

Захарова А.А., магистрант первого года обучения экономического факультета

ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева»

ПРИМЕНЕНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ В ИССЛЕДОВАНИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ

Аннотация: Индустрия гостеприимства является «визитной карточкой» любой страны. Характеристика современного состояния, а также анализ перспектив развития индустрии гостеприимства в регионе является весьма своевременным в связи с подготовкой Республики Мордовия к проведению Чемпионата мира по футболу в 2018 году. В статье сделан акцент на ресторанном бизнесе региона и факторах, влияющих на его развитие.

Abstract: The hospitality industry is a "calling card" of any country. Characteristics of the current status, as well as analysis of the prospects of the hospitality industry in the region is very timely in connection with the preparation of the Republic of Mordovia to hold the World Cup in 2018 godu. V article focuses on the restaurant business ifaktorah region, influencing its development.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, ресторанный бизнес, оборот общественного питания, корреляционно-регрессионный анализ.

Keywords: hospitality, catering business, catering turnover, correlation and regression analysis.

Индустрия гостеприимства является «визитной карточкой» любой страны.

Характеристика современного состояния, а также анализ перспектив развития индустрии гостеприимства в регионе является весьма своевременным в связи с подготовкой Республики Мордовия к проведению Чемпионата мира по футболу в 2018 году. Поэтому характеристика современного состояния, а также анализ перспектив развития индустрии гостеприимства в республике является весьма своевременным [4].

Общим для всех определений является то, что индустрия гостеприимства – это комплексная сфера деятельности работников, удовлетворяющих любые запросы и желания туристов [1].

Результаты исследования показали, что отрасль общественного питания и ресторанного бизнеса Республики Мордовия, является одной из наиболее динамично развивающейся.

По данным, в 2011 году объем рынка общественного питания Республики Мордовия составил 1859,2 млн. руб., что на 8,1% больше, чем в 2010 году, и на 79,3 % выше уровня 2007 года.

Исследования показали, что в 2011 году в Республике Мордовия насчитывалось 45 коллективных средств размещения, из них 28 гостиничного типа, 11 санаторно-курортных организаций и 6 организаций отдыха.

Еще одним элементом индустрии гостеприимства является транспортная инфраструктура. Привлекательным для населения является автобусный транспорт, доля которого составляет в 2011 году – 60,9%. В 2011 году населению региона было предоставлено транспортных услуг на сумму 2690,8 млн. руб. (на 2,6 % выше уровня 2010 года и на 87,3 % больше, чем в 2007 году), В расчете на душу населения транспортных услуг оказано на сумму 3244,3 руб., что на 3,4 % больше, чем в предыдущем году и почти в 2 раза выше уровня 2007 года. Доля воздушного транспорта пока незначительна лишь 0,02%. Однако к 2018 году планируется ее приоритетное развитие.

Сектор культурно – развлекательных услуг региона весьма разнообразен и представлен библиотеками, музеями, театрами, парками, скверами, памятниками, спортивными сооружениями [2].

На начало 2012 года в Республике Мордовия действовали 22 туристские фирмы (в 2,2 раза больше по сравнению с 2007 годом), 20 из них - с частной формой собственности. Двадцать одна турфирма республики занималась продвижением и продажей туров (турагенты), одна - формированием туров (туроператор). Среднегодовая численность работников турфирм в 2011 году составила 151 человек (включая внешних совместителей и работников,

выполнявших работы по договорам гражданско-правового характера), что на 30 человек больше, чем в предыдущем году и на 63 человека больше, чем в 2007 году. Из общего числа персонала турфирм, 63,6% составляют женщины, 25,8% - лица до 30 лет. Почти половина (42,4%) персонала турфирм – менеджеры. Сумма комиссионных, агентских и иных вознаграждений турагентов за год составила 70,5 млн. рублей. Выручка от оказания туристских услуг в 2011 году составила 87,3 млн. руб. (что в 2 раза больше уровня 2007 года), в том числе в расчете на одну турфирму – 3967,5 тыс. руб., в расчете на одного работника – 578,1 тыс. руб. [3].

В ходе исследования проведен корреляционно-регрессионный анализ динамики оборота общественного питания в регионе в зависимости от ряда факторов, предполагаемых к включению в модель. Было отобрано 3 фактора, оказывающих наибольшее влияние на результативный показатель:

X_1 – среднедушевые доходы населения, руб.;

X_2 – число зарегистрированных браков, ед.;

X_3 – численность населения в возрасте 14-30 лет, чел.;

Результаты исследования показали, что при увеличении среднедушевых доходов населения на 1 рубль оборот общественного питания в среднем по совокупности увеличится на 0,157 тыс. руб. При увеличении числа зарегистрированных браков на 1 ед. оборот общественного питания в среднем по совокупности увеличится на 0,013 тыс. руб.

Таким образом, можно сделать вывод о целесообразности использования на практике данной регрессионной зависимости. Проведенный в работе анализ развития индустрии гостеприимства с помощью статистических методов позволил выявить наметившиеся в республике тенденции, определить изменения в структуре индустрии гостеприимства, проанализировать факторы, существенно влияющие на изменение оборота общественного питания.

Список литературы

1. Волков Ю. Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес.- Ростов н/Д, 2009. – 98 с.

2. Голуб Л. А. Социально-экономическая статистика: Учеб. пособие для студентов высших учебных заведений. – М.: Гуманит. Изд. Центр ВЛАДОС, 2001. – 321
3. Официальный сайт Территориального органа государственной статистики по Республике Мордовия – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mrd.gks.ru/>
4. Папирян Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства.-М.,2006.- 208 с.