

(придание прозрачности) путем использования молочного брожения. Производится смешиванием алкоголя, молочных продуктов и кислот.

Как последнюю тенденцию рассмотрим использование различных пен. Пены могут изготавливаться на основе множества компонентов по различным техникам: например, пены на основе текстурирующих компонентов, природного происхождения, на белковой основе, на сахарной или глюкозной основе и пр.

Современные барные тенденции непрерывно эволюционируют, отражая изменяющиеся вкусы и предпочтения потребителей, а также инновации в сфере алкогольных напитков. Наблюдается стремительное развитие в области коктейлей, вариаций вкусовых комбинаций, использования местных и региональных продуктов. Бары становятся местом, где можно не только насладиться отличными напитками, но и погрузиться в культуру и историю алкогольных оригиналов, создавая уникальные и незабываемые впечатления для гостей, делая бары неотъемлемой частью современной культуры барной индустрии.

Источники

1. 2024's top bar industry trends [Electronic resource] // Diageo Bar Academy. — Mode of access: <https://www.diageobaracademy.com/en-zz/home/cocktail-trends-and-festive-serves/2024s-top-bar-industry-trends/>. — Date of access: 25.03.2024.

Е. А. Иванова, В. А. Кривошеина

*Научный руководитель — кандидат экономических наук О. В. Ежель
БГЭУ (Минск)*

БИЗНЕС-ПЛАН ПАРК-ОТЕЛЯ «SPHERESTAY»

Туризм и гостеприимство играют ключевую роль в экономике Беларуси, требуя развития инфраструктуры для удовлетворения потребностей туристов в уникальных развлечениях и отдыхе, и развития экологических гостиниц, как парк-отель в Минской области отвечает на вызовы современной жизни, способствуя притоку туристов и повышению конкурентоспособности страны на туристическом рынке, что и обуславливает актуальность темы. Целью работы является создание проекта парк-отеля в Минской области, включающего основной корпус, СПА-центр и домики-иглу. Методы исследования: анализ и синтез, а также сравнительный, логический, абстрактно-теоретический, статистический и другие методы. Параметр выборки включает средства размещения на территории Минской области.

В ходе работы было выявлено, что инициатива создания парк-отеля обещает заполнить значительный неиспользованный потенциал в секторе, учитывая 36,5 % рост въездного туризма в 2022 г. [1, с. 6]. Анализ конкурентов показал, что новый проект может предложить улучшенные услуги и сервис, исправляя

недостатки существующих предложений, такие как ограниченные услуги вне сезона и проблемы с обслуживанием. Парк-отель «Sphere Stay» отвечает на растущий спрос на инновационные гостиничные услуги, предлагая улучшенный сервис и привлекая разнообразных клиентов, что способствует восстановлению туристического сектора после пандемии. Расположенный в Минской области, отель сочетает развитую инфраструктуру и экологическую чистоту, предоставляя уникальные возможности для отдыха в гармонии с природой. «Sphere Stay» предлагает комфортные стеклянные домики-иглу и номера с видом на лес, а также разнообразные услуги, включая SPA и экскурсионные туры. Система продаж отеля включает онлайн-бронирование и программы лояльности, направленные на увеличение доходов. Продвижение отеля осуществляется через социальные сети, SEO и контекстную рекламу, а также сотрудничество с инфлюэнсерами. Регулярный анализ рекламных кампаний и отзывов гостей позволяет оптимизировать стратегии продвижения. «Sphere Stay» обещает гостям уникальный опыт отдыха, соответствующий философии единения с природой. Ценовая политика представлена в таблице.

Ценовая политика парк-отеля «Sphere Stay»

Услуга	Тариф	Услуга	Тариф
Домик категории double, у.е./сутки	120	Косметические процедуры, у.е.	20
Домик категории single, у.е./сутки	90	Талассотерапия, фитотерапия, ароматерапия, у.е.	21
Домик категории twin, у.е./сутки	120	Спортивная зона, у.е.	9
Гостиничный номер double room, у.е./сутки	75	Парковка, у.е./сутки	3
Сауна, у.е.	16	Размещение с домашними животными, у.е./сутки	7
Гидромассажный бассейн, у.е.	25	Дополнительная кровать, у.е.	14
Общий массаж, у.е.	6	Сувениры, у.е.	От 3 до 5
Тайский массаж, у.е.	22,5	Экскурсия по Минску, у.е.	От 20 до 25
		Экскурсия по достопримечательностям, у.е.	От 23 до 27

И с т о ч н и к: собственная разработка.

Для определения эффективности проекта были подсчитаны основные экономические показатели: NPV (чистая приведенная стоимость), IRR (внутренняя норма доходности), PI (индекс прибыльности), ROI (окупаемость инвестиций), а также был рассчитан срок окупаемости проекта.

Таким образом, проект парк-отеля «SphereStay» показывает положительные экономические показатели с NPV в 11,549.41 у.е., IRR в 46 %, PI в 1,05 и

ROI в 0,96 %, что свидетельствует о его финансовой привлекательности и потенциале для долгосрочной прибыльности с окупаемостью инвестиций в течение 36 месяцев.

Источники

1. Развитие туризма, деятельность туристических организаций, средств размещения Республики Беларусь за 2023 г. [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_bulletin/index_85854/. — Дата доступа: 03.03.2024.

Я. Р. Липницкая

*Научный руководитель — кандидат социологических наук К. Н. Сонич
БГЭУ (Минск)*

РАБОТА С РЕКЛАМАЦИЯМИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

В современном мире гостинично-ресторанный бизнес подвергается растущим требованиям со стороны клиентов, которые выбирают место размещения во многом на основе отзывов предыдущих посетителей. Руководство современной гостиницы сталкивается с задачей обеспечения обслуживания, что позволит удовлетворить потребности и ожидания клиентов. Одним из ключевых аспектов в этом процессе является эффективная работа с рекламациями, которые следует рассматривать не как проблему, а как возможность для улучшения качества обслуживания [1].

Рекламация — возражение, неодобрение гостинично-ресторанного продукта, полученной услуги, сервиса, предъявляемая сотруднику средства размещения, руководителю, по вопросу ненадлежащего функционального, технического качества обслуживания.

Гостиничный бизнес сегодня целиком ориентирован на удовлетворение запросов гостя и на стремление превзойти клиентские ожидания. Достичь этой цели помогает постоянное улучшение деятельности организации, вовлечение персонала в решение общих задач бизнеса, анализ информации и принятие решений на основе фактов.

Сегодня главным каналом взаимодействия клиента и гостиницы является интернет. Крупные гостиницы имеют в своем штате комьюнити-менеджера, который отслеживает негативные отзывы и отвечает на них. Это позволяет удерживать репутацию на нужном уровне и помогает повысить количество положительных отзывов.