

и маршруты уже не привлекают искушенных клиентов, которым необходимо взаимодействие, интерактив с погружением в историю. Поэтому все большую популярность получают различного рода анимации, театрализованные представления, интерактивные мероприятия, квесты и т.п. Стоит отметить, что белорусский рынок уже подхватил это новшество и все более успешно внедряет данный вид продукта в туристическую сферу.

Серьезным препятствием к реализации этих направлений является языковой барьер, который, несмотря на все усилия, остается актуальной проблемой. Остро этот вопрос уже стоял во время чемпионата мира по хоккею в 2014 г. Например, столичное метро заговорило на английском языке (к слову, уже тогда были сделаны первые шаги к ослаблению визового режима). Сейчас же ситуация с английским языком более позитивная, но все еще далека от совершенства. Ведь для грамотного взаимодействия с туристами (анимационные программы должны еще помимо познавательной нести в себе функцию получения удовлетворения от процесса) все же правильнее и качественнее будет проводить подобные мероприятия на родном языке.

Таким образом, для успешной реализации проекта по установлению безвизового порядка с целью привлечения зарубежных туристов в Беларусь следует уделить особое внимание услугам делового туризма с качественными анимационными программами на родном для посетителей языке.

Литература

1. Инновационная маркетинговая компания Travel Connections [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ru.travelconnections.by/events/workshop-2016-buy-belarus-25-oktyabrya-2016-g-minsk-belarus/reports/buy-belarus-25-oktyabrya-2016-g-minsk-belarus/>. — Дата доступа: 10.02.2017.

<http://edoc.bseu.by:8080/>

А.А. Царь
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель З.М. Горбылева — канд. экон. наук, доцент

ВАЖНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

На современном этапе важной задачей для организаций системы туризма является повышение эффективности. Главная роль в ее решении принадлежит экономическому анализу, обеспечивающему объективную оценку достигнутых результатов, способствующему повышению эффективности хозяйствования и качества обслуживания.

Несмотря на неоспоримую важность экономического анализа, в современных условиях накоплено еще недостаточно опыта в его проведе-

нии в организациях системы туризма. Вопросы анализа хозяйственной деятельности мало освещены в специальной литературе, отсутствуют отраслевые рекомендации по этому направлению. Выработанные экономической наукой положения, определяющие основы теории анализа, являются общими для всех видов и сфер деятельности, в том числе и туристической. Тем не менее механизм их проявления для конкретной туристической организации имеет свою специфику в силу особенностей этого вида деятельности. Содержание экономического анализа должно вытекать из функций, выполняемых им, и базироваться на основных принципах, методах, методиках и способах осуществления. Функции предполагают установление закономерностей и тенденций экономических явлений и процессов в конкретных условиях организации; оценку результатов деятельности организации по достигнутому уровню развития экономики, использованию имеющихся возможностей; поиск резервов повышения эффективности производства; разработку мероприятий по использованию выявленных резервов. Реализация функций осуществляется на основе соблюдения принципов научности; объективности; системности; своевременности; эффективности и др. Изучение причинно-следственных связей между изучаемыми объектами составляет суть метода экономического анализа. Его использование в исследованиях проявляется через ряд конкретных методик — совокупность способов, правил наиболее целесообразного выполнения какой-либо работы. Туристическими организациями могут использоваться следующие методы: традиционные (сравнения, средних и относительных чисел, группировок, графический, балансовый), факторного анализа (абсолютные и относительные разницы, цепные подстановки, индексный метод, корреляционный и др.); оптимизации показателей (экономико-математические методы). Применение тех или иных методов зависит от цели и глубины анализа, объекта исследования и т.д.

Методика анализа хозяйственной деятельности туристической организации может включать: характеристику организационно-правовой и финансово-хозяйственной деятельности; анализ и оценку финансового состояния, где возможно применение горизонтального и вертикального методов, анализа системы коэффициентов. Полученная информация позволяет определить степень устойчивости/неустойчивости финансового состояния туристической организации. Обобщение результатов показателей экономического анализа в сочетании с анализом внутренних и внешних факторов позволит выявить резервы и пути укрепления финансовой устойчивости туристической организации.

Литература

1. Горбылева, З. М. Экономика предприятий туризма : учеб.-метод. пособие // З. М. Горбылева. — Минск : РИПО, 2014. — 226 с.