

Секция 10

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИЕЙ

Наличие высокой конкуренции на международном рынке туристических услуг требует создания современного конкурентоспособного туристического комплекса, способного обеспечить удовлетворение потребностей отечественных и зарубежных граждан в туристических услугах и внести существенный вклад в развитие национальной экономики.

Заседание секции позволило рассмотреть вопросы повышения узнаваемости в мире бренда Республики Беларусь и города Минска с учетом целей и задач государственных программ в области туризма и культуры, поиска инновационных инструментов продвижения национального туристического продукта и повышения инвестиционной привлекательности туристической индустрии Республики Беларусь.

А.Т. Грищенко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Е.Ф. Волонцевич

СОВРЕМЕННЫЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ОТЕЛЕЙ В БЕЛАРУСИ

На сегодняшний день одной из наиболее актуальных проблем в белорусском гостиничном бизнесе является проблема обеспечения рентабельности отелей в условиях воздействия на нее ряда негативных факторов внешней среды.

Важнейшим фактором, влияющим на рентабельность гостиничных предприятий, является прибыль. Размер прибыли, а значит, и уровень рентабельности гостиничного предприятия зависят от величины выручки и затрат гостиницы. Выручка и затраты гостиницы в свою очередь формируются под влиянием совокупности внутренних и внешних факторов [1, с. 9].

События 2014 г. в политической и экономической жизни Восточной Европы оказали значительное влияние на развитие белорусской экономики. Удельный вес убыточных предприятий в гостиничном и ресторанном бизнесе значительно превысил данный средний показатель по экономике, что можно объяснить высокими процентными ставками по кредитам, нестабильной экономической ситуацией в стране, препятствующей притоку инвестиций в объекты гостиничного бизнеса, сокращением числа туристов из России.

Рост конкуренции на рынке гостиничных услуг Беларуси также грозит обернуться финансовыми проблемами для его участников.

В прогнозные показатели до конца 2016 г. заложен рост потоков иностранных туристов на уровне 6 % в год. Однако с учетом количества реализуемых проектов по строительству гостиниц такой рост числа туристов является низким по сравнению с ростом предложения [2].

Таким образом, рост конкуренции может вызвать усиление дисбаланса между спросом и предложением. Пока же рост предложения заметно отразился на стоимости проживания. Цены снизились, однако снижение цен должно происходить за счет оптимизации затрат. В Беларуси сложилась ситуация, когда оно происходит за счет урезания прибыли и рентабельности.

Вполне вероятно, что одной из причин низкой заполняемости белорусских гостиниц является процветание такой категории средств размещения, как квартиры, сдаваемые в аренду. Кроме того, заинтересованность инвесторов в строительстве в Минске отелей высокого ценового сегмента (4—5 звезд) привела к профициту таких гостиниц и одновременно дефициту бюджетных отелей.

Что же касается налоговой и денежно-кредитной политики, то явных льгот для гостиничного бизнеса в этом плане нет. А это значит, что налоговая нагрузка по отношению к прибыли у гостиниц очень высокая.

Проблема повышения прибыли и рентабельности белорусских гостиниц требует решения уже сегодня. Данное решение необходимо искать в оптимизации затрат. Так, действенной мерой может стать перевод затрат из постоянных в переменные. Это можно осуществить за счет пересмотра штатного расписания и введения гибких систем оплаты труда.

Еще одним вариантом оптимизации затрат является переход к сетевому формату бизнеса. Он помог бы решить сразу две проблемы. Во-первых, таким образом можно добиваться экономии на масштабах при закупке сырья и товаров. Во-вторых, объединение в сеть позволило бы белорусским отелям отработать единые стандарты обслуживания, системы стимулирования клиентов, повысить качество услуг и заполняемость.

Таким образом, чтобы выдержать конкуренцию, владельцам гостиничного бизнеса необходимо оптимизировать деятельность и переходить к инновационным методам менеджмента. В частности, важно понять, за счет чего многие гостиничные сети достигают высоких показателей эффективности и как в белорусских условиях перенять их методы ведения бизнеса.

Литература

1. Бланк, И. А. Управление прибылью : учеб. / И. А. Бланк. — Минск, 2007. — 768 с.

2. Туризм и туристические ресурсы Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/bgd/public_compilation/. — Дата доступа: 25.03.2015.