

Еще одна важная особенность — отель не занимается планированием сроком более одного года. Концентрируясь исключительно на численных показателях и ставя перед собой цели, связанные исключительно с получением прибыли, компания не обращает должного внимания на такие важные аспекты, как укрепление корпоративной культуры, командного духа сотрудников, обеспечение их профессионального и карьерного роста и др. Большое внимание уделяется планированию продаж всех департаментов.

Отсутствие четко прописанного стратегического плана также сказывается на работе департамента. Помимо упомянутых ранее методов получения прибыли в краткосрочной перспективе планируется также посредством внедрения неестественно большого количества промопредложений.

Отдел маркетинга и продаж делает все возможное, чтобы продать зал для наибольшего количества гостей, не принимая в расчет максимальное количество посадочных мест и комфорт гостей.

Если говорить о результатах работы торгового объекта общественного питания отеля, то важно отметить следующее. Согласно итоговым отчетам, департамент потерпел убытки за 2018 г. на сумму около 80 тыс. бел. руб. В отчетном периоде пока рано судить о достижениях, однако по окончании нескольких месяцев можно сказать, что торговый объект старается выполнять поставленные перед ним задачи.

Одновременное достижение стратегических и операционных целей требует немало усилий. Для облегчения этой задачи мы предлагаем следующее: кардинальное изменение топ-менеджмента отеля; опрос мнения как гостей, так и работников гостиницы; расчет оптимального количества сотрудников; упор на обучение штата; совершенствование мотивационной программы; правильная расстановка приоритетов для расходов и др.

На наш взгляд, данные нововведения смогут дать эффект в кратчайшие сроки и позволят сократить убытки предприятия. Тем не менее оценка эффекта от данных внедрений на данный момент несколько затруднительна и требует более подробного изучения.

А.А. Сакович

*Научный руководитель — Е.А. Баханович
БГЭУ (Минск)*

ПРОБЛЕМЫ СТАТИСТИЧЕСКОГО УЧЕТА В ТУРИЗМЕ

В настоящее время роль туризма в мире и Беларуси существенно возрастает. Значимость сферы туризма определяет необходимость ведения грамотного статистического учета.

Для обеспечения сопоставимости международных показателей развития туризма Всемирной туристской организацией (UNWTO)

были разработаны Международные рекомендации по статистике туризма. В рекомендациях выделяются две основные группы статистических данных для учета въездного туризма: учет въездных потоков и учет расходов.

UNWTO предлагает определенную классификацию туристических расходов. На основании полученных статистических данных разрабатывается Вспомогательный счет туризма (ВСТ), с помощью которого осуществляется оценка прямого вклада туризма в экономику страны.

В качестве основных источников статистической информации для построения ВСТ в Беларуси выступают формы государственной статистической отчетности, сведения о пересечении государственной границы Республики Беларусь, государственные статистические наблюдения и др. Однако в системе статистического учета в сфере туризма в Республике Беларусь не до конца внедрен вспомогательный счет туризма. Основными проблемами на пути внедрения ВСТ являются отсутствие надлежащей информационной базы, специалистов и необходимого финансирования.

Важнейшую роль в учете туристических потоков играет Государственный пограничный комитет Республики Беларусь. В методах учета можно выделить следующие недостатки: используются термины «численность граждан» и «численность поездов» вместо рекомендованной «численности поездов»; отражаются трансграничные поездки граждан, а не резидентов / нерезидентов; сведения о целях поездки представляются в зависимости от типа предоставляемых паспортов («служебная» и «личная»), хотя по стандартам UNWTO необходимы точные сведения в целях поездки.

Значимой проблемой является несовершенство форм государственной статистической отчетности. Например, форма 1-тур (размещение) «Отчет о средствах размещения туристов и других лиц» запрашивает данные о численности размещенных лиц, численности ночевочек, однако не разграничивает посетителей на резидентов и нерезидентов.

Важным источником информации являются выборочные обследования, например, обследование домашних хозяйств, где наряду с вопросами об условиях жизни, образовании, здравоохранении, занятости включен туристический модуль, основной целью которого является опрос резидентов Беларуси о расходах на туризм, поездках, их продолжительности. В нем не разделяются расходы на приобретение услуг резидентов и нерезидентов Республики Беларусь. Выборочные обследования иностранных посетителей проводятся на автодорожных пунктах пропуска через Государственную границу Республики Беларусь (анкеты «6-вэс (выезд) и 6-вэс (въезд)'), однако данные наблюдения ограничены по своей статистической значимости (например, во Франции или Сингапуре в рамках анкетирования исследуется мотивация посетителей, их оценка туристической инфраструктуры, качества обслуживания и т.д.).

Таким образом, можно отметить, что в настоящее время статистика туризма, публикуемая в Беларуси, полезна для анализа отдельных аспектов туристической сферы, однако ее недостаточно для оценки вклада туризма в экономику [1, 2].

Источники

1. Состояние статистики туризма в Республике Беларусь и перспективы составления вспомогательного счета туризма: Доклад о работе миссии технической помощи Всемирной туристской организации в Республике Беларусь. — Минск ; Нью-Йорк, 2015. — 32 с.

2. Туризм и туристические ресурсы / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2018. — 82 с.

А.Н. Шлотгауэр

*Научный руководитель — П.А. Литвинов
БГЭУ (Минск)*

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА: ИННОВАЦИОННЫЙ АСПЕКТ

Множество инновационных технологий находит отражение в сфере туризма: искусственный интеллект, сбор биометрических данных, постоянное усовершенствование уже существующих гаджетов и появление новых функциональных тревел-приложений — все это влияет как на потребителя туристического продукта, так и на всю индустрию в целом. Таким образом, целью данной работы является выявление основных тенденций развития международного туризма на 2019 г.:

1) микропутешествия вытесняют долгие поездки. Путешественники все чаще выбирают короткие, но более частые поездки. Это будет также благотворно влиять на экономику малых городов: путешественники начинают чаще посещать интересные, но не самые популярные локации;

2) возрастает экологическая ответственность. Потребление туристического продукта в путешествии будет более ответственным: выбор отелей и хостелов с раздельным сбором мусора, отказ от одноразовых предметов и т.д. А Ryanair уверяет, что к 2023 г. неэкологичного материала вообще не останется ни на одном борту лоукостера;

3) комбинирование командировок и путешествий. Деловые путешественники будут стремиться получить максимальный опыт именно в командировках и максимальную отдачу как от бизнес-поездки, так и от рекреационной составляющей;