

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА

ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“

КАТЕДРА “ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТУРИЗМА”

=====

Лиляна Петрова Бърдукова

**ИКОНОМИЧЕСКА ЕФЕКТИВНОСТ НА МОРСКИ ХОТЕЛСКИ
КОМПЛЕКС**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертация за присъждане на образователна и научна степен „доктор”

**по професионално направление 3.9 Туризм, научна специалност
„Икономика и управление (туризм)”**

НАУЧЕН РЪКОВОДИТЕЛ:

Проф. д-р Стоян Петков Маринов

Доц. д-р Радан Мирянов

ВАРНА

2022

Дисертационният труд се състои от 242 страници, от които: увод (5 стр.); изложение в три глави (207 стр.); заключение (6 стр.); използвана литература (14 стр.) Основният текст съдържа 13 таблици и 13 фигури. Списъкът на използваната литература се състои от 196 заглавия, в т.ч. 175 литературни и 21 интернет източника. Към дисертационния труд са изготвени 3 приложения (11 стр.).

Защитата на дисертационния труд ще се състои на..... от..... ч. в зала..... на Икономически университет – Варна на заседание на научно жури, назначено със Заповед..... на Ректора на ИУ – Варна.

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Актуалност и значимост на проблема

Актуалността на темата произтича от създалата се безпрецедентна пандемична обстановка и изпитанията, които тя поставя пред туристическия сектор и в частност – хотелиерството и ресторантьорството. Влошаването на икономическите показатели на хотелските обекти и тяхното общо представяне на туристическия пазар е провокиран от спада в търсенето в следствие на COVID-19 и неговите реални отражения за създаването на всеобща несигурност в бранша. Именно поради тази причина, в днешното съвремие изследването на икономическата ефективност на местата за настаняване е критично важно за навременна промяна на фирмените стратегии и адаптиране на дейността им спрямо новите изисквания на потребителското търсене¹.

Ефективността зависи от ефектите и усилията², но не на последно място и от техния метод на оценка, от факта, че изразът на стойността, реализиран чрез цените, съдържа инфлация и други влияния, променящи реалния резултат от разгърнатата дейност. В тези условия, за сложен и правилен анализ трябва да вземем предвид и други елементи като: структурата на ресурсите и резултатите, времето, качеството на услугите, тяхното въздействие. В този контекст, ефективността има важно значение, отнасящо се до използването на всички категории ресурси: природни, човешки, материални и финансови, за всички компоненти на дейността: производство, търговия, услуги, техните количествени, качествени, социални, икономически, преки и косвени аспекти.

В рамките на туристическия бранш изследването на сектора на хотелиерството е особено важно поради сегашните големи предизвикателства, пред които е изправен секторът: нарастването на туристическите пътувания и специализацията на предлагането на качествени услуги³. Развитието на иновативните технологии и нарастващото предлагане на места за настаняване

¹ Министерство на здравеопазването. Анализ на влиянието на пандемията от COVID-19 върху аграрния сектор в България и възможностите за подкрепа за справяне с негативните последици от нея (<https://www.mzh.government.bg>), 29.12.2021

² Марчевски, И. Оценка на маркетинговата ефективност – проблеми и възможни решения//Алманах „Научни изследвания”, Том 21, 2014, с. 61-89

³World Tourism Organization, International Tourism Highlights, 2019, p.3

засилват конкуренцията в сектора, което има за резултат диверсифициране на услугите, предлагани от хотелските обекти. Хотелиерството е дейност, която е доказала своята икономическа ефективност⁴. За да е достатъчно доходоносен един хотел и за да успее да се задържи на пазара, той изисква ефективно управление, базирано на акцента върху неговите основни конкурентни предимства.

Съгласно икономическата теория са обособени два типа конкурентно предимство, които по произход са: предимство по разходи или ниска себестойност и конкурентно предимства чрез диференциация (маркетингово предимство). Себестойността е един от основните показатели за измерване на икономическата ефективност на всяко предприятие, в т.ч. и в туризма и се основава на организационните и технологичните умения на организацията⁵. Следователно, управлението на ефективността в този контекст се превръща в ключова област в управлението на хотелските комплекси.

2. Предмет и обект на изследването

Обект на изследването е морският хотелски комплекс и конкретно хотелски комплекс „Атлас“ в к.к „Златни пясъци“.

Предмет на изследването е икономическата ефективност на морски хотелски комплекс.

3. Цел и задачи на изследването

Основната цел на дисертационния труд е посредством теоретична систематизация, анализ и оценка на икономическата ефективност на морски хотелски комплекс да бъдат очертани насоки за нейното повишаване по примера на хотелски комплекс „Атлас“.

Във връзка с така дефинираната цел на изследването се формират **следните основни задачи:**

1. Да се систематизира наличната теория и да се изведат особеностите на икономическата ефективност в туризма и в частност на инвестициите и икономическата ефективност на морски хотелски комплекс;

⁴ Янев, Р. Оптимизиране на приходите в хотелиерството. Бургас, 2019, с. 130

⁵ Николова, И. Факторна обусловеност на конкурентоспособността на хотелиерския продукт. София, 2019, с. 57-58

2. Да се разработи модел за изследване на икономическата ефективност на морски хотелски комплекс;

3. Да се направи анализ и оценка на икономическата ефективност на морски хотелски комплекс по примера на х.к. „Атлас“ в к.к. „Златни пясъци“;

4. Да се разгледат икономическите тенденции в развитието на морските хотелски комплекси в България;

5. Да се очертаят препоръки за повишаване на икономическата ефективност на морски хотелски комплекс по примера на х.к. „Атлас“ в к.к. „Златни пясъци“.

Изследователска теза и хипотези

Основната изследователска теза на дисертационния труд е, че икономическата ефективност на морски хотелски комплекс и нейното повишаване са многофакторно обусловени по отношение на разходите и приходите от дейността на обекта.

Формулираната теза се конкретизира в **следните три хипотези:**

Хипотеза 1. Ефективността на морски хотелски комплекс зависи от структурата на разходите, в която с най - голяма тежест са разходите за работни заплати и осигуровки.

Хипотеза 2. Ефективността на морски хотелски комплекс зависи от структурата на приходите, в която с най - голяма тежест са приходите от стаи.

Хипотеза 3. Ефективността на морски хотелски комплекс зависи от неговия капацитет, изразен в брой легла.

4. Методология на изследването

В настоящия дисертационен труд се изследва хотелски комплекс „Атлас“ в к.к. „Златни пясъци“. За базов обект в проучването е определен гръцки хотелски комплекс, работещ предимно с чуждестранни туристи, който е представителен за вида обекти в морски курортен комплекс в развита туристическа дестинация. За постигането на целта и решаването на задачите на изследването се използва набор от изследователски методи и подходи, по-важните от които са: теоретичен анализ, сравнителен анализ, метод на индукция и дедукция, подход на обобщаване на данни (DEA).

5. Информационно осигуряване

При разработване на настоящия дисертационен труд са използвани различни източници на информация като първични / публични финансови отчети на дружество, собственик на х.к.Атлас и вторични/ специализирана литература, в т. ч. научни трудове на български и чуждестранни автори (предимно на английски език), специализирани издания на туристически организации, изследователски агенции и консултантски компании, нормативни актове и други.

II. СТРУКТУРА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Структурата на дисертацията отразява авторските виждания за провеждане на изследването, като съчетава неговите предмет, обект, изследователски цели и задачи. Дисертационният труд се състои от 244 страници, от които: увод (5 стр.); изложение в три глави (207 стр.); заключение (6 стр.); използвана литература (15 стр.) Основният текст съдържа 13 таблици и 13 фигури. Списъкът на използваната литература се състои от 197 заглавия, в т.ч. 176 литературни и 21 интернет източника. Към дисертационния труд са изготвени 3 приложения (11 стр.).

СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

У В О Д

Глава първа

ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ИКОНОМИЧЕСКАТА ЕФЕКТИВНОСТ НА МОРСКИ ХОТЕЛСКИ КОМПЛЕКС

- 1.1. Определение на морски хотелски комплекс
- 1.2. Критерии и показатели за оценка на икономическата ефективност в туризма
- 1.3. Инвестиции и икономическа ефективност на морски хотелски комплекс
- 1.4. Модел за измерване на икономическата ефективност на морски хотелски комплекс

Глава втора

АНАЛИЗ НА ИКОНОМИЧЕСКАТА ЕФЕКТИВНОСТ НА МОРСКИ ХОТЕЛСКИ КОМПЛЕКС НА ПРИМЕРА НА Х. К. „АТЛАС“

- 2.1. Анализ на хотелски комплекс „Атлас“ в к.к. „Златни пясъци
- 2.2. Анализ на външната среда на хотел „Атлас“
- 2.3. SWOT анализ на х. к. „Атлас“
- 2.4. Оценка на икономическата ефективност на морски хотелски комплекс на примера на х.к. „Атлас“ в к.к. „Златни пясъци“

Глава трета

ПРЕПОРЪКИ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА ИКОНОМИЧЕСКАТА ЕФЕКТИВНОСТ НА МОРСКИ ХОТЕЛСКИ КОМПЛЕКС ПО ПРИМЕРА НА Х. К. „АТЛАС“

- 3.1. Тенденции в развитието на хотелиерството в контекста на морския ваканционен туризъм
- 3.2. Тенденции в развитието на морските хотелски комплекси в България
- 3.3. Препоръки за повишаване на икономическата ефективност на х. к. „Атлас” в к. „Златни пясъци”

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПРАВКА ЗА ПРИНОСИТЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

СПИСЪК НА ПУБЛИКАЦИИТЕ ПО ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

ПРИЛОЖЕНИЯ

III. КРАТКО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Глава първа. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ИКОНОМИЧЕСКАТА ЕФЕКТИВНОСТ НА МОРСКИ ХОТЕЛСКИ КОМПЛЕКС

В 1.1 § Определение на морски хотелски комплекс се разглеждат същността и особеностите на морски хотелски комплекс. В голямото разнообразие на понятия, дефинирани в нормативната база за местата за настаняване е важно да се разграничат и дефинират термините „курорт”, „туристически комплекс”, „курортен комплекс” и „хотелски комплекс”.

Курортните комплекси могат да се разглеждат като подгрупа на туристическите комплекси. Те произлизат от тях, но в същото време се различават по специфичния им прилежащ природен рекреативен ресурс. Нагледен пример за това са парковете „Дисниленд”, които предлагат комплексно туристическо обслужване, базиращо се на антропогенни туристически ресурси. В същото време курортните комплекси са морски, планински и балнеолечебни като „Златни пясъци” в България, Аспен в САЩ и Бат в Англия.

Понятието „хотелски комплекс” се интерпретира в контекста на хотелиерската суперструктура. Хотелиерската суперструктура на макроравнище включва всички заведения за пребиваване върху дадена туристическа територия, а на микроравнище – самата сграда на обекта с нейните стил, дизайн, архитектура,

помещения и функционални връзки между тях, оборудване и обзавеждане. Функционалната завършеност и единство на системата на хотелските комплекси като разновидност на хотела се осъществява чрез подсистеми, които комбинират различните експлоатационни звена чрез дейности, осигуряващи работата в комплекса.

На база на разгледаните дефиниции можем да направим следните изводи за същността на морски хотелски комплекс:

Първо: Морският хотелски комплекс е ваканционен обект за комплексно обслужване, разположено в близост до морето. Плажът е основният обект на туристическа привлекателност за посетителите.

Второ: Този вид туристически комплекс предлага широка гама от услуги и удобства, както обикновено включва развлекателни дейности.

Трето: Като самостоятелно място за настаняване, задоволява повечето потребителски нужди на почиващите, което позволява те да остават на територията на комплекса, без да изпитват необходимостта да го напуснат в търсене на допълнителни стоки и услуги (настаняване, храна, напитки, спорт, развлечения, пазаруване и др.)

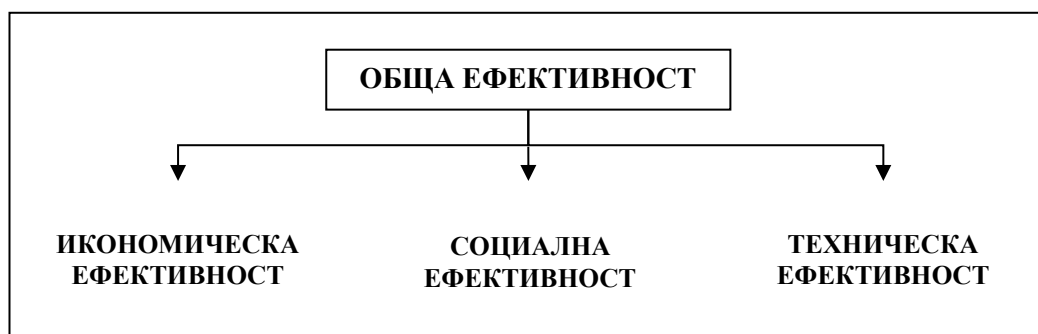
Четвърто: Предимствата на морския хотелски комплекс са, че гостът намира не само близостта до плажа, но и комплексно обслужване в на територията на комплекса. Той е удобен за семейства, често предлагайки детски клубове, вечерна развлекателна програма, пазаруване и др. В случаите, когато комплексът се намира далеч от града, той осигурява цялата необходима инфраструктура. Освен това, подобни комплекси се използват и като място за провеждане на различни събития (сватби, конференции, тим билдинги и т.н.).

§ 1.2. „Критерии и показатели за оценка на икономическата ефективност в туризма“ представя определянето на ефективността като резултатност. Това означава, че основният акцент в съдържанието е поставен върху постигането на **целта**, намираща се в числителя на дробта - т.н. **ефект**. Идеалният вариант изисква това да стане с минимум разходи. Същевременно съществуват цели, които индивидът или обществото се стремят непременно да постигнат, независимо от величината на разходите, които изискват, например,

запазването на мира, здравето и живота на хората, чистотата на атмосферата и т. н. Видовете ефективност се определят в зависимост от сферата, в която я търсим. В този смисъл тя бива: икономическа, социална, екологическа, естетическа, енергийна и др. Определянето на отношенията между отделните видове показва многообразието и степента на взаимната им зависимост.⁶

Когато говорим за ефективност, традиционно акцентът се поставя върху икономическата такава, проявяваща се в зависимостта „разходи - ползи“ („разходи - ефекти“). Всяка обществена дейност се извършва с все по-ограничен брой ресурси, а това налага необходимостта от правилно планиране и адекватна съпоставка между нивата на разходите и желаните ефекти⁷.

Интегралните взаимовръзки между икономическата, социалната и техническата ефективност са от стратегическо значение за успешното позициониране и задържане на пазара на всеки икономически субект (вж. фиг. 1)



Източник: Фигурата е съставена от автора

Фиг.1 *Икономическата ефективност като част от общата ефективност на туристическото предприятие*

В дисертационния труд акцент е поставен именно върху икономическата ефективност. Тя се отнася до теорията за производителност или производствена функция. Терминът „производствена функция“ се използва широко за определяне на връзката между групите на вложени ресурси и групите на произведена продукция, като се изчислява максималната продукция, която може да се получи от дадените консумирани ресурси. Тъй като икономическата ефективност е относително измерение по отношение на производствената функция, в нейното

⁶ Георгиев Л., Ефективни продажби. Търговски техники, София, 2014 г., с.14

⁷ Ангелова, В. Проф. Венелин Терзиев: Социалната ефективност може да е измерител на дейността ни. (<https://trud.bg>), 20.12.2021

определение е включен еталон, който се нарича „функция за изпълнение”. В този случай не се изисква външен показател. Икономическата ефективност на всеки отрасъл е сравнителна мярка за това колко добре този икономически сектор всъщност обработва инвестираното, за да постигне своите продукти в сравнение с най - добрите практики, които се използват от най-ефективната индустрия⁸.

Ефективността в дистрибуцията изисква разпределението на стоки и услуги между крайните потребители да бъде с ефективност, при която ресурсите са максимално ефективно разпределени, така че всички участници да са неощетени, т.нар. ефективност на Парето.

Икономическа ефективност в туризма

Ефективността на туризма предполага и съотношението между различните компоненти на доходите или разликите в категориите ресурси, необходими за постигането на определен ефект. В тази връзка, ефективността зависи от усилията и ефектите и от това как те отразяват инфлацията и други външни влияния. Всичко това налага да се вземат под внимание и други фактори, като структурата на ресурсите и резултатите, време, качествени ефекти и тяхното въздействие. В този контекст, ефективността може да се разглежда като общото съдържание, всеобхватно, отнасящо се до използването на всички видове ресурси: природни, човешки, материални и финансови, за всички компоненти на дейност: производство, търговия, услуги, техните количествени и качествени аспекти, икономически и социални, преки и косвени. Предвид специфичния характер на туризма, доколко една услуга е ефективна се определя не само от начина на нейната подготовка, а и от потребностите, които тя задоволява. Крайният потребител е по-слабо заинтересован от ефективното оползотворяване на ресурсите, вложени в продукта, и много по-силно – от качеството на този продукт. В този мисъл, за предприятията са важни икономическите параметри от процеса на обслужване, а за потребителите – качествените параметри на услугата.⁹

⁸Андреева Д., Финансово управление на предприятието и роля на бизнес оценяването, София, 2012, УНСС

⁹Луканова, Г. Съвременни измерения на ефективността на хотелиерското обслужване. Сборник с доклади от научна конференция, посветена на 40-годишнината от създаването на специалност „Туризм”, Изд. „Наука и икономика”, ИУ – Варна, 2005, с. 450 – 451.

За оценка и измерване на икономическата ефективност в хотелиерството, както и във всеки друга сфера на дейност, се използва голяма поредица критерии и показатели, произтичащи от сложността, съдържанието на процесите и разнообразието на консумираните ресурси. Може да се използват критерии и показатели с общо приложение, общи за всички отрасли на икономиката и специфични, произтичащи от спецификата на дейността от тази област.

Ефективността на туризма се изразява с нетния приход, реализиран чрез материализиране на дейност на труда, разгърнато чрез начина на използване на всеки производствен фактор. Той от своя страна може да бъде свързаната природна среда, труд и капитал. Може да се използва като критерии за оценка на ефективността: размер на нетния приход и свързаната с него рентабилност; ниво на разходите, ниво на използване на труда.¹⁰

Ефективността на туристическото предприятие се анализира посредством допълнителни показатели за оценка на икономическите дейности:

- ✓ брой персонал, обслужващ 100/1000 легла (места за сядане);
- ✓ разходи на 1 легло (стая, място за сядане);
- ✓ печалба от 1 легло (стая, място за сядане, пътуване);
- ✓ среден приход от нощувка (пътуване);
- ✓ среден приход от 1 турист и др.

Последният показател е отношение между общата сума приходи и броя туристи. Чрез него се сравнява доходността от обслужването на туристи от различни страни.

Хотелиерството има най-важната роля в туристическата дейност и представлява дял от 40% в структурата ѝ, като дяловете на другите услуги, примерно хранене, допълнителни услуги са под този процент. Освен това, то оказва и много други влияния върху останалите елементи на туристическия продукт и представлява опора на туристическата дейност. Всичко това води до заключението, че качеството и ефективността на тази услуга следва да бъде определяща при установяване на резултатите от цялата туристическа дейност.

¹⁰Милева, С. Инвестиции и заплахи за развитието на туризма//Electronic magazine "Dialogue", бр. 4, Свищов: Стопанска академия „Димитър Ценов”, с. 3

Ефективността на услугата за настаняване може да се оцени, като се използват общите критерии и показатели, а също и на основата на няколко елемента, свързани със спецификата на тази дейност. Съответно, е възможно да се използват показатели като:

- среден брой персонал;
- средна настояща стойност на дълготрайните активи;
- разходи по настаняване;
- наличен капацитет, изразен на места, дни и т.н.;

и с показатели за ефект като:

- приходи от хотелски услуги;
- приходи от допълнителни услуги;
- печалба и т.н.

Приходите се осигуряват от инкасирането на хотелските услуги в пряка връзка с обема на дейността, представен от броя на туристите, с качеството на услугите (представени от категорията на комфорта на единицата за настаняване и нивото на цените), с диапазона на предлаганите допълнителни услуги (отдаване под наем, почистване, пране, специални услуги, мини бар и т.н.).

Разходите представляват, по своята структура и съдържание, спецификата на дейността: разходите за заплатите формират почти 40% от общите разходи, разходите за наем на дълготрайните материални активи са 10% - 15%, общите разходи представляват почти 10%, разходите за поддръжка са 5% и т.н., като разходите за транспорт липсват или са незначителни. В хотелиерската дейност (само услуги за настаняване) разходите съставляват 60%- 69% спрямо общия приход, изразен чрез равнището на рентабилност (36% - 40%)¹¹. В сравнение с това, средното ниво има отклонения, определени от категорията на хотела, заетост с местни и чуждестранни туристи, позициониране на хотела в район с висока туристическа посещаемост или с ниска туристическа посещаемост¹².

¹¹ Corne, A., *Benchmarking and Tourism Efficiency*, 2018, P.23

¹² Пак там, р. 23

§ 1.3. „Инвестиции и икономическа ефективност на морски хотелски комплекс“

Инвестиции в морски хотелски комплекс

По време на инвестиционния процес инвеститорите са изправени пред много алтернативни възможности за решение. Възможностите за избор, свързани с инвестицията, трябва да бъдат внимателно анализирани. Като надежден обект на инвестиране хотелите дават постоянна и предвидима възвращаемост. Те представляват алтернатива за инвестиране в традиционните пазари на недвижими имоти като жилищния сектор. Хотелският бизнес привлича собственици и инвеститори¹³. Успешното инвестиране в хотелски актив е и изкуство, и наука. Необходими са огромни познания за пазарите, хотелските операции и концепции, за да се постигне голяма възвръщаемост. Стивън Ръшмор от HVS (Услуги за оценяване на хотели) заявява, че „Инвестирането в хотели и мотели се счита от мнозина за високорисково вложение на време и капитал”¹⁴. Купуването на хотел или участието с инвестиция в хотел е огромен ангажимент. Може да има случаи, когато потенциалните инвеститори не знаят откъде да започнат, когато се опитват да направят инвестиция в хотел. Поради това е изключително важно инвеститорите да познават основните концепции за това как се организира дейността на хотелите и какви са отговорностите да бъдеш собственик. Неуспешното проучване и разбиране на хотелските инвестиционни структури и концепции може да има сериозни отрицателни последствия за инвеститорите и бизнеса. Следва инвестиционният процес да премине последователно през следните стъпки:

- Определение на хотелски актив;
- Избор на пазар;
- Нива на транзакции и капитализация;
- Риск;
- Местоположение;

¹³ Isenberg, W., Hospitality Financial Management, 2014, p.27

¹⁴ Hotel Valuation Services, HVS 2015 hotel cost estimating guide. Jonathan Nemher & Associates, 2015, p. 2-5

- Характеристики на имота и скала на оценяване;
- Избор на обект;
- Развитие и финансиране;
- Избор на работа от типа „франайз“ или „управление на хотел“;

§ 1.4. „Модел за измерване на икономическата ефективност на морски хотелски комплекс” проследява процесите на измерване и оптимизиране на икономическата ефективност. Всеки хотел има свои уникални характеристики и няма универсална формула за това как да подобри представянето и ефективността си. Морските хотелски комплекси имат два основни възможни варианта за повишаване на тяхната ефективност. Първата опция е да намалят вложените средства, които използват в процеса на производство на услуги - в този случай, минимизиране на помещенията, F&B, труд, енергия и други разходи. Трудът е най-голямата променлива сред разходите на хотелските комплекси. Мениджърите се борят да намалят разходите за труд и да увеличат печалбите. Вторият вариант за подобряване на ефективността е да се увеличат нощувките, която представя резултатите, получени от процеса на производство на услуги. Това например, може да се отнася до приходите и заетостта. Мениджърите на хотели трябва внимателно да обмислят и двата варианта. Минимизирането на разходите би могло да има положителни краткосрочни ефекти, но в дългосрочен план съществува опасност да се отрази на качеството на услугите, както и на удовлетвореността на гостите и служителите. Максимизиране на приходите може да бъде постигнато чрез повишаване на цените на услугите, а мениджърите на хотели следва внимателно да тестват ценовата еластичност на управлявания от тях обект.

В настоящата разработка ще се предложи и апробира модел за оценка на ефективността в конкретен морски ваканционен хотел на основата на подхода DEA. Предимството на информацията за ефективността, предоставяна от DEA подхода, е, че всички вложения и резултати от бизнеса са взети под внимание и това осигурява по-широк обхват на резултатите. Ефективността ще се изследва на базата на непредставителна извадка, но моделът може да се приложи и в други обекти и страни, които имат подобни условия, като висока зависимост от туризма

и акцент върху морския туризъм, който е ограничен до един сезон. Целта е да се представят резултатите от ефективността на хотела като източник на информация, необходима за подобряване на бизнес резултатите и осигуряване на показатели за хотели, които не са достигнали максимална ефективност.

Икономическа оценка при инвестиционни проекти в морски хотелски комплекс

Добрият финансов и икономически анализ по време на проектирането, оценката и изпълнението на проекти играе ключова роля за постигане на желаните икономически резултати и увеличаване на вероятността от устойчиви икономически ползи от един проект. Характеристиките на икономическата оценка при инвестиционни проекти в областта на туризма са:

- голям размер на инвестиционните разходи в сравнение с текущите разходи;
- необходимост от сравнително чести допълнителни вложения;
- бързооборотни икономически дейности и очаквания на инвеститорите за висока текуща доходност;
- динамична бизнес среда и непостоянство на паричните потоци.

Във финансов аспект има голям брой методи за оценка на инвестициите. Те могат да бъдат разграничени в две групи - статични методи и динамични методи, които са представени на фигура 2 (вж. фиг. 2):

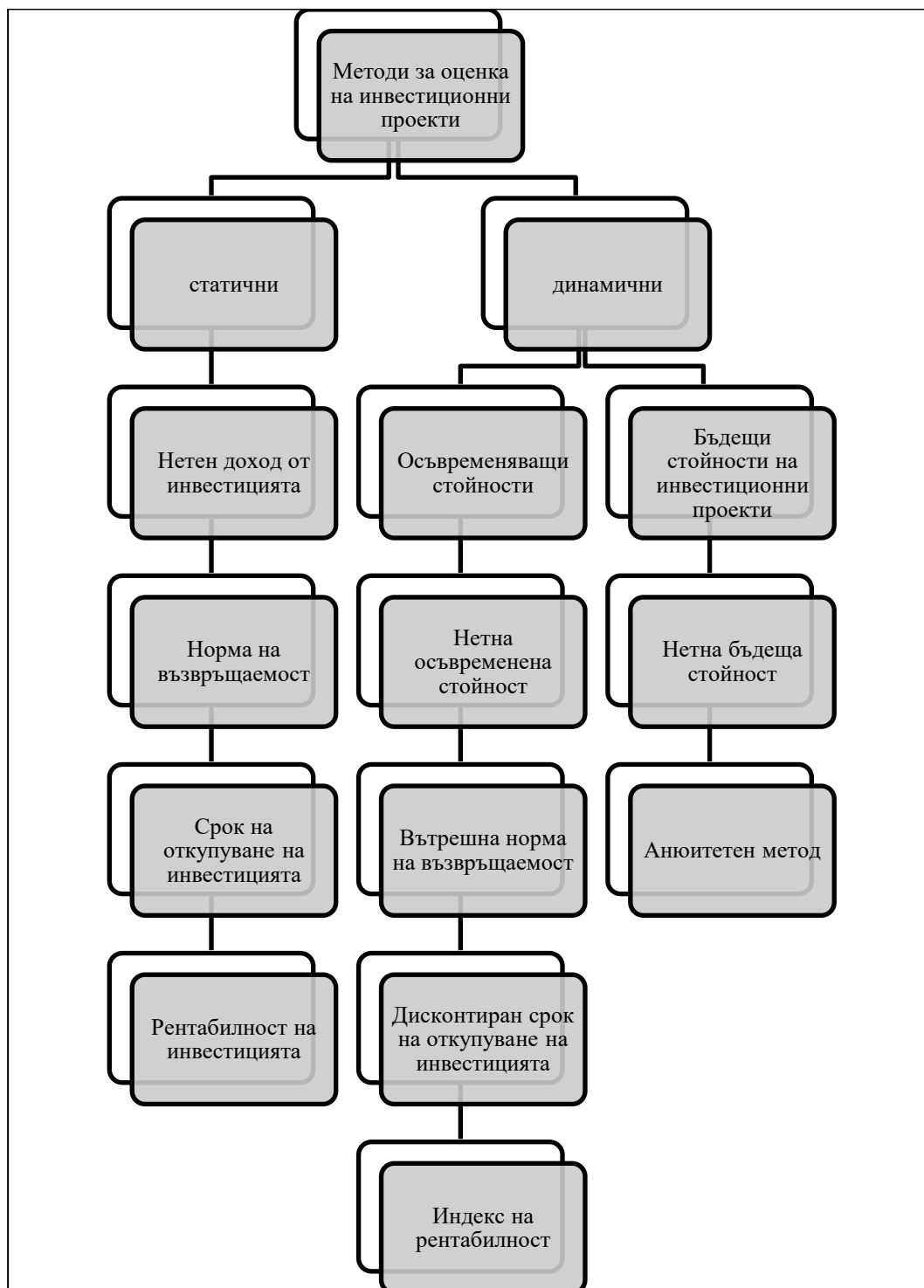
Статичните методи се фокусират най-вече върху мониторинга на паричните ползи или измерването на първоначалните разходи. Те не включват рисков фактор и отчитат времето само в ограничена степен и при тях се използват следните показатели:

- средна годишна възвръщаемост;
- среден период на изплащане на инвестициите;
- средна процентна възвръщаемост.

Динамичните методи за оценка отчитат времето и рисковия фактор и кореспондират със следните показатели:

- нетна настояща стойност (NPV);
- вътрешна норма на възвръщаемост;

- показатели на рентабилност;



Източник: фигурата е съставена от автора

Фиг.2 *Класификация на методите за оценка на реални инвестиционни проекти*

Константно актуална остава темата за измерване възвръщаемостта на инвестициите. Повечето компании и институционални инвеститори обикновено използват показателите:

- ❖ вътрешна норма на възвръщаемост (IRR);
- ❖ възвръщаемост на инвестицията (ROI)/възвръщаемост на наетия капитал (ROCE).

IRR – коефициентът, използван за измерване на риска, който дава паричния поток на проекта (обикновено за период от 20 години с терминална стойност, приписана чрез прилагане на крайно кратно число), NPV равна на нула, т.е. точката, в която проектът става несъстоятелен. Тази число обикновено се измерва спрямо средно претеглената стойност на капитала на компанията (WACC) и ако IRR е по-голям, тогава компанията ще одобри проекта. Това е най-често срещаният метод, възприет от компаниите, особено в Европа¹⁵.

ROI/ROCE - нетната настояща стойност на паричните потоци на проекта, разделена на цената на инвестицията или на вложения капитал. След това резултатът се сравнява с желаната възвръщаемост на компанията и ако е по-висока, се одобрява. Трудността на този метод е, че не всички или непропорционално количество споделени ресурси могат да бъдат приписани на проект, като по този начин се изкривява истинската възвръщаемост. Освен това, съществуват редица вариации при изчисляването на ROI, например някои инвеститори просто разглеждат възвръщаемостта на използвания собствен капитал или дълг, а не комбинацията от тях.

Желаният IRR/ROI може да варира от компания до компания и от регион на регион. Неизменно крайното решение ще зависи от устройството на компанията и от рисковия профил на инвеститора. Като индикатор средният IRR за хотелски инвестиции в Европа варира от 12.4% до 16.1% при средно 14%¹⁶. Освен това е очевидно, че дисконтовите ставки, прилагани към инвестиционните решения, зависят от фирмения WACC или желаното ниво на възвръщаемост. Неизменно в повечето случаи то е по-голямо от безрисковата възвръщаемост, за която казват, че десетгодишните облигации генерират. Към това се добавя премия за отразяване на риска от изпълнение.

¹⁵ Tarik, D., Investment and Firm Value: Is There an Optimal Investment Level in Hotel Firms, 2017

¹⁶ Tarik, D., Investment and Firm Value: Is There an Optimal Investment Level in Hotel Firms, 2017, p.72

Показатели и методи за изследване на икономическата ефективност на морски хотелски комплекс

Показателите представляват количествените характеристики на отделни елементи от финансовото състояние или финансовите резултати, получени при финансово-счетоводния анализ на дейността на туристическите предприятия. Прилагането на системата от показатели като: Рентабилност на капитала, Коефициент на абсолютна ликвидност, Разходи на 1 легло/себестойност/, Печалба от 1 легло/стая, Среден приход от нощувка/пътуване, Среден приход от 1 турист / за измерване на икономическата ефективност на морски хотелски комплекс създава условия обективно да се оцени икономическата ефективност. В допълнение са приложими и специфичните показатели:

✓ Коефициент на Рентабилност на приходи от продажби = Финансов резултат /Нетен размер приходи от продажби;

✓ Коефициент на Рентабилност на собствения капитал = Балансова печалба/загуба/Собствен капитал;

✓ $Кал = \frac{\text{Парични средства}}{\text{Текущи задължения}}$;

✓ $\text{Себестойност на нощувка/стая} = \frac{\text{Преки Разходи}}{\text{Нощувки/Стая}}$;

✓ $\text{Приход на нощувка } RevPar = \frac{\text{Общи приходи от стаи}}{\text{общ брой стаи}}$;

Модел за оценка на ефективността на хотелски комплекс

Като стопански сектор, туризмът има интегрални връзки с всички останали отрасли и подсистеми на обществената система. Количествените му параметри се изследват приоритетно, не само за целите на икономическото познание, но и заради необходимостта да бъде разкрита неговата стратегическа роля и значение за световното и националното стопанство. Предизвикателство пред туристическите предприятия е изграждането на механизъм, който да обединява, а не да противопоставя елементите на общата ефективност като фундаментална икономическа категория.

В този смисъл, за целите на дисертационния труд, акцентът е поставен върху икономическата ефективност на туристическото предприятие, разгледана в контекста на корелационните ѝ зависимости със социалните и технологичните

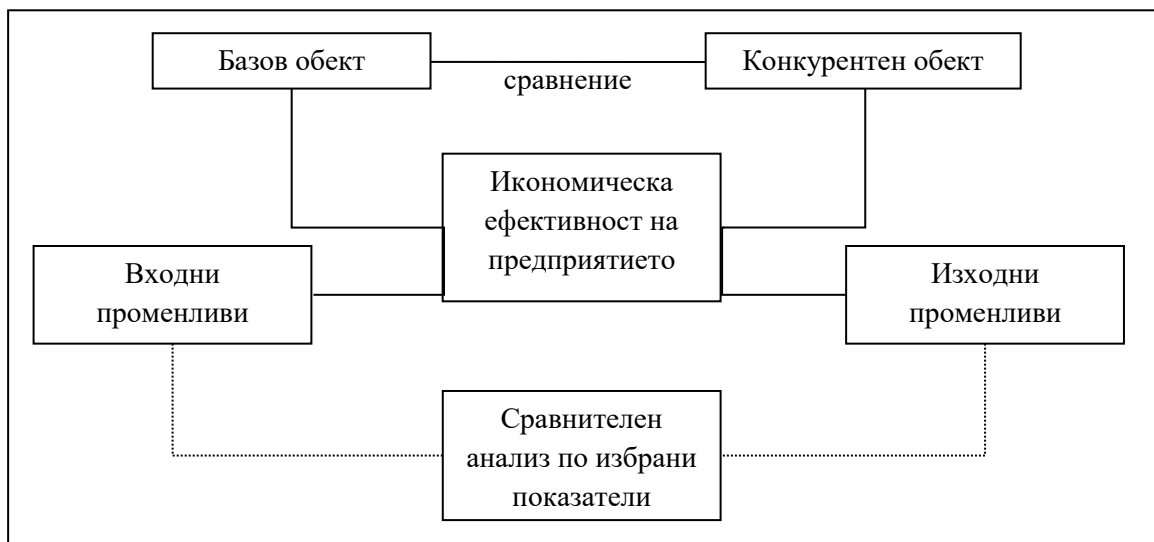
фактори на външната и вътрешната среда на фирмата, които определят и основните ѝ компоненти¹⁷:

➤ Производствена ефективност – производство на предлаганите стоки и услуги на най-ниска и атрактивна цена;

➤ Ефективност на разпределението – ресурсите, необходими за производство на блага, са разпределени според ползите, които имат за обществото;

➤ Динамична ефективност – способността на фирмата да реагира навременно на промените в потребителските вкусове.

В контекста на анализа на икономическата ефективност, настоящата разработка е базирана на сравнителен анализ между два конкурентни хотела, според предварително избраните критерии за сравнение (вж. фиг. 3)



Източник: Фигурата е съставена от автора

Фиг. 3 *Модел за сравнителен анализ на икономическата ефективност на морски хотелски комплекси*

Основната цел на управление на всяко предприятие е да организира стабилна пазарна дейност в дългосрочен план. Измерването на изпълнението на тази цел може да бъде постигнато чрез избор на подходи за обобщаване на фирмени данни.

¹⁷Navyatt, D. The Components of Efficiency.//NETWORK: A Publication of the Australian Competition and Consumer Commission for the Utility Regulators Forum, Issue 62, March 2017, p. 1

Въз основа на разгледаната по-горе концепция DEA, предлагаме собствен комплект от променливи за анализ и оценка на ефективността на хотелски комплекс (вж. табл. 1).

Таблица 1

Променливи за измерване и оценка на ефективност на хотелски комплекс

| Входни променливи: | Изходни променливи: |
|---|----------------------------------|
| Разходи за енергия | Заетост |
| Разходи за зареждане на стаи | Приходи от настаняване (стаи) |
| F&B (храни и напитки) разходи | Приходи от допълнителни услуги |
| Разходи, свързани с други дейности | Приходи от F&B (храни и напитки) |
| Разходи за работни заплати и осигуровки | Приходи от мероприятия |
| | Общи приходи |
| | |

Източник: таблицата е съставен от автора.

Глава втора. АНАЛИЗ НА ИКОНОМИЧЕСКАТА ЕФЕКТИВНОСТ НА ХОТЕЛСКИ КОМПЛЕКС „АТЛАС“

В § 2.1. „Анализ на хотелски комплекс „Атлас“ в к.к. „Златни пясъци“ са разгледани основните характеристики на вътрешната среда на х.к. „Атлас“ .

Вътрешната среда на предприятието се оценява и определя в контекста на фирмения капацитет и реалните възможности по отношение на всички ресурси, без които то не би могло да функционира¹⁸:

- Физически и материални ресурси. Хотел „Атлас“ се намира на 300 м от плажа в к.к. „Златни пясъци“. Местоположението е изключително атрактивно за

¹⁸ Миронова. Н. Оценяване на вътрешната среда при подготовка за кандидатстване по ОП „Иновации и конкурентоспособност“//Управление и устойчиво развитие, бр. 8, кн. 72, 2018, София

ваканционни туристи, в близост до основни природни и антропогенни туристически ресурси, които гарантират пълноценен отход. Комплексът разполага с разнообразна и добре изградена материална база, която функционално е ефективно разпределена за удовлетворяване на различни потребности като настаняване, изхранване, рекреация, възстановяване, спорт, социализация и изпълнение на служебни задължения. Основната специализация на хотела е в предлагането на комплексен туристически продукт за масов морски туризъм – освен непосредствената близост до плажната ивица, конкурентно предимство са изградените в комплекса басейни, в т.ч. и такива със секции за деца, водни пързалки, уелнес център, фитнес зала, салон за красота, детски площадки и кътове и т.н. Наред с това, хотелът разполага и с база за MICE туризъм. Оборудването е ориентирано към постигане на максимална степен на удовлетвореност у гостите – осигурени са всички необходими предпоставки за безпроблемно пребиваване (достъп до Wi-Fi в целия комплекс, ресторант, лоби бар, б All Inclusive пакети, богат асортимент на мини бар, климатик, кабелна телевизия и др.) и на практика не се поражда необходимост туристите да напускат територията на комплекса в търсене на различни услуги.

○ Човешки ресурси. Човешкият капитал е от стратегическо значение за функционирането на всяко предприятие. С особена сила това се отнася за туристическите фирми, главно поради интегралния и хуманен характер на туризма като явление – „живият” контакт и персонализираното обслужване стоят в основата на потребителското удовлетворение и склонността на туристите към завръщане в избраното туристическо място в бъдеще. Ръководството на хотел „Атлас” налага демократичен стил на управление. Организационната структура на обекта ясно и точно свидетелства за правилното и ефективно разпределение на задълженията и отговорностите между заетите. Управленската политика включва разработване на програми за допълнителна мотивация на персонала, с оглед повишаване на личната ефективност на всяко заето лице. Сезонната експлоатация, която в много случаи се явява основен проблем за кадровата обеспеченост, не играе ролята на демотивиращ фактор. Годишно се наемат и квалифицирани, и неквалифицирани служители, като техните отговорности се разпределят спрямо

личните и професионалните им компетенции. За 2019 г. средносписъчният брой на персонала за сезона е 151 души, а за 2021 г. е 75 души, което отново свидетелства за негативното влияние на кризата от COVID-19 върху заетостта в хотелиерството. С оглед задържането на висококвалифицирани кадри с натрупан практически опит, мениджмънтът на хотела се запазва с целогодишна заетост.

- Финансови ресурси. Наличните парични средства са от особено значение за функциониране на всяко предприятие. На базата на постигнатите финансови резултати собственици и ръководни органи вземат решения за последващото развитие на фирмата. Основна задача пред ръководството е търсенето и откриването на най-добрите възможности за финансиране на дейността. За 2019 г. основният капитал на хотел „Атлас” е в размер от 414 хил. лв., а получените заеми и лихви са на стойност 815 хил. лв. През годината са платени и предоставени заеми, съответно нетните парични потоци от финансова дейност са 1081 хил. лв., а общите парични наличности в края на периода са 222 хил. лв., което представлява спад със 130 хил. лв. в сравнение с предходната година¹⁹.

- Информационни ресурси. Наличната и навременно предоставяната информация играе съществена роля за ефективността на комуникационната политика на туристическото предприятие. Хотел „Атлас” разполага със собствен сайт и страници в социалните мрежи с над 6 хил. последователи (Facebook и Instagram), където информацията, насочена към реални и потенциални потребители, е винаги актуална и периодично обновявана. Не е маловажна и информационната обезпеченост на самата фирма по отношение на конкурентите, доставчиците и партньорите. „Атлас” прави ежемесечни справки на своите контрагенти, а отдел „Маркетинг и резервации” се грижи за извеждането на регулярни анализи на конкуренцията.

- Интелектуални ресурси и фирмена култура. Фирмените ценности, интелектуалната собственост, поведението на персонала и установените порядки в работния процес формират общата фирмена системо-образуваща култура. От важно значение за ефективността, в т.ч. и икономическата, на хотела е комуникацията между отделите и създадения работен микроклимат в обекта.

¹⁹Финансов отчет на хотелски комплекс “Атлас”, 2019

Стратегическа роля тук има мениджърският екип, който координира и задава главния стереотип за работа. Всеки зает има определени права и задължения и се подчинява на свой ръководител. Комуникационният климат в хотелски комплекс „Атлас“ е напътстващо-поддържащ. За този стил на управление са характерни предимно устните разпореждания и указания, като тук мениджърите се ръководят от собствените си познания и преценка за своите служители. Наблюдава се склонност към комуникативност, взаимно разбирателство и търпимост към всички наети лица, независимо от тяхната квалификация и компетенции. Не са известни случаи на дискриминация или прояви на нетолерантност към индивидуалните личностни характеристики на работещите. Що се отнася до потребителските възприятия за интелектуалния ресурс на обекта, можем да твърдим, че марката на хотела е вече наложена на пазара на международния масов морски туризъм. Фирменото лого визуално кореспондира с основните цветове на хотела. От психологическа гледна точка, оранжевият цвят, който се среща в интериорния дизайн на сградата и в емблемата на хотела, е символ на топлотата, радостта, слънцето и чистата енергия – особено атрактивни усещания, превръщащи се във фактори за вземане на решение за практикуване на лятна рекреация край морето.

В § 2.2., „Анализ на външната среда на хотел „Атлас““ е направен опит за проследяване на влиянието на външната среда на хотел „Атлас“. Външната среда на хотел „Атлас“ може да бъде представена като своеобразна амалгама от влияния, които условно образуват два вида среди²⁰ (вж. фиг.4):

- макросреда (наричана още обща външна среда), състояща се от фактори, които се намират отвъд възможностите за контрол от страна на предприятието;
- микросреда (известна в литературата и като специфична външна среда или мезосреда), дефинирана от Котлър и Армстронг като: „сили, близки до компанията, които оказват влияние върху способността ѝ да обслужва клиентите си – самата компания, маркетинговите канали на фирмата, потребителските пазари, конкурентите, социалните общности“²¹.

²⁰ Vallen, G., Vallen, J., Check-In Check-Out: Managing Hotel Operations, 2017

²¹ Kotler, Ph., G. Armstrong, Marketing an introduction, New Jersey, 1990



Източник: фигурата е съставена от автора

Фиг. 4 Външна среда на хотелски комплекс „Атлас“

Можем да групираме факторите на външната среда на хотел „Атлас“ в две основни категории:

1) Политически, икономически, социокултурни, технологични, екологични и правни фактори и условия, изследвани в настоящата разработка чрез извеждане на PESTEL анализ;

2) Потребители, доставчици, конкуренти, обществена и публична среда, разгледани за целите на дисертационния труд чрез Анализа на Портър за петте конкурентни сили.

Именно в тази връзка чрез § 2.3 SWOT анализ на х.к. „Атлас“ се поставя решаването на две основни задачи²²: първо, той предлага синтезиран вариант на диагноза на състоянието на външната и вътрешната среда на хотел „Атлас“ и

²² Програма за развитие на туризма в Община Варна 2014 – 2020. (<https://varnacouncil.bg>), 23.12.2021

второ, той подпомага разработването на стратегически насоки за бъдещо развитие и повишаване на ефективността, в т.ч. и икономическата, на изследваното предприятие. На практика, SWOT матрицата е предназначена за прогнозиране на положителните и отрицателните влияния на общата и специфичната външна среда и за идентифициране и противодействие срещу опасностите, рисковете и трудностите пред бъдещото развитие на обекта²³ (вж. табл.2)

Таблица 2

SWOT анализ на хотелски комплекс „Атлас“

| | |
|---|--|
| <p>Силни страни Привлекателно местоположение Високо ниво на материалната база Добро ниво на качеството на обслужване Благоприятен климат и излаз на море Конкурентна ценова политика Добри финансови показатели Прилагане на международен стандарт ISO Високи нива на RevPAR, ADR и заетост Висок показател на EBITDA</p> | <p>Слаби страни Високи цени на основни и допълнителни услуги Необходимост от заплащане на повечето допълнителни услуги Недостатъчен брой паркоместа Недостатъчен брой шезлонги на басейна Наличие само на един ресторант Неефективна реклама на отделните услуги – например, SPA Центъра Недобре развит отдел „Маркетинг“ Недостатъчен обем на директните резервации Неефективност на онлайн каналите за отзиви и коментари от гости Сравнително малък трафик през хотелския уебсайт Несвършена оптимизация на сайта (SEO)</p> |
| <p>Възможности за развитие Увеличаване броя на паркоместата Обособяване на бюро за туристически екскурзии Обособяване на плажна територия към хотела Подобряване ефективността на рекламата в различни медии Подобряване на възможностите за публично оповестяване на нови промоционални кампании Обособяване на длъжност „Маркетинг специалист“ – за</p> | <p>Заплахи за развитие Строеж на хотелски комплекси в съседство Оттегляне на туристи от комплекса, поради свръхзастрояването Висок обем на замърсяване със строителни отпадъчни материали Ограничаване на покупателните способности на населението Нарастване на безработицата Повишаване нивата на инфлация</p> |

²³ Караджов, В. SWOT анализ на международните сезонни трудови миграции на студентите от България (студентски бригади)// Economics and Management, Volume: XII, Issue: 2, Year: 2016, p.183-196

| | |
|--|--|
| проучване и анализ на потребителското търсене и за внедряването на нови услуги Засилване на контрола върху персонала Развитие на каналите за онлайн отзиви и коментари от гости Диверсифициране на каналите за резервации Подобряване оптимизацията на сайта | Икономически загуби в следствие на намаляване на обемите на пътуване, поради COVID-19 Несигурност на въздушния транспорт от и към Варна като последица от COVID пандемията Понижаване нивата на заетост и увеличаване на безработицата, свързани с COVID-19 Отрицателно въдействие на COVID-19 върху обществения живот, организацията на работа и психиката на индивида |
|--|--|

Източник: информацията в таблицата еобобщена от автора

Информацията в таблицата ясно показва превеса на слабите страни над силните такива. Като четиризвезден хотел, „Атлас“ функционира от пет години пред него определено все още съществува необходимостта от въвеждане на подобрения.

В § 2.4. Оценка на икономическата ефективност на морски хотелски комплекс на примера на х.к „Атлас“ в к.к. „Златни пясъци“ целта е да бъде разгледано настоящото състояние на хотелски комплекс „Атлас“ от гледна точка на икономическата ефективност и в този контекст се поставят следните изследователски въпроси:

Изследователски въпрос 1: Какво е нивото на ефективност в хотелски комплекс „Атлас“?

Необходимо е да се проучи кои характеристики на хотела причиняват различия в ефективността. Външната среда е важен фактор за ефективността. Комплексът е близо разположен до плажа, в един от най - известните морски курорти в страната - к.к. „Златни пясъци“. Марката на хотела не е подходяща за изследване, тъй като и базовият хотел е със собствена марка и би било трудно да се направи сравнение по този критерий. Друга възможност би могла да бъде да се проучи разликата между фирмената собственост, но и двата хотела са фирмена собственост. Поради тази причина е взето решението да се провери дали има

разлика в ефективността сред хотелите с различен размер и качество. Броят на звездите на хотелите обикновено се използва за оценка на тяхното качество²⁴.

За да бъдат проучени кои характеристики на хотела причиняват отклонения в ефективността, се добавят и следните въпроси:

Изследователски въпрос 2: Има ли разлика в ефективността между хотелите с различна големина?

Изследователски въпрос 3: Има ли разлика в ефективността между хотелите с различно качество (категория звезди)?

При това изследване са приложени два метода. Първо се използва DEA за изчисляване на оценките на ефективността, последвано от анализ на дисперсията, за да се определи дали има разлики в ефективността между хотели с различен размер и категория звезди.

Основните източници на данни за тази извадка са сравнителна оценка на счетоводната информация на хотелите и въпросник за несчетоводна информация за хотелите. Използвани са данните са хотелски комплекс „Атлас“ и базовия хотел „Касандра Палас“ (вж. табл. 3)

Таблица 3

Основни характеристики на хотели „Атлас“ и „Касандра Палас“

| Показател | Хотел „Атлас“ | Хотел „Касандра Палас“ |
|---------------------|----------------------|-------------------------------|
| Местоположение | България | Гърция |
| Категория | 4 звезди | 5 звезди |
| Форма на обслужване | All Inclusive | ВВ, НВ, FB |
| Брой стаи | 273 | 260 |
| Брой легла | 573 | 536 |

Източник: информацията в таблицата е систематизирана от автора

Резултатите от ефективността са много чувствителни към промяната в стойностите²⁵, поради което е проведено откриване на потенциална промяна в стойностите. В DEA има различни начини за откриване на тези остатъци.

²⁴ Israeli, A., Star rating and corporate affiliation: their influence on room price and performance of hotels in Israel, 2002, p. 18

²⁵ Donthu, N., Hershberger, E. K., & Osmonbekov, T., Benchmarking marketing productivity using data envelopment analysis, 2005, p. 23

Използвана е техника, която е приложена в предишни изследвания²⁶. Този метод за откриване се състои от два етапа. Първата стъпка е да се изчислят разстоянията на Mahalanobis²⁷ за всички точки от данни на всички променливи на модела (входни и изходни променливи). Разстоянието Mahalanobis представлява разстоянието между точките от данни, което определя разпределението на всички точки от данни и се изчислява чрез формулата:

$$D_M(x) = \sqrt{(x - \mu)^T S^{(-1)}(x - \mu)} \quad (1)$$

x е векторът входни и изходни променливи на „Атлас“;

μ е векторът от средните стойности на входните и изходните променливи на „Касандра Палас“;

S е ковариационната матрица на входни и изходни променливи.

Разстоянието Mahalanobis D^2 следва χ^2 разпределение. В конкретния случай е разстояние от многомерния вектор на характеристиките на хотел „Атлас“ до многомерния вектор на характеристиките на хотел „Касандра Палас“, като вторият хотел е избран за контролен. Данните за него са достъпни. Друга възможност е да се проучи разликата между дестинацията. Поради тази причина е взето решение да се анализира дали има различия в ефективността между хотели от различни, но близки дестинации.

Втората стъпка е определяне на вероятността, свързана с всяка точка от данни, като се използва разпределение на CDF χ^2 . Изчисляването на D^2 е направено в SPSS в модула регресия. Ако вероятността D^2 да следва χ^2 разпределението е по-малка от прага, точката от данни е по-далечна. Изчисляването на вероятността, свързана с D^2 , се прави с помощта на CDF за разпределение на χ^2 по формулата: $P_i = 1 - \text{CDF}(D_i^2)$. Данните са сортирани според намаляващата стойност на p_i . Прагът за потенциални отклонения е $p < 0,01$.

При определяне на резултатите от ефективността е приложен ориентиран към изхода модел CCR с постоянна възвръщаемост от мащаба. Решено е да се

²⁶Verardi, V., & Dehon, C., Multivariate outlier detection in Stata, 2010, p. 19

²⁷Mahalanobis, P. C., On the generalised distance in statistics, 1936, p. 34

използва подход, ориентиран към изхода DEA, който максимизира продукцията със същото ниво на входните данни, докато ориентираният към входа подход работи върху минимизиране на входните данни, което може да повлияе на нивото на качеството на услугата, което може да има сериозни последици в хотела.

От първоначалната си разработка методологията DEA получава постоянно нарастващо значение като инструмент за оценка на ефективността и подобряване на ефективността на производствените и сервизни операции. Изборът на извадката за целите на настоящия документ се основава на база данни, поддържана от ICAP Group, най-голямата компания, предлагаща бизнес информационни услуги на Балканите. Годината на проучване е 2019 г. Изграждането на базата данни спазва някои строги критерии: на първо място, хотели, които се сблъскват с подобни сезонни модели през годината; второ, хотели, принадлежащи към една и съща категория - 4 звезди; и трето, хотели с капацитет над 150 легла. Горните критерии са избрани, за да се осигури хомогенна извадка и да се избегнат погрешни оценки относно ефективността на разглежданите единици. Важно е да се посочи, че хомогенността на анализиранияте хотели се основава на следното: те се конкурират на един и същи пазар; имат общ оперативен период и подобно качество на услугите, фактори, които са взети предвид заключенията на разработката.

След този процес на подбор, анализът разглежда два хотелски комплекса, които работят независимо. Отчитайки входните и изходните променливи, използвани в настоящото проучване, те са избрани така, че резултатите от това изследване да бъдат съпоставими със съответната литература. Променливите, които са избрани като входни в проучването, отразяват необходимите ресурси за постигане на конкретни управленски цели. Броят на служителите измерва човешките ресурси в хотелския комплекс. Броят на леглата и общите оперативни разходи на хотел измерват използваните капиталови вложения.

Съгласно основната изследователска теза на дисертационния труд, икономическата ефективност на хотелския комплекс и нейното повишаване са многофакторно обусловени по отношение на разходите и приходите от дейността на обекта. Формулираната теза се конкретизира в следните три хипотези:

Хипотеза 1. Ефективността на морски хотелски комплекс зависи от структурата на разходите, в която с най - голяма тежест са разходите за работни заплати и осигуровки. От направения анализ става ясно, че разходите трябва да бъдат намалени за постигане на 100-процентова ефективност. Ще трябва да се увеличи броят на служителите с 21, за да може да се отговори на новите нужди на хотела за обслужване на клиенти, както и подобряване на маркетинга, особено в условията на пандемията от COVID-19. От анализа е видно, че разходите за възнаграждения са с най – голям процент.

Хипотеза 2. Ефективността зависи от структурата на приходите, в която с най - голяма тежест са приходите от нощувки. Постигането на ефективност зависи от общите приходи, които трябва да нарастнат с 9534 единици.

Хипотеза 3. Ефективността зависи от капацитета на морския хотелски комплекс, изразен в брой легла. Според данните на направения анализ, хотелски комплекс „Атлас”, за да достигне степен на 100% техническа ефективност, ще трябва да увеличи оперативния капацитет със 7 легла (от 573 на 580, т.е. 1,28%).

На базата на представения дотук анализ, можем да направим следните основни изводи и заключения:

Първо, въпреки сравнителното намаляване на броя на заетите лица в отговор на предизвикателствата на COVID-19, разходите за работни заплати остават с най-голям обем, пряко рефлектиращ върху икономическата ефективност на изследваното предприятие. В този смисъл, формулираната за целите на дисертационния труд Хипотеза 1 се потвърждава;

Второ, постигането на икономическа ефективност е функция на структурата на общите приходи от дейността в обекта. Анализът показва, че приходите на хотел „Атлас” следва да нарастнат значително, а на този етап пазарът не може да го позволи. Нарастването в пъти на средната цена ще бъде нерелевантно на пазарната конюнктура и ще доведе до отлив на туристи. Поради тази причина Хипотеза 2 се отхвърля;

Трето, както вече посочихме, видовете ефективност не следва да се изключват взаимно и да си противоречат, а да са в непрекъсната интеграция помежду си. В този смисъл, повишаването на техническата ефективност на

изследвания обект непременно ще доведе и до повишаване и на икономическата ефективност, тъй като всяко допълнително легло означава и допълнителен икономически резултат за хотела. На базата на това заключение, Хипотеза 3 се потвърждава.

Глава трета. ПРЕПОРЪКИ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА ИКОНОМИЧЕСКАТА ЕФЕКТИВНОСТ НА МОРСКИ ХОТЕЛСКИ КОМПЛЕКС ПО ПРИМЕРА НА Х. К. „АТЛАС“

В § 3.1. „Тенденции в развитието на хотелиерството в контекста на морския ваканционен туризъм” извеждаме общите тенденции, както и регионалните аспекти на диверсификацията като реакция на потребителските изисквания и външни влияния и са очертани насоки за повишаване на икономическата ефективност на х.к. „Атлас“ в к.к. „Златни пясъци“ :

- ✓ Застаряване на населението и демографски промени;
- ✓ Миграция;
- ✓ SPA и здравен туризъм;
- ✓ Информационни и комуникационни технологии;
- ✓ Климатични промени;
- ✓ Диверсификация на туристическите продукти;

В заключение, развитието на хотелиерството в контекста на морския ваканционен туризъм ще бъде силно повлияно от най-значимите глобални тенденции, които ще формират новата пазарна среда и бъдещето на туризма.

Посочените дотук аргументи способстват формулирането на следните по-главни изводи:

Първо, разширяването на сезона на морския хотелски комплекс „Атлас“ би могло да се осъществи чрез инвестиране в зали и оборудване за провеждане на конферентни мероприятия, които да бъдат организирани в крилата на сезона.

Второ, може да се помисли в инвестиции на спортно-развлекателни съоръжения и игрища, които да са предпоставка за привличане на гости, с подобни интереси и цел на пътуване. Следва точен анализ на възвръщаемостта, поради

опасност от непокриване на инвестицията за такъв тип съоръжения за провеждане на конферентен туризъм, който поради COVID-19 е в застой.

Трето, не на последно място, в крилата на сезона се развива инсентив туризъм. Морски хотелски комплекс „Атлас“ има капацитета като ресторант „а ла карт“ и оборудване за провеждането на сватбени мероприятия, които предпочитано се провеждат през май, юни и септември.

§ 3.2. „Тенденции в развитието на морските хотелски комплекси в България” поставя фокус върху развиването на морските хотелски комплекси чрез стимулиране на строителството на висококатегорийни хотели и ресторанти, подобряване връзката между бизнеса и образованието относно обучението на високо квалифициран и мотивиран човешки ресурс, използването на съвременни технологични решения, стимулирането на инвестиционни проекти, които предвиждат прилагането на иновационни и енергоспестяващи технологии, поддържането на екологичното равновесие и др. Съчетаването на посочените насоки за бъдещо развитие на дейността в индустрията с големия потенциал на туристически ресурси, ще спомогне за подобряване на ефективността на конкретния морски хотелски комплекс, както и на дестинацията за позиционирането ѝ на европейския и световния пазар.

В **§ 3.3. „Препоръки за повишаване на икономическата ефективност на х.к „Атлас“ в к.к. „Златни пясъци”** формулираме препоръки в три направления: усъвършенстване на инвестиционния процес за развитие на обекта; оптимизиране на експлоатационните разходи; оптимизиране на приходите на обекта:

а) усъвършенстване на инвестиционния процес

Чрез използване наличната база на хотелски комплекс „Атлас“, могат да се разработят иновативни услуги за възрастни хора, базирани на водещи технологични решения. Услугите ще следват концепцията на ЕС за активното и здравословно остаряване и ще бъдат насочени към възрастни хора (пенсионери) основно от Западна Европа и, разбира се – от България, на които ще се предлагат възможности за престой и баленолечение.

Основните пунктове в модернизацията на хотелския комплекс „Атлас“ биха били следните:

- подмяна на осветлението в целия обект с LED осветление;
- изграждане на платформа за басейни за хора с увреждания;
- обновяване на фитнес залата с нови кардио-уреди, отговарящи на нуждите на съвременния турист;
- изграждане станция за зареждане на електромобили;
- имплементиране на Wi-fi управление от единно устройство на климатизация, осветление, мултимедия (hardware & software) в стаите;
- преоборудване на конферентни зали - TV екрани /видеостени/ мултимедийни устройства; мултифункционални столове;
- монтиране на фотоволтаици и термопомпа с цел подобряване на енергийната ефективност;
- инсталиране на система за солна електролиза за филтриране водата в басейните, с цел подобряване качеството на водата и оптимизиране на разходите за химикали;
- изграждане на система в хотелските стаи, индикираща желанието на гостите /„моля, почистете”, „моля, не безпокойте”/;

б) оптимизиране на експлоатационните разходи

Основни направления за ограничаване на експлоатационните разходи в морския хотелски комплекс са:

- Въвеждане на съвременни програмни продукти при организацията на труда на персонала- карти за чекиране, сумарно отчитане на работното време;
- Използване на ефективна система за поетапно наемане на кадри според потребностите на туристическото предприятие - тук може да се приеме за критерий за наема на персонал по отдели, според процентната заетост в морския хотелски комплекс;
- Прилагане на гъвкави форми за заплащане на труда и мотивация на персонала – ваучери за храна, допълнителни материални стимули, бонуси за отдел резервации при свободните настаняване;

- Употреба на ефективен контрол при оползотворяване на разходите и крайните резултати от дейността на морския хотелски комплекс и др.;
- Изграждане на система за контрол на потребяваната ел. енергия;
- Анализ на аутсорсинг услугите, тяхното редуциране и/или създаване на звена по възможност – например да се наеме персонал за ИТ поддръжка, а не да се плаща за абонамент ;

в) оптимизиране на приходите

Водещи направления за повишаване на приходите на морския хотелски комплекс са:

- Увеличаване на реализираните приходи от продажба на туристически услуги, качеството на туристическите услуги и туристическото обслужване;
- постигане на по-голяма продължителност на туристическия сезон;
- увеличаване заетостта на материалната база;
- усъвършенстването на политиката за персонала и организацията на труда;
- усъвършенстване на ценовата политика;
- прилагане на концепции за оптимизация на приходите.

Оценката на рентабилността на туристическите продукти и услуги дава възможност за преразглеждане на ценовите стратегии на туристическото предприятие. За еднородни туристически услуги ценови индекс като чист приход от единица услуга (нощувка, транспорт или цена на единица услуга) може да се използва като показател за тенденциите в ценовата стратегия на туристическото предприятие и отрасъла като цяло.²⁸

²⁸Нешков, М., Казанджиева, В. Икономика и управление на туристическото предприятие. Варна: Наука и икономика, 2009., с. 177

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящото изследване е предложена рамка за оценка на ефективността на туристически обект от вида на хотелски комплекс. Ефективността е изследвана за хотелски комплекс „Атлас”, но тя може да се приложи и в други туристически предприятия, които имат подобни условия, като висока зависимост от туризма и акцент върху морския туризъм, който е ограничен до един сезон. Целта на разработката е да представи резултатите от ефективността на хотела като източник на информация, необходима за подобряване на бизнес резултатите и осигуряване на показатели за хотели, които не са достигнали максимална ефективност. Намирането на най-подходящото решение за повишаване на ефективността на хотелите е много сложен въпрос, който трябва да се реши заедно със счетоводния отдел и експертите по управление на разходите и приходите и отделите за продажби и маркетинг. Само при подходяща и балансирана връзка между приходите и управлението на разходите, хотелите могат да постигнат оптимална стратегия за повишаване на ефективността си и съответно да повишат резултатите от дейността. Съгласно предложения концептуален модел, в рамките на предмета и обекта на изследването са анализирани всички компоненти.

Въпреки някои ограничения пред разработването на дисертационния труд, получените резултати могат да бъдат използвани за последващи проучвания в областта на икономическата ефективност на морски хотелски комплекс. Обобщената количествена и качествена информация може да бъде допълнително интерпретирана и съпоставена чрез различни изследователски методи.

IV. СПРАВКА ЗА ПРИНОСИТЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

В дисертационния труд открояваме следните приноси от научно-приложен характер:

✓ систематизирана е теорията и са изведени особеностите на инвестициите и икономическата ефективност на морски хотелски комплекс в контекста на разбирането за икономическа ефективност в туризма;

✓ разработен е авторов модел за оценката на икономическа ефективност на морски хотелски комплекс на основата на анализ на система от икономически показатели;

✓ извършен е сравнителен анализ на икономическата ефективност на конкретен морски хотелски комплекс (х.к. „Атлас“ в к.к. „Златни пясъци“) чрез систематизиране на количествени и качествени данни от различни информационни източници;

✓ формулирани са насоки за увеличаване на икономическата ефективност в морски хотелски комплекс.

V. СПИСЪК НА ПУБЛИКАЦИИТЕ ПО ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Статии:

1. **Попова, Л.** „Критерии за оценка на рентабилността на инвестициите в хотелски комплекс”, статия от участие в кръгла маса „Тенденции и предизвикателства пред глобалния туризъм”, организирана от Катедра „Икономика на туризма”, УНСС – София 30-31.10.2015 г.

2. **Bardukova, L.**, EVALUATION CRITERIA OF INVESTMENTS PROFITABILITY IN A HOTEL COMPLEX, Eastern Academic Journal, Issue 3, pp. 34 - 41, October, 2021

Доклади:

1. **Попова, Л.**, „Тенденции на инвестициите в еко хотели”, доклад в Международна научна конференция ”Екологичен и селски туризъм-предизвикателства и перспективи“, организирана от Университет „Професор Асен Златаров“- Бургас, Колеж по туризъм, Бургаска асоциация за екологичен туризъм, 18-19.06.2015.

2. **Попова, Л.**, „Инвестиции в туризма и опазване на културното наследство”, доклад от участие в международна научна конференция на Югозападен университет “Неофит Рилски”- Благоевград, Съюзът на учените, клон Благоевград и Икономически университет- Варна на тема „Културен коридор Виа Адриатика-културен туризъм без граници”, 15-19.10.2015 г.

3. **Попова Л.**, „Тенденции на инвестициите в морски хотелски комплекс”, доклад от участие в международна научна конференция на Икономически университет- Варна на тема „Туризмът в епохата на трансформацията”, 03-05.1.2015г.

4. **Бърдукова Л.**, „Роля на инвестициите за намаляване на сезонните колебания в заетостта на морски хотелски комплекс”, доклад в Черноморски туристически форум „България туристическа дестинация за четири сезона“, организирана от Варненска туристическа камара, 13-15.10.2016 г.

ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ

Декларирам, че настоящата дисертация е изцяло авторски продукт и при нейното разработване не са ползвани в нарушение на авторските им права чужди публикации и разработки.