

УДК 330; 332; 304;

## ***ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ БИЗНЕСА В СФЕРЕ САНАТОРНО- КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА***

***Лутохина С.А.***

*магистрант*

*Академия ИМСИТ,*

*Краснодар, Россия*

***Харсеева А.В.***

*кандидат философских наук, доцента кафедры бизнеспроцессов и  
экономической безопасности*

*Академия ИМСИТ,*

*Краснодар, Россия*

**Аннотация:** в данной статье рассматривается современное состояние туристско-рекреационного комплекса и перспективы его развития, проанализированы и рассмотрены отдельные показатели, характеризующие данную сферу. Представлена динамика доли туристской индустрии в мировом ВВП и проведено сравнение данного показателя с российскими данными. В статье описываются особенности оценки бизнеса в сфере санаторно-курортного комплекса. На примере классических подходов (доходного, затратного и сравнительного) рассматривается оценка стоимости бизнеса с учетом индивидуальных характеристик рекреационной сферы.

**Ключевые слова:** оценка бизнеса, туристско-рекреационный комплекс, санаторно-курортный бизнес, доходный подход, затратный подход, сравнительный подход

***FEATURES OF AN ESTIMATION OF BUSINESS IN THE SPHERE OF  
SANATORIUM-RESORT COMPLEX***

***Lutokhina S.A.,***

*Student*

*Academy IMSIT,*

*Krasnodar, Russia*

***Kharseeva A.V.***

*candidate of philosophy, associate Professor of business processes and economic security*

*Academy IMSIT,*

*Krasnodar, Russia*

**Abstract:** this article discusses the current state of the tourist and recreational complex and the prospects for its development, analyzed and considered some indicators that characterize this area. The dynamics of the share of the tourism industry in the world GDP is presented and the comparison of this indicator with the Russian data is carried out. The article describes the features of business evaluation in the sphere of sanatorium-resort complex. On the example of classical approaches (income, cost and comparative) the estimation of business value taking into account individual characteristics of the recreational sphere is considered.

**Keywords:** business evaluation, tourist and recreational complex, sanatorium and resort business, income approach, cost approach, comparative approach

На данный момент Краснодарский край является динамично развивающимся регионом. Благодаря уникальному расположению, сочетающему, поля, равнины, леса, морское побережье и горы, он является

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

богатой территорией для различных видов деятельности. Край известен своими плодородными сельхозугодиями, животноводством, и, безусловно, возможностью отдыха у моря.

Однако, в силу сложившихся традиций и взглядов общества, отдых россиян внутри страны рассматривается скорее как запасной вариант. Бытует ошибочное и предвзятое мнение, что внутри страны отдыхают только те люди, которые в силу обстоятельств не смогли позволить себе поездку в другую страну. Согласно статистическим данным [2], спрос на услуги внутреннего туризма растет с каждым годом, но приоритетным направлением остается отдых за рубежом. Между тем, подобное второстепенное отношение к отечественным курортам имеет принципиальное значение для развития туристско-рекреационной сферы страны в целом и курортов Краснодарского края в частности.

За последние десятилетия туристско-рекреационная сфера в мировом масштабе неуклонно расширяется. Из года в год растет количество туристов и людей, чья деятельность напрямую или опосредованно связана с туризмом. Согласно статистическим данным [3], вклад туризма в мировую экономику в 2017 г. достиг 8,3 трлн. долларов – 10,4% от общего мирового ВВП. Динамика данных представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Динамика доли валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом внутреннем продукте мира.

Представленные на рисунке данные свидетельствуют, что туризм – очень перспективная сфера ведения бизнеса. Каждый год развитие туризма в мире обеспечивает новые рабочие места.

Россия, несмотря на многочисленные и многогранные возможности, пока по этим показателям сильно уступает. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, в 2017 г. доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в ВВП РФ составила всего 3,5% (2604,7 млрд. руб.). Необходимо повышать конкурентоспособность отечественного туристско-рекреационного рынка в целом и отдельных его регионов в частности.

Одним из аспектов такого упущения видится проблема оценки, проектирования и ведения уже готового курортно-рекреационного бизнеса. Наблюдая сложившуюся ситуацию, складывается впечатление, что мало кто всерьез воспринимает такой бизнес. А начинать необходимо именно с оценки.

Санаторно-курортный бизнес принято рассматривать в рамках туристско-рекреационной сферы, не выказывая активного разделения на отдельные виды деятельности. А вместе с тем, бизнес оздоровительного направления представляет огромный пласт в этой категории. Рекреация обладает большим количеством особенностей, индивидуальных характеристик и нюансов, которые являются связующим звеном различных видов деятельности, и все эти моменты необходимо учитывать, когда речь идет о санаторно-курортном бизнесе.

В последнее время интерес к проблеме оценки бизнеса и управлению стоимости компании постоянно возрастает. Развитие рынка во всем его многообразии способствовало тому, что вопрос о том, сколько может стоить компания, предприятие, отдельный бизнес или его часть, перешел в сугубо практическую плоскость [1]. Чтобы воспринимать санаторий именно как бизнес, российским оценщикам пришлось перешагнуть немало проблем, связанных с формальной частью данного вопроса и менталитета в целом. Оценка бизнеса необходима как для проведения сделок купли-продажи или расчета залоговой стоимости предприятия, так и для определения эффективности принятия управленческих решений, основным критерием выбора которых является увеличение стоимости компании. В процессе оценки бизнеса выявляются возможные подходы к управлению предприятием, и определяется, какой из них обеспечит предприятию максимальную эффективность, а следовательно, и более высокую рыночную цену, что и выступает основной целью собственников и задачей менеджеров фирм в рыночной экономике.

Существует несколько отличий оценки стоимости санатория от оценки офиса и другой коммерческой недвижимости. В первую очередь тем, что способность санатория приносить доход обусловлена не столько характеристиками самой недвижимости и земельного участка, сколько другими

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

факторами, в том числе макроэкономическими и отраслевыми, а также нематериальными активами – например, сложившимся имиджем, уровнем сервиса и деловыми качествами персонала. Еще в большей степени это касается оценки оздоровительного комплекса: здесь на первый план выходит медицинская результативность, которая напрямую связана с квалификацией персонала и ассортиментом медицинского и диагностического оборудования. Выбор методики определения рыночной стоимости санатория и результативность экспертизы во многом зависит от того, что является целью оценки - бизнес целиком или только недвижимость с мебелью и оборудованием. Например, старый советский санаторий с устаревшей медицинской базой и плохими финансовыми показателями лучше выставлять на продажу как объект недвижимости: тогда покупатель может сам решить, вкладываться ему полное обновление оборудования или перепрофилировать санаторий в курортный отель. Заказчиками оценки оздоровительного комплекса, базы отдыха или санатория могут выступать как частные лица, так и региональные власти. Часто оценка проводится для дальнейшей реконструкции объекта.

Специфическая особенность оценки баз отдыха, санаториев, детских лагерей отдыха, реабилитационных центров и пансионатов без лечения состоит в необходимости учитывать природно-рекреационные возможности территории объекта. К ним относятся, например, выход к морю или озеру, наличие минеральных источников, ландшафтная привлекательность для гостей. Иногда в процессе оценки становится очевидно, что рекреационные возможности используются не в полную силу и имеют большой потенциал для развития. Еще один важный момент – привлекательность баз отдыха и пансионатов для иностранных туристов, которые обслуживаются по нетиповым тарифам и приносят наибольшую прибыль. Возможность вывода бизнеса на рынок услуг для иностранцев безусловно отразится на рыночной стоимости объекта

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

наилучшим образом. К сожалению, санатории и другие российские лечебные учреждения, как правило, не представляют интереса для иностранцев и таким потенциалом не обладают.

Основной параметр, который говорит об успешности санатория как бизнеса – это заполняемость его номеров в течение года. Как правило, результаты оценки стоимости санатория зависят от следующих факторов. Номерной фонд – рассматривается его общая площадь, стоимость аренды номера, заполняемость. Месторасположение. Оценивается престижность и популярность района, где располагается санаторий, наличие поблизости туристических объектов или делового центра, удобство транспортной инфраструктуры, а также близость к вокзалу или аэропорту. Если санаторий находится на горнолыжном или морском курорте, то его посещаемость обычно сильно зависит от сезонности – в таком случае высчитывается ее среднегодовая заполняемость. Сервисы здравницы – наличие охраняемой парковки, прачечной, ресторана, конференц-зала, фитнес-зала, бассейна и т.д. Архитектура и историческая ценность здания. Историческая ценность здания положительно влияет на имидж объекта оценки и его престижность, но часто является источником хлопот и дополнительных затрат для владельца или арендатора помещения. Например, необходимость сохранять исторический вид фасада может потребовать установки сложной и затратной системы кондиционирования, или отказа от кондиционеров для части номеров. При оценке такого здания важно обращать внимание на состояние инженерных систем, возможность использования новых технологий при реновации здания и т.д. Надо помнить, что иногда реконструкция исторического здания обходится дороже, чем постройка абсолютно нового санатория. Состояние мебели, внутренней отделки и оборудования. Если санаторий требует ремонта, то важно представлять себе, насколько реально будет проводить работы в функционирующем и принимающем гостей здании. В такой ситуации всегда

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

есть риск потери существующих клиентов и причинении серьезного урона репутации.

В оценке санатория, также как при оценке других объектов коммерческой недвижимости, применяются три основных подхода: доходный, затратный и, если в свободной продаже есть аналоги объекта оценки, сравнительный. Как правило, их применяют в комплексе.

Если санаторий рассматривается как успешное торговое предприятие, то логично использовать при оценке в первую очередь доходный подход, который основывается на определении потенциальных доходов компании. Сначала, с учетом использования рыночного показателя, бизнес-планов и бухгалтерской отчетности компании, рассчитывается действительный валовый доход от сдачи номеров и использования инфраструктуры. Во внимание принимается сезонность, скидки для туроператоров, агентов и корпоративных клиентов. Затем из валового дохода вычитаются все операционные расходы: административные, коммунальные, затраты на оплату налогов и страхование, резерв на капитальный ремонт, а также расходы на оплату услуг управляющей компании. Таким образом определяется чистый дисконтированный операционный доход от эксплуатации санатория, и на его основе, с учетом коэффициента капитализации, высчитывается рыночная стоимость. Для расчета эффективности работы предприятия используются такие показатели как доход от доступного номера, количество проданных номеров и доход от них, средний отпускной тариф, средний доход на гостя, средняя продолжительность проживания и заполняемость (в процентах от общего фонда).

Затратный метод дает хороший результат, когда оценивается новый санаторий, который только что построили и он еще не вышел на рынок, или же, если существующий санаторий планируется перестроить под другой бизнес. Также затратный подход применяется для оценки санатория как залогового

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666



объекта или объекта страхования - тогда предметом оценки становится недвижимость, земельный участок, оборудование и издержки на их содержание, реновацию и утилизацию с учетом износа. Обязательно учитываются расходы на техническое оборудование, меблировку номерного фонда, медицинское оборудование и т.д.

Сравнительный метод возможно использовать, когда объект оценки легко сравнить с аналогичными объектами - например, если санаторий, рыночную стоимость которого необходимо определить, располагается на оживленном курорте, где каждый второй дом – гостиница или мини-отель, или санаторий. Сложность заключается в том, что заявленные цены обычно корректируются в процессе переговоров и реальные условия сделок редко становятся известны.

Анализируя вышесказанное, можно сделать вывод, что основные действующие подходы в оценке бизнеса могут быть применимы в реалиях существующего санаторно-курортного комплекса. Однако необходимо применять их, учитывая специфические особенности данной сферы.

### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**

1. Харсеева А.В. Подходы к изучению финансового состояния предприятия// Теория и практика общественного развития. – 2008 г.

3. Федеральное агентство по туризму Министерство культуры Российской Федерации – официальный портал. // URL: <https://www.russiatourism.ru/> (дата обращения: 15.11.2018).

4. Федеральная служба государственной статистики – официальный портал.// URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 16.11.2018).

*Оригинальность 93%*