

Социально-экономический эффект от инвестиций в историко-культурные объекты: создание новых рабочих мест в туризме и смежных отраслях; увеличение доходов местных жителей и предпринимателей; повышение инвестиционной привлекательности регионов; развитие туристической инфраструктуры и сервиса; поддержка культурного и природного наследия при активном государственном содействии.

Историко-культурный туризм в Беларуси важен для экономического роста и сохранения культурного наследия. Инвестиционные проекты в этой сфере привлекают финансирование, создают рабочие места и укрепляют национальную идентичность, способствуя устойчивому развитию страны.

Источники

1. Белорусская энциклопедия : [сайт]. — URL: <https://belarusenc.by> (дата обращения: 23.11.2025).
2. Национальное агентство по туризму : [сайт]. — URL: <https://www.belarustourism.by> (дата обращения: 23.11.2025).

Е. А. Данилова, Д. А. Даниленко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. Ф. Косач, канд. экон. наук, доцент

НАПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ВЫРУЧКОЙ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Современная гостиничная индустрия характеризуется высокой конкуренцией, сезонностью и влиянием внешних факторов — от экономических кризисов до пандемий. В 2024 г. гостиницы Республики Беларусь приняли около 2,5 млн гостей, из которых 1,3 млн — белорусы. Средняя загрузка номерного фонда в Минске достигла 60,9 %. Для повышения доходов требуется не только рост загрузки номеров, но и комплексное управление всеми источниками выручки, включая дополнительные услуги.

Для оценки результатов деятельности отеля применяются показатели: доход с доступного номера (RevPAR) — чистый доход от номера без дополнительных услуг, помогает понять, какие тарифы приносят прибыль, а какие нужно доработать; средняя цена номера (ADR) помогает планировать продажи и корректировать стратегию. Влияние на выручку осуществляется через увеличение дохода от номеров и развитие дополнительных направлений: питание, услуги СПА, прачечная, трансфер, аренда залов, экскурсии и др. [1].

Фиксированные тарифы сегодня неэффективны. Гибкая ценовая политика, основанная на анализе спроса, сезонности и событийного календаря, позволяет максимально использовать потенциал рынка. В Минске ADR по итогам 2024 г. составлял от 40 до 90 долл. США в зависимости от категории номеров. На практике внедряются динамические ценовые диапазоны: во время мероприятий цены растут, в периоды низкого спроса применяются акции и скидки. Это повышает ADR и RevPAR, обеспечивая баланс между доходом и загрузкой.

Зависимость от онлайн-агентств (Trip.com и др.) снижает прибыльность из-за комиссий. Важное направление — развитие прямых продаж через собственный сайт и корпоративные каналы. В Беларуси наблюдается рост прямых онлайн-бронирований, число объектов размещения на агрегаторах увеличилось в 1,5 раза с 2022 г. Этому способствуют: программа лояльности (бонусы, ранний заезд, персональные скидки); гарантия лучшей цены при прямом бронировании; удобный, адаптивный сайт с прозрачными условиями и быстрой процедурой брони.

Максимизация дохода невозможна без активного продвижения дополнительных сервисов — перекрестные продажи и комплексные пакеты («Романтический уикенд», «Бизнес-пакет», «СПА-программа»). Предложение дополнительных услуг при онлайн-бронировании или на ресепшене увеличивает средний чек и общую выручку на одного гостя. В условиях роста внутреннего туризма (до 19,7 млн поездок в 2024 г.) и популярности оздоровительного отдыха такие услуги становятся особенно актуальными [2].

Для успешного управления выручкой необходим менеджер по доходам, отвечающий за анализ, прогнозирование и ценообразование. В небольших гостиницах его функции могут выполнять автоматизированные программы, интегрированные с системами бронирования. Такие данные позволяют гибко сегментировать рынок и управлять доходом.

Можем сделать вывод, что эффективное управление выручкой в гостиничном бизнесе Беларуси основано на гибком ценообразовании, развитии прямых продаж, продвижении дополнительных услуг и внедрении технологий. Комплексная реализация этих направлений повышает доходность, конкурентоспособность и устойчивость отеля в условиях нестабильного рынка.

Источники

1. Виды показателей эффективности гостиничного бизнеса // CheckOffice. — URL: <https://checkoffice.ru/blog/poleznye-materialy/vidy-pokazateley-kpi-v-gostinichnom-biznese> (дата обращения: 25.11.2025).
2. Основные и дополнительные услуги гостиницы // OZlocks. — URL: https://ozlocks.ru/statii/osnovnie_i_dopolnitelnie_yslygi_gostinitsi (дата обращения: 25.11.2025).