

DOI 10.31483/r-110688

Киреева Марина Михайловна

**РЕГИОНАЛЬНЫЙ РЫНОК ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА:
ОЦЕНКА ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Аннотация: в главе исследованы ключевые показатели деятельности предприятий туризма и индустрии гостеприимства региона. Проведено сегментирование предприятий в соответствии с величиной финансово-экономических показателей и ее сравнения со среднеотраслевым значением. В зависимости от количества показателей, превышающих среднеотраслевое значение, выделены группы предприятий (1 группа – «зеленая зона», 2 группа – «синяя зона», 3 группа – «желтая зона», 4 группа – «красная зона») и сформулированы краткие рекомендации по развитию деятельности в каждой группе. Методами исследования выступили отбор, систематизация, табличный, графический и расчетный методы; сравнение, сегментирование, группировка, оценка.

Ключевые слова: регион, показатели эффективности, сегмент, отрасль, туризм, гостеприимство, предприятие.

Abstract: the chapter studies the key performance indicators of tourism and hospitality industry enterprises in the region. The segmentation of enterprises according to the value of financial and economic indicators and its comparison with the average industry value is carried out. Depending on the number of indicators exceeding the industry average value, groups of enterprises (group 1 – "green zone", group 2 – "blue zone", group 3 – "yellow zone", group 4 – "red zone") were singled out and brief recommendations for the development of activity in each group were formulated. The research methods include selection, organisation, table, graphic and calculation methods; comparison, segmentation, grouping, evaluation.

Keywords: region, efficiency indicators, segment, industry, tourism, hospitality, enterprise.

Введение. Предприятия индустрии туризма и гостеприимства являются неотъемлемым элементом региональной инфраструктуры и составной частью региональной социально-экономической системы. Региональный туризм выступает фактором, обеспечивающим стабильное развитие социально-экономических отношений, складывающихся по поводу производства и потребления услуг предприятий отрасли [5, с. 68].

В механизм функционирования туристского рынка включено огромное количество различных предприятий и организаций (туроператоры, турагенты, средства размещения, предприятия общественного питания, организации сферы культуры, искусства и развлечения и пр.), которые обеспечивают пребывание туристов на конкретной территории. Доход и в целом финансово-экономическое положение таких предприятий напрямую зависит от туристского спроса, который в свою очередь коррелирует с емкостью туристских ресурсов, состоянием материально-технической базы туррынка и региона в целом, уровнем жизни и доходов населения, эпидемиологической ситуацией на определенной территории и рядом других факторов.

Существуют различные исследования, связанные с анализом финансовых ресурсов и ключевых показателей деятельности предприятий в туризме и гостеприимстве. Сравнительный анализ доходов коллективных средств размещения Ивановской, Владимирской, Костромской и Ярославской областей за 2013–2020 гг. проведен в работе [1, с. 124]. В ней общая сумма доходов коллективных средств размещения от оказания услуг проживания, питания, санаторно-курортных, оздоровительных и других услуг, предоставляемых отдыхающим и другим лицам, рассматривается в качестве базового критерия для изучения туристского бизнеса в регионах. В работе [7, с. 77–79] представлен анализ финансово-экономических результатов производственно-хозяйственной деятельности малых средств размещения Ивановской области за 2017–2019 гг., в соответствии с которым все анализируемые предприятия разделены на два сегмента – предприятия, чей оборот от продажи услуг размещения \geq среднего показателя по

России и предприятия, чей оборот \leq среднего показателя по России. 40% предприятий попали в первый сегмент и 60% – во второй.

Региональные особенности развития гостиничной индустрии на северо-западе РФ представлены в работе [4, с. 105]. В ней авторы отмечают, что на показатели развития коллективных средств размещения, в том числе на финансово-экономическую составляющую, влияют такие факторы как высокие издержки на создание объектов инженерной инфраструктуры для гостиничных комплексов; отсутствие доступных инвесторам долгосрочных кредитных инструментов с процентными ставками, позволяющими окупать инвестиции в объекты гостиничного комплекса в приемлемые для инвесторов сроки; невысокое качество подготовки отраслевых кадров и, соответственно, предоставляемых услуг. Проблемы в сфере финансовых показателей деятельности предприятий гостиничной индустрии юга России поднимаются в работе [3, с. 57]. Авторы делают вывод, что в Южном Федеральном округе компании сферы гостиничного бизнеса имеют более высокие значения и темпы прироста финансовых показателей, они более финансово устойчивы и платежеспособны, чем аналогичные предприятия по России в целом. Однако им присущи те же проблемы – убыточность, низкая платежеспособность и нехватка собственных оборотных средств.

Необходимо отметить, что в настоящее время финансово-экономическая составляющая деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства регионов требует периодической оценки и анализа в силу высокой динамичности изменения и обострения условий функционирования таких предприятий, предупреждения снижения показателей в силу различных причин, выявления существующих проблем и поиска их решения. В связи с этим данное исследование актуально в настоящее время и требует внимания ученых.

Основная часть. Показатели финансово-экономической деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства региона являются одной из составляющих ресурсного потенциала таких предприятий наряду с материальными, трудовыми, нематериальными ресурсами. В рамках данного исследования была сделана выборка предприятий Ивановской области, представленных в

электронной информационно-аналитической базе данных audit.it.ru [8], имеющих следующие виды деятельности: 55 «Деятельность по предоставлению мест для временного проживания»; 56 «Деятельность по предоставлению продуктов питания и напитков»; 79 «Деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма»; 90 «Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений»; 91 «Деятельность библиотек, архивов, музеев и прочих объектов культуры»; 93 «Деятельность в области спорта, отдыха и развлечений». В целом было проанализировано 196 предприятий индустрии туризма и гостеприимства Ивановской области. Структура анализируемых предприятий представлена в таблице 1.

Таблица 1

Структура анализируемых предприятий индустрии туризма и гостеприимства
Ивановской области

Вид деятельности	Количество предприятий, ед.	Доля, %
55 «Деятельность по предоставлению мест для временного проживания»	32	16,3
56 «Деятельность по предоставлению продуктов питания и напитков»	50	25,5
79 «Деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма»	50	25,5
90 «Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений»	13	6,6
91 «Деятельность библиотек, архивов, музеев и прочих объектов культуры»	1	0,6
93 «Деятельность в области спорта, отдыха и развлечений»	50	25,5
Итого	196	100

Наибольшая доля у предприятий общественного питания, предприятий туризма и организаций спорта, отдыха и развлечений – по 25,5%. 16,3% анализируемых предприятий осуществляют деятельность по предоставлению мест для временного проживания; 6,6% – деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений. Минимальное количество в выборке 0,6% у библиотек, архивов, музеев и прочих объектов культуры Ивановской области (в используемой базе данных отсутствуют сведения о других аналогичных организациях). На каждом из этапов анализа были проанализированы

финансовые показатели деятельности предприятий (выручка, рентабельность продаж, рентабельность активов) по каждому виду деятельности. Показатели средней выручки по анализируемым отраслям экономики за 2022 год представлены в табл. 2.

Таблица 2

Показатели средней выручки по анализируемым отраслям экономики
за 2022 год [2]

Отрасль экономики	Средняя выручка по отрасли, млн. руб.
Гостиницы и общественное питание	34,67
Культура и спорт	19,23

Исходя из табл. 2 можно сделать вывод, что в гостиницах и общественном питании средняя выручка существенно выше, чем в культуре и спорте. При этом анализируемые виды деятельности, представленные в таблице 1 сгруппированы лишь в две отрасли экономики, что обусловлено статистическими наблюдениями. Далее проведено сравнение данных по выручке средств размещения для временного проживания с показателями среднеотраслевой выручки за 2022 год. Все анализируемые средства размещения были поделены на 2 сегмента: 1 сегмент – предприятия (средства размещения), чья выручка выше среднеотраслевого показателя; 2 сегмент – предприятия (средства размещения), чья выручка ниже среднеотраслевого показателя (табл. 3).

Таблица 3

Сегментирование предприятий индустрии гостеприимства по показателю
«Выручка» с учетом среднеотраслевых значений

Вид деятельности	Показатель \geq среднеотраслевого (1 сегмент)	Показатель \leq среднеотраслевого (2 сегмент)
55 «Деятельность по предоставлению мест для временного проживания»	ООО «ГК «Капитал»; ООО «ГК «Турист»; ООО «Загородный оздоровительный центр «Ломы»; АО «Гостиничное хозяйство г. Иванова»; АО	ООО «Садко», ООО «ДБО «Озерная», ООО «Отели на Волге», МУП комбинат коммунальных предприятий г. Вичуга Ивановской области, ООО «Навигатор», ООО «Курортный отель «Фортеция-Русь», ООО «Делатеза», ООО Гостиничный Комплекс «Спа-Волга», ООО «Лагуна», ООО «Мед клиник», ООО «Центр туризма и отдыха», ООО «ИТБ-СМОЛ», ООО «Сфера», ООО «Комфорт», ООО «10 гусар», ООО «Итб-

	«Гостиница «Иваново»; ООО «Союз»; ООО «Парк отель»	семигорье», ООО «Уютный дом», ООО «Комфорт», ООО «СИМПЛ», ООО «МИКС», ООО «Звездная река», ООО «Олимп-риэлти», ООО «Русская дача», ООО «НК», ООО пансионат «Озерный»
--	--	--

В результате проведенного анализа в 1 сегмент вошли 7 предприятий или 21,9%, во второй сегмент – 25 предприятий или 78,1%. Данные говорят о низкой результативности деятельности средств размещения в Ивановской области, об их низком уровне привлекательности для туристов и низком турпотоке. Аналогично про сегментированы предприятия общественного питания (табл. 4).

Таблица 4

Сегментирование предприятий общественного питания по показателю «Выручка» с учетом среднеотраслевых значений

Вид деятельности	Показатель \geq среднеотраслевого (1 сегмент)	Показатель \leq среднеотраслевого (2 сегмент)
56 «Деятельность по предоставлению продуктов питания и напитков»	ООО «Пиццафабрика Иваново», ООО «Камс», ООО «Огонёк», ООО «Лидер», ООО «Мазай Групп», ООО «ТК Лайм», ООО «Ваниль», ООО «Риатовский Пивовар», ООО «Восточная сказка», МП Столовая «Школьная №33», ООО «Хорека», МП «Комбинат школьного питания Октябрьского района» г. Иваново, ООО «Бар», ООО «Купец & К», ООО «Норма-Пекарни», МУП Комбинат Школьного Питания «Школьник», ООО «Омега», ООО «Мир Вкуса», ООО «Возрождение», ООО «Мир Пиццы», ООО «Кофейня Софьи Петровны Кувшинниковой», ООО «Комплекс питания», ООО «Стройинвест-А», ООО «Шеш-Беш» Ярославль», ООО «Спорт-бар», МУП «Комбинат детского питания городского округа Вичуга», ООО «Феникс», ООО «Альянс», ООО «Дублин», ООО «Большой Каньон», ООО «Лидинг», ООО «Панорама», ООО «ФудСтар», ООО «Хрисаор», ЗАО «Мёд», ООО «ТК Ташир», ООО «Мацони», ООО «Ирида», ООО «Снабжение», ООО «Сезоны», ООО «Городок»	ООО «Пиццерия Иваново 1», ООО «Зеленый Город», ООО «Глория-Квантум», ООО «Кофе-Бин-Иваново», ООО «Ресторан №1», ООО «Гастроли», ООО «Квинта», ООО «Синергия», ООО кафе «Встреча»

9 предприятий общественного питания или 18% вошли во 2 сегмент и имеют показатель по выручке ниже среднеотраслевого в 2022 году. 41 предприятие или 82% превышают значение и входят в 1 сегмент. Это свидетельствует о высокой

эффективности управления в рамках данного вида деятельности в регионе. Это наилучший результат среди анализируемых групп предприятий. Аналогично про сегментированы предприятия туризма (табл. 5).

Таблица 5

Сегментирование предприятий туризма по показателю «Выручка» с учетом среднеотраслевых значений

Вид деятельности	Показатель \geq среднеотраслевого (1 сегмент)	Показатель \leq среднеотраслевого (2 сегмент)
79 «Деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма»	ООО «Скорость», ООО «Академия Сервиса», ООО ТК «Веста», ООО «Объединенное Королевство Иваново», ООО «Дольче Вита»	ООО «Туристическая Компания», ООО «Вероника-тур», ООО «СВР-ТУР», ООО «Волга Тур», ООО «ИнтерМостТур», ООО «Дилижанс», ООО «Багира», ООО «РуссТур», ООО «Проект Наста», ООО «Саммит», ООО «Туризм и отдых», ООО «Центр бронирования туров «Ив-турист», ООО «ТК Лягушка-Путешественница», ООО «Дольче Вита Регион», ООО «Русич», ООО «Спутник-Иваново», ООО «РТК», ООО «Селена-Плюс», ООО «Полосатый рейс», ООО ТК 500 туров, ООО «Прайд», ООО «Голиаф-Тур», ООО Бюро путешествий нота бене-тур, ООО «Гелинген», ООО «Астравел», ООО «Романтик ТУР +», ООО «Начало», ООО «ГА Шоколад», ООО «Мега трэвел», ООО «КруизТур», ООО «Первый визовый центр Иваново», ООО «Престиж», ООО «Вазаль», ООО «Реальность», ООО «Ива-Трэвел», ООО «Ален-тур», ООО «Турбюро «Витамин-ТУР», ООО «ТТО Славянка», ООО «Сто дорог», ООО «Территория отдыха», ООО «Альянс групп», ООО «РосТранс», ООО «ТУР 24», ООО «Олимп», ООО «СП ДИВА»

5 предприятий туризма или 10% имеют выручку выше среднеотраслевого показателя (1 сегмент), а все остальные 45 анализируемых предприятий или 90% – ниже (2 сегмент). Это низкий показатель, свидетельствующий о низкой эффективности работы. Аналогично про сегментируем предприятия в области искусства и организации развлечений (табл. 6).

Таблица 6

Сегментирование предприятий в области искусства и организации развлечений по показателю «Выручка» с учетом среднеотраслевых значений

Вид деятельности	Показатель \geq среднеотраслевого (1 сегмент)	Показатель \leq среднеотраслевого (2 сегмент)
90 «Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений»	ООО «Преображение»	ООО «Ривьера», ООО «Альфа», ООО «Беристрой», ООО «Партнер», ООО «Арт Дизайн», ООО «Атмосфера успеха», МАУК «КДЦ «Исток», ООО «Объединение праздник», НП «Ивановская красавица», ООО «Праздник», ЧУ «Кинешемский театр юного зрителя имени народного артиста СССР Л.В. Раскатова», ООО «Эллипс»

В таблице 6 только 1 предприятие (это 7,7%), а именно ООО «Преображение» имеет выручку выше среднеотраслевого значения и попало в 1 сегмент, все остальные 12 предприятий (92,3%) имеют выручку ниже среднеотраслевого значения и вошли во 2 сегмент.

Единственное предприятие в Ивановской области, имеющее вид деятельности 91 «Деятельность библиотек, архивов, музеев и прочих объектов культуры» (Государственное бюджетное учреждение Ивановской области «Государственный музей Палехского искусства») имеет выручку ниже среднеотраслевого показателя – 2 сегмент. Далее про сегментированы предприятия в области спорта, отдыха и развлечений (табл. 7).

Таблица 7

Сегментирование предприятий в области спорта, отдыха и развлечений по показателю «Выручка» с учетом среднеотраслевых значений

Вид деятельности	Показатель \geq среднеотраслевого (1 сегмент)	Показатель \leq среднеотраслевого (2 сегмент)
93 «Деятельность в области спорта, отдыха и развлечений»	ООО «Экспо+», ООО «Фитнес Клуб», ООО «ПРО-Фитнес», ООО «Профутбол», ООО «Центр аренды», ООО «Стройэкспо», ООО «Аква», МУП Палехского района Ивановской области «Палехский туристский центр», ООО «Ориджиналс»,	ООО «Актив Лайн», ООО «Арена Спорт», ООО «Орел И Решка», ООО «Олимпия Фитнес», ООО «Бонус», ООО «СРЦ», ООО «Центр Красоты и Спорта», ООО «РОЯЛ ФИТ», ПОУ «Ивановский авиационно-спортивный клуб Общероссийской общественно-государственной организации «Добровольное общество содействия армии, авиации и флоту России», ОАО «Транспорт-обслуживание-ремонт», ООО «Страйк», ООО «ФЦ «ДербеневЪ», ООО «Галактика», ООО «Кокос», ООО «Центр современной хореографии «ДАНС-СТАЙЛ», ООО «Серебряный парк», ООО «Спортивные технологии», ООО «ВЕСТ

ООО «ТОП Фитнес», ООО «Спортивный комплекс», ООО «Катран», ООО «Холдинговая компания «Оригинал», ООО «Олимпия», ООО «Иваново-Концерт», ООО «Оптимум Фитнес»	МУВ», ООО «Дентален», АГУ Ивановской области «Дирекция по Управлению спортивными объектами», ООО «Планета Плюс», ООО «Ромашка менеджмент», ООО «Театр огня Прометей», Некоммерческое партнерство Областной футбольный клуб Текстильщик, ООО «Аэростиль», ООО Фирма «Хлопок», ООО «Студия БП», ООО «Красная Нить», ООО «Радиус100», ООО «Культ Спорт», ООО «Рыбачок», ООО «Студия Бального Танца «Вояж», ООО «Файт Фитнес», Ассоциация Спортивный клуб «Энергия»
---	---

Среди предприятий табл.7 16 шт. или 32% вошли в 1 сегмент и имеют выручку выше среднеотраслевого значения, а остальные 34 предприятия или 68% ниже этого значения (2 сегмент). Количественные показатели сегментирования предприятий в соответствии с показателем «Выручка» и среднеотраслевым значением сведены в таблицу 8.

Таблица 8

Количественные показатели сегментирования предприятий в соответствии с показателем «Выручка» и среднеотраслевым значением

Вид деятельности	Показатель \geq среднеотраслевого (1 сегмент)		Показатель \leq среднеотраслевого (2 сегмент)	
	Количество предприя- тий, ед.	Доля, %	Количество предприятий, ед.	Доля, %
55 «Деятельность по предоставлению мест для временного проживания»	7	21,9	25	78,1
56 «Деятельность по предоставлению продуктов питания и напитков»	41	82,0	9	18,0
79 «Деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма»	5	10,0	45	90,0
90 «Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений»	1	7,7	12	92,3
91 «Деятельность библиотек, архивов, музеев и прочих объектов культуры»	0	0,0	1	100,0
93 «Деятельность в области спорта, отдыха и развлечений»	16	32,0	34	68,0
Итого	70	35,7	126	64,3

Таким образом, в 1 сегмент вошли 70 предприятий сферы туризма, гостеприимства, культуры и спорта или 35,7%, во 2 сегмент были определены 126 предприятий или 64,3%. Затем проведено сравнение со средними показателями рентабельности в России за 2022 г. (табл. 9).

Таблица 9

Средние показатели рентабельности деятельности предприятий по видам экономической деятельности в России за 2022 год [6]

Вид экономической деятельности (согласно ОКВЭД-2)	Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг), %	Рентабельность активов, %
деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	5,9	2,4
деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	13,0	4,6

Сегментирование предприятий по показателю «Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг)» с учетом среднеотраслевых значений представлено в таблице 10.

Таблица 10

Сегментирование предприятий по показателю «Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг)» с учетом вида деятельности и среднеотраслевых значений

Вид деятельности	Показатель \geq среднеотраслевого (1 сегмент)		Показатель \leq среднеотраслевого (2 сегмент)	
	Количество предприятий, ед.	Доля, %	Количество предприятий, ед.	Доля, %
55 «Деятельность по предоставлению мест для временного проживания»	13	40,6	19	59,4
56 «Деятельность по предоставлению продуктов питания и напитков»	17	34,0	33	66,0
79 «Деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма»	11	22,0	39	78,0
90 «Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений»	4	30,8	9	69,2

91 «Деятельность библиотек, архивов, музеев и прочих объектов культуры»	0	0,0	1	100,0
93 «Деятельность в области спорта, отдыха и развлечений»	15	30,0	35	70,0
Итого	60	30,6	136	69,4

Таким образом, по показателю «Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг)» с учетом среднеотраслевых значений 60 предприятий или 30,6% вошли в 1 сегмент, остальные 136 или 69,4% – во 2 сегмент.

Сегментирование предприятий по показателю «Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг)» с учетом среднеотраслевых значений представлено в таблице 11.

Таблица 11

Количественные данные по сегментированию предприятий по показателю «Рентабельность активов» с учетом вида деятельности и среднеотраслевых значений

Вид деятельности	Показатель \geq среднеотраслевого (1 сегмент)		Показатель \leq среднеотраслевого (2 сегмент)	
	Количество предприятий, ед.	Доля, %	Количество предприятий, ед.	Доля, %
55 «Деятельность по предоставлению мест для временного проживания»	22	68,8	10	31,2
56 «Деятельность по предоставлению продуктов питания и напитков»	38	76,0	12	24,0
79 «Деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма»	30	60,0	20	40,0
90 «Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений»	6	46,2	7	53,8
91 «Деятельность библиотек, архивов, музеев и прочих объектов культуры»	0	0,0	1	100,0
93 «Деятельность в области спорта, отдыха и развлечений»	24	48,0	26	52,0
Итого	120	61,2	76	38,8

Таким образом, по показателю «Рентабельность активов» с учетом среднеотраслевых значений 120 предприятий или 61,2% вошли в 1 сегмент, остальные 76 предприятий или 38,8% – во 2 сегмент. Количественные данные по сегментированию предприятий туризма, гостеприимства, культуры и спорта в соответствии с финансово-экономическими показателями представлены в таблице 12.

Таблица 12

Количественные данные по сегментированию предприятий туризма, гостеприимства, культуры и спорта в соответствии с финансово-экономическими показателями

Показатель	Показатель \geq среднеотраслевого (1 сегмент)		Показатель \leq среднеотраслевого (2 сегмент)	
	Количество предприятий, ед.	Доля, %	Количество предприя- тий, ед.	Доля, %
Выручка	70	35,7	126	64,3
Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг)	60	30,6	136	69,4
Рентабельность активов	120	61,2	76	38,8

Исходя из данных табл. 11, все предприятия, которые анализируются в данной работе, условно можно отнести к следующим группам: 1 группа – предприятия, у которых все три показателя имеют значение выше среднеотраслевого; 2 группа – предприятия, у которых два из трех показателей имеют значение выше среднеотраслевого; 3 группа – предприятия, у которых один показатель выше среднеотраслевого; 4 группа – предприятия, у которых все три показателя ниже среднеотраслевого значения. Информация по данным группам представлена в таблице 13.

Таблица 13

Итоговая группировка предприятий туризма, гостеприимства, культуры и спорта по группам

Группа	Примеры предприятий, вошедших в группу					
	Средства раз- мещения	Питание	Туризм	Искусство и	Библио- теки, архивы,	Спорт и отдых

				организа- ции раз- влечений	музеи и пр. объекты культуры	
1 группа («зеленая зона»)	ООО «Союз», ООО «Парк Отель» и др.	ООО «Пицца фаб- рика Ива- ново», ООО «Огонёк» и др.	-	ООО «Преобра- жение»	-	ООО «Экспо+», ООО «ПРО- Фитнес», ООО «Катран»
2 группа («синяя зона»)	АО «Гости- ничное хозяй- ство г. Ива- нова», АО «Гостиница «Иваново», и др.	ООО «Ли- дер», ООО «ТК Лайм», ООО «Во- сточная сказка» и др.	ООО «Ско- рость», ООО ТК «Веста» и др.	ООО «Объеди- нение праздник», ООО «Празд- ник»	-	ООО «Фитнес Клуб», ООО «Центр аренды» и др.
3 группа («желтая зона»)	ООО «ДБО «Озерная», ООО ГК «СПА- Волга», ООО «Сфера» и др.	ООО «Риа- товский Пи- вовар», ООО «Ре- сторан №1», ООО «Бар» и др.	ООО «Веро- ника- тур», ООО «Волга Тур» и др.	ООО «Партнер», ООО «Эл- липс»	-	ООО «Профут- бол», ООО «ТОП Фитнес» и др.
4 группа («красная зона»)	ООО «Садко», ООО «Отели на Волге», ООО «Центр туризма и от- дыха», ООО «ИТЬ- СМОЛ» и др.	ООО «Пиц- церия Ива- ново 1», ООО «Гло- рия-Кван- тум» и др.	ООО «Рус- сТур», ООО «Дольче Вита Ре- гион» и др.	-	ГБУ Ива- новской области «Государ- ственный музей Па- лехского искусства»	ООО «Олимпия Фитнес», ООО «Ко- кос» и др.

Подведем итог проведенного анализа в таблице 14.

Таблица 14

Итоговая группировка предприятий туризма, гостеприимства, культуры и спорта по группам или «зонам» (количественные показатели)

Группа	Количество предприятий, вошедших в группу						Итого, ед.
	Сред- ства раз- мещения	Пита- ние	Ту- ризм	Искусство и организа- ции развле- чений	Библиотеки, архивы, музеи и пр. объекты культуры	Спорт и от- дых	
1 группа («зеленая зона»)	5	16	0	1	0	3	25
2 группа («синяя зона»)	10	18	16	3	0	13	60

3 группа («желтая зона»)	7	12	15	2	0	20	56
4 группа («красная зона»)	10	4	19	7	1	14	55
Итого, ед.	32	50	50	13	1	50	196

Больше всего предприятий 60 ед. или 31% вошли во 2 группу или «синюю зону», где два из трех анализируемых финансово-экономических показателей превышает среднеотраслевое значение. Далее по количеству вошедших предприятий идет 3 группа или «желтая зона» – 56 ед. или 28%. На 1 предприятие меньше (55 ед. или 28%) в 4 группе или «красной зоне». Самая малочисленная 1 группа, в нее вошли 25 предприятий или 13%.

Заключение. В целом из представленного анализа можно сделать следующие выводы. Данные, представленные в электронной базе (audit-it.ru) не всегда, на наш взгляд, соответствуют реальному положению дел на некоторых предприятиях, например, по данным указанной базы одно и то же предприятие может функционировать на рынке длительный период, получать выручку выше среднеотраслевой, иметь активы и при этом показывать отрицательное значение чистой прибыли также длительное время. Ряд предприятий могут быть учтены в разных сегментах, поскольку основной вид деятельности, указанный при регистрации компании, не отражает специфику деятельности.

Предприятиям первой группы или «зеленой зоны» необходимо тщательно отслеживать все изменения на рынке, чтобы сохранить лидирующие позиции и уровень выручки, чистой прибыли и показателей рентабельности. Предприятиям второй группы или «синей зоны» необходимо обратить внимание на показатели, которые не соответствуют среднеотраслевым и приложить все коммерческие усилия для их повышения, чтобы перейти в первую группу. Предприятиям третьей группы или «желтой зоны» необходимо качественное изменение политики сбыта, чтобы коренным образом изменить свое положение на рынке и выйти из отстающей группы, улучшив показатели деятельности. Предприятиям четвертой группы или «красной зоны» возможно следует сменить вид деятельности, так как

их присутствие на рынке минимально, показатели финансово-хозяйственной деятельности низкие.

Список литературы

1. Васильчук Е.С. Региональный туризм: основные тенденции и перспективы развития / Е.С. Васильчук // Актуальные вопросы развития современного общества: сборник научных статей 12-й Всероссийской научно-практической конференции (Курск, 21–22 апреля 2022 года). – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. – С. 123–127. – EDN DXWUTM.

2. Интерфакс. Информационная группа Спарк. Статистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spark-interfax.ru> (дата обращения: 25.09.2023).

3. Казнова М.И. Тенденции развития и направления повышения эффективности деятельности предприятий гостиничного сервиса в Российской Федерации и Южном федеральном округе / М.И. Казнова, Д.В. Черемисинова, В.А. Карканица // Бизнес. Образование. Право. – 2023. – №2 (63). – С. 55–59. – DOI 10.25683/VOLBI.2023.63.602. – EDN HCRBWY.

4. Пилявский В.П. Современные особенности и тенденции развития отечественной сферы гостеприимства / В.П. Пилявский, И.Г. Павленко // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №3 (41). – С. 99–107. – EDN YMOWNQ.

5. Смирнова М.М. Управление процессами формирования экономических отношений между домохозяйствами в сфере культурного туризма / М.М. Смирнова // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. – 2014. – №1 (37). – С. 67–71. – EDN SCORTJ.

6. Центр экономико-правового анализа и сопровождения контрактов в промышленности «Контрактный Центр» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://contract-center.com> (дата обращения: 25.09.2023).

7. Цехла С.Ю. Повышение эффективности использования ресурсного потенциала малых средств размещения в развитии туризма / С.Ю. Цехла, И.Г. Павленко, М.М. Киреева. – Орел: Орловский государственный университет экономики и торговли, 2021. – 240 с. – ISBN 978-5-98498-343-3. – DOI 10.36683/978-5-98498-343-3. – EDN YTHRET.

8. Электронная информационно-аналитическая база данных бухгалтерской отчетности предприятий и организаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.audit-it.ru> (дата обращения: 22.03.2024).

Киреева Марина Михайловна – канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента, технологии бизнеса и гуманитарных дисциплин, Ивановский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Иваново, Россия.
