

торы позволяют извлекать именно то, что нужно, не перечитывая при этом остальные заметки, а также способность вести определенную статистику.

Для получения по большей части качественной информации о гостях в гостиницах используют анкеты. При этом, правда, необходима достаточная их мотивация, чтобы они пожелали заполнить ее достоверно и полностью, так как вопросы в ней зачастую связаны с оценкой гостиницы или процессов предоставления услуг.

Самым важным способом получения информации для гостиничного предприятия является наблюдение. Ответы, на первый взгляд поверхностные, и совсем уж несерьезные вопросы позволяют вскрыть глубинные мотивы поведения гостиничной клиентуры. Осознав скрытые причины поведения, можно пойти по пути удовлетворения потребностей клиентов и создания условий, при которых они станут регулярно пользоваться услугами данного отеля.

Для получения информации о состоянии дел в гостинице и ее проблемах следует также ответственно подходить к жалобам гостей. В противовес мифа, что жалующиеся клиенты – это скандалисты, следует помнить: обращение с жалобой требует времени и доставляет беспокойство, а порой и финансовые траты. Когда гость жалуется, руководство должно быть благодарно, так как большинство молчит. И только именно этот клиент дает возможность руководству гостиницы решить проблему и повысить качество обслуживания.

Внутренняя информация гостиницы может помочь повысить уровень удовлетворения обслуживанием гостей, а, следовательно, улучшить эффективность деятельности гостиничного предприятия.

*Петроченков Д. В., БГЭУ (Минск)*

## **ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ С ИНОСТРАННЫМИ ИНВЕСТИЦИЯМИ**

В белорусском законодательстве отсутствует отдельный нормативный акт, регулирующий ценообразование на товары (работы, услуги) коммерческих организаций с иностранными инвестициями. Поэтому у субъектов хозяйствования возникает правомерный вопрос: «Каким нормативным актом следует руководствоваться при установлении цен (тарифов) на товары (работы, услуги) указанных организаций?»

Статьей 94 Инвестиционного кодекса определено, что «Коммерческие организации с иностранными инвестициями вправе самостоятельно устанавливать цены на продукцию (работы, услуги) собственного производства и порядок ее реализации, а также самостоятельно выбирать поставщиков товаров (работ, услуг)».

Порядок формирования цен коммерческими организациями в основном схож с порядком формирования цены других субъектов хозяйствования Республики Беларусь, однако имеет свои особенности:

– на коммерческие организации с иностранными инвестициями не распространяются предельные индексы, устанавливаемые Советом Министров Республики Беларусь, и, соответственно, при превышении этих индексов нет необходимости регистрации отпускных цен;

– на новые товары, производимые коммерческими организациями с иностранными инвестициями, регистрация цен (тарифов) в настоящее время осуществляется по упрощенной схеме – на основании уведомления об уровне сформированных цен в день его получения.