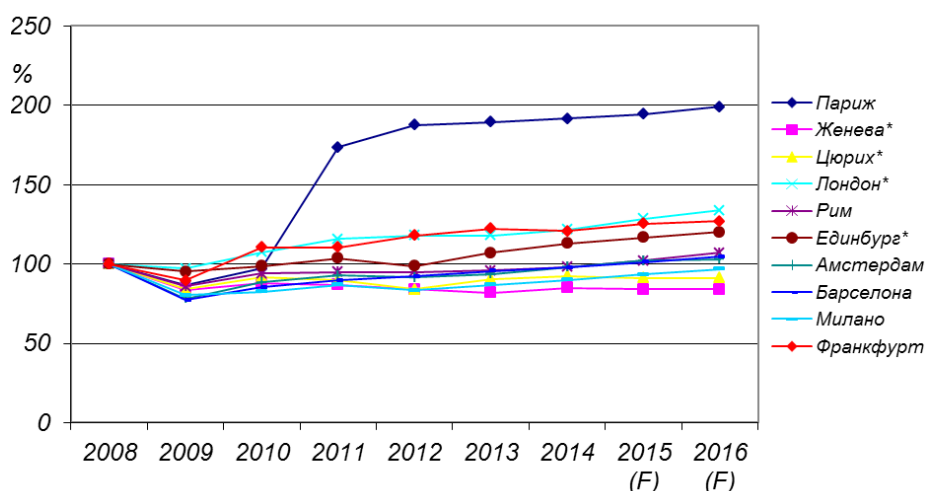
Таблица 2. Темп на растеж при верижна база на приходите от налична стая във водещи туристически градове в Европа през периода 2008-2016 г.

(%)

Градове	Години								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 (F)	2016 (F)
Париж	86,8	112,0	178,6	108,2	101,0	101,0	101,5	102,4	86,8
Женева*	83,6	104,9	99,0	96,9	97,3	103,9	98,9	100,0	83,6
Цюрих*	84,1	109,2	97,6	93,9	107,8	101,8	98,8	100,0	84,1
Лондон*	97,0	110,9	107,7	101,9	100,0	103,2	105,6	104,1	97,0
Рим	85,9	109,4	101,1	100,0	101,1	102,1	104,1	105,0	85,9
Единбург*	95,2	103,8	104,8	95,4	108,4	105,6	103,2	103,1	95,2
Амстердам	78,1	113,3	104,7	98,9	102,3	104,4	104,3	101,0	78,1
Барселона	77,3	110,3	105,3	102,5	103,7	102,4	103,5	103,4	77,3
Милано	80,2	102,7	105,3	96,2	103,9	103,8	103,7	103,5	80,2
Франкфурт	89,6	123,3	100,0	106,8	103,8	98,8	103,7	101,2	89,6

Символът F означава, че данните са прогнозни.

*Спрямо курс 19.06.2015 г.



Фигура 2. Темп на растеж на приходи от налична стая при постоянна база 2008 г. в хотели на десет водещи туристически града в Европа

Моментната снимка на приходите от налична стая през 2014 година показва, че с най-високи и силно отличаващи се стойности са хотелите в четири европейски града: Париж – 203 евро, Женева – 187 евро, Цюрих – 168 евро и Лондон – 162 евро. Стойностите на същия показател за останалите

шест града се вместили в интервала от 81 до 97 евро. В същото време, при анализ на темповете на растеж на приходите от налична стая при постоянна база 2008 г. се установява, че само четири са градовете, които имат положителен темп на растеж (фигура 2). Тези градове са Париж, съот-

ветно със 191.5%, Лондон – 121.8%, Франкфурт – 120.9% и Единбург – 113.1%. Женева и Цюрих отсъстват от тази група, защото за тях са характерни отрицателни темпове на растеж на приходите от налична стая за 2014 г. спрямо 2008 г.

Цел на настоящия анализ също е да се установи приносът на факторите „заетост“ и „среднодневна“ цена за положителен растеж на приходите от налична стая. Поради тази причина фокусът ще бъде насочен към оценка на тези приноси само за хотелите с положителен темп на растеж – в Париж, Лондон, Франкфурт и Единбург. Анализът се осъществява с помощта на принципа на научната абстракция, който в конкретния случай се реализира чрез метода на верижното заместване. Елиминира се влиянието на първия фактор (например среднодневната цена) и се оценява ефектът от промяната в стойностите на втория. На следващата стъпка се постъпва по аналогичен начин – елиминира се въздействието на втория фактор (заетостта) и се измерва ефектът от измененията във фактора среднодневна цена. Оценката се отнася за измененията в стойностите на двата фактора през периода 2008-2014 г. При изчисляване на приходите от налична стая се използва формула (2) както следва:

Приходи от налична стая = Заетост x Среднодневна цена на стая

RevPAR = Occupancy x Average Daily Rate

Париж (2014) 203 = 0.80 x 254

Париж (2008) 106 = 0.78 x 136

Париж (заетост) 108.80 = 0.80 x 136

Париж (цена) 198.12 = 0.78 x 254

Получените резултати показват, че ако през изследвания период е осъществена промяна само в заетостта на хотелите в Париж от 0.78 на 0.80 (с 2%), приходите от продажби биха нараснали с 2.8 евро (108.80 - 106). Ако заетостта се запази на същото равнище от 2008 г., а се реализират проме-

ни само в среднодневната цена – приходите биха били в размер 198,12 евро. От това следва, че ефектът от промяна на цената при равни други условия е в размер на 92.12 евро (198.12 – 106). Цялостното изменение на приходите от налична стая за хотелите в Париж за периода 2008-2014 г. възлиза на 97 евро (203 – 106). От тях 2.8 евро се дължат на промени в заетостта и 92.12 евро са обусловени от нарастването на среднодневната цена.¹

За Лондон общият размер на промяната в приходите от налична стая през 2014 спрямо 2008 г. е 29 евро. От тях 5 евро се дължат на нарастване на заетостта с 3% (от 80% на 83%) и 24 евро се дължат на нарастването на среднодневната цена от 166 на 195 евро.

За Франкфурт изчисленията показват, че промените в приходите от налична стая са в размер на 14 евро (от 67 на 81 евро), от които 7.7 евро се дължат на увеличението със 7% на заетостта (от 61 на 68%), и останалите 6.3 евро – на нарастването на цената (от 110 на 119 евро).

За последния град с положителен темп на растеж през изследвания период – Единбург, приходите от налична стая нарастват с 11 евро (от 84 на 95 евро). Промяната на заетостта от 74 на 80% води до нарастване с 6.8 евро на приходите от налична стая. Нарастването на среднодневната цена от 114 на 119 евро е довело до повишаване на приходите с 3.9 евро.

Оказва се, че през изследвания период в Париж и Лондон е настъпило значително по-голямо увеличение на среднодневната цена. Този факт е дал и съответното отражение върху стойностите на приходите от налична стая. С особена сила това важи за Париж. В тези два града са настъпили много малки промени в заетостта, съответно 2% в Париж и 3% в Лондон, и напълно

¹ Получената разлика от 2.08 евро (97 – 94.92) се дължи на закръгляния.

закономерно ефектът на този фактор е по-малък. В другите два града абсолютният размер в измененията на среднодневната цена е много малък – 9 евро за Франкфурт и 5 евро за Единбург. В същото време заетостта се е променила съответно със 7% за Франкфурт и 6% за Единбург, което е и причина за по-големия принос на заетостта за повишаване на приходите от налична стая в хотелите от тези два града.

Проведеният анализ, независимо от късия времеви период, позволява да се направят някои по-обща изводи относно показателя „приходи от налична стая“

Изследваните хотели в десетте водещи туристически града в Европа се обособяват в две групи. Първата група обхваща хотелите в градове с високи приходи от налична стая – над 150 евро. При по-голямата част от тях е постигната относително висока заетост – около 80%, и има много малки резерви за повишаване на приходите от налична стая чрез повишаване на заетостта. Тези хотели се отличават с висока среднодневна цена през 2014 г. и реализират цени между 195 и 275 евро. Оказва се, че този фактор при тях е с по-голямо въздействие и промените в неговите равнища през изследвания период обуславят по-голямата част от измененията в приходите от налична стая.

Втората група се състои от хотели в градове с относително ниски приходи от налична стая. Те се отличават с по-ниска заетост и по-ниски среднодневни цени. За тях се оказва много трудно да повишат своята цена, като за някои градове тя дори се е понижала. За по-голямата част от тази група се е създала възможност заетостта да се повиши, което предопределя и по-големия принос на този фактор за повишаване на приходите.

Въз основа на изложеното дотук може да се обобща, че през изследвания период и двата фактора – „заетостта“ и „среднодневната цена“, допринасят за промени в размера

на приходите от налична стая в десетте водещи туристически града в Европа. Всеки от тях въздейства по различен начин в зависимост от конкретните икономически условия, характеризиращи средата, в която функционират съответните хотели.

Заключение

Сравнителният анализ и емпиричното изследване в настоящата статия потвърдиха необходимостта от разбиране на предимствата, недостатъците и условията за прилагане на основните показатели в хотелиерската дейност. Широкият спектър на аналитичните им възможности позволява те да се използват както при вземане на оперативни, така и на дългосрочни управленски решения. Въз основа на получените резултати могат да се формулират следните обобщения:

1. Между анализиранияте в статията измерители на хотелиерската дейност съществува не само формална връзка, изразяваща се в начина на изчисляване на всеки един от тях, но и зависимост в техния познавателен смисъл.
2. Показателят „приходи от налична стая“ (RevPAR) се утвърждава като най-достъпен поради ясното му интерпретиране, лесно пресмятане и липсата на затруднения при осигуряване на необходимата информация. Големите му възможности за провеждане на сравнителни анализи както за един хотел във времето, така и за определяне на позицията му спрямо конкурентите в сектора, са особено ценно качество.
3. От полза за управляващите хотелиерската дейност са и другите анализирани показатели. Те позволяват да се навлезе в по-голяма дълбочина, да се определят ключовите фактори за постигане на успех от работата на различните звена в хотела.
4. Всеки от разгледаните показатели съдържа в себе си в явен или неявен вид и измерителя „приходи от налична стая“.

Този факт налага много внимателно управление на съотношението между съставните му елементи „среднодневна цена“ и „заемост“, което се явява от фундаментално значение за ефективността на отделния хотел и хотелиерската индустрия като цяло.

Цитирани източници:

Николова, И., 2010. Икономически индикатори на хотелиерската и ресторантьорската дейност на фирмата, София, изд. „Авангард Прима“, с. 125-148.

(Nikolova, I., 2010. Ikonomicheski indikatori na hotelierskata i restorantyorskata deynost na firmata, Sofia, izd. „Avangard Prima“, s. 125-148)

Boteanu, O., 2012. Measuring of Net room revenue per available room (NREVPAR) , [online] Available at: <http://www.winningkpi.com/measuring-of-net-room-revenue-per-available-room-nrev>. [Accessed March 2015].

Freed, Janson Q., 2012. RevPAR remains trusted tool in data arsenal, [online] Available at: <http://www.hotelnewsnow.com/Articel/8832/RevPAR-remains-trusted>. [Accessed May 2015].

Mauri, A. G., 2012. Hotel Revenue Management: Principles and Practices, Pearson, pp. 27-38.

Parker, J., 2012. GOPPAR (Gross Operating Profit Per Available Room) - Best Measurement of Success, [online] Available at: http://www.hotelexecutive.com/business_review/1920/goppar-gross-operating-profit-per-available-room-best-measurment-of-success. [Accessed April 2015].

Price water house Cooperc, 2013. Thriving or surviving, [online] Available at: <http://www.pwc.com.hospitality>. [Accessed February 2015].

Price water house Cooperc, 2014. Room to grow, [online] Available at: <http://www.pwc.com.hospitality>. [Accessed February 2015].

Price water house Cooperc, 2015. Room for growth, [online] Available at: http://www.pwc.com/en_GX/gx/hospitality-leisure/pdf/pwc-room-to-grow-european-cities-hotel-forecast-2015-and-2016.pdf. [Accessed March 2015].

Younes, Elie and Kett, R., 2003. GOPPAR, a derivative of RevPAR, HVS International, [online] Available at: <http://www.hvs.com/content/913.pdf>. [Accessed February 2015].