

2. Яковлев, П.П. От НАФТА к ЮСМКА: реформа североамериканской интеграции / П.П. Яковлев // Российский внешнеэкономический вестник. — 2019. — № 1. — С. 75–88.

Д.П. Синельникова, К.Ю. Сенько
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — П.А. Литвинов

ВЛИЯНИЕ ЛОКАЛИЗАЦИИ ОТЕЛЯ НА ЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

В любом бизнесе месторасположение играет очень важную роль в его успехе, и отели не являются исключением. Каждый отель ориентируется на свою целевую группу или ряд групп гостей, что взаимосвязано и с его позиционированием, например, как бизнес-отеля. В соответствии со своими потребностями и предпочтениями целевые группы гостей могут выбирать отель, расположенный выгодно относительно, например, туристических достопримечательностей, целей бизнес-поездок, а также транспортных и социальных коммуникаций. Отели в центрах городов часто имеют достаточно насыщенный рынок, поэтому перед инвестированием владельцы должны гарантировать, что местоположение имеет преимущество перед конкурентами. Отели должны иметь хорошие знания о современной индустрии туризма в выбранном ими регионе или стране и быть способными прогнозировать динамику ее развития. За короткий промежуток времени люди, которые инвестируют в такие области, могут увеличить свою стоимость актива при условии роста. Также важно знать об уровне привлекательности туристических достопримечательностей в окрестностях отеля. При принятии решения об инвестировании в отель имеются положительные и отрицательные последствия. Рассмотрим это на примере сравнительного анализа «Отель Renaissance Minsk» (г. Минск проспект Дзержинского, 1Е) и гостиницы «Веста», Минская область, Дзержинский район, км 319+800 Брестское направление автомобильной дороги М-1/Е-30 Брест — Минск — граница Российской Федерации. «Отель Ренессанс» не имеет рядом разветвленной системы транспорта, однако несколько раз в день ходит бесплатный шатл к центру и из центра города. В перспективе рядом появится станция метро. При этом отель находится вблизи железнодорожного вокзала, исторического и делового центра города. С учетом этого стоимость номеров довольно высока, поэтому данный отель ориентирован на бизнес и иностранных туристов, которые имеют высокий уровень дохода. На примере «Отель Ренессанс» можно увидеть, что для управления гостиницей следует предлагать туристам привлекательные предложения, такие как скидки при онлайн-брониро-

вании, предоставление номеров с бесплатным питанием, бесплатные экскурсии, а также выгодные предложения для людей, проживающих в течение более длительного периода. Еще одним важным фактором является предоставление качественного обслуживания клиентов, что также влияет на выбор отеля.

Расположение гостиницы «Веста» за пределами г. Минска в свою очередь обуславливает иные закономерности предоставления услуг и широты их перечня, будучи удаленной как от достопримечательностей, так и от делового центра. Поэтому она более ориентирована на транзитных путешественников, следующих по магистрали М-1/Е-30, имеющей самый большой в стране трафик транзитных туристов, которые заселяются: а) с целью получения оздоровительных услуг; б) ночевки и питания.

Таким образом, при выборе местоположения следует определить центральные элементы и физические характеристики конкретной локализации. Если отель расположен рядом с аэропортом или железнодорожным вокзалом, есть большая вероятность получить больше клиентов. То же самое и в случае выбора места рядом с магазинами и развлекательными заведениями. На загрузку отеля влияет и соответствие предлагаемых услуг запросам потребителя, что сказывается на степени удовлетворенности клиентов. Для этого менеджмент отеля должен заниматься мониторингом предпочтений гостей, используя коммуникацию с туроператорами, социальные сети и контакты в профильной бизнес-среде.

Учет рассмотренных факторов будет способствовать развитию бизнеса, а также поможет выявить различные тенденции и возможности, которые положительно повлияют на гостиничный бизнес в будущем.

А.И. Сеницына
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — В.К. Кабушкина

ФАКТОРЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПО КАРЬЕРНОЙ ЛЕСТНИЦЕ СОТРУДНИКА ГОСТИНИЦЫ

Изучение факторов продвижения по карьерной лестнице особо актуально. Целью работы является определение факторов, влияющих на развитие карьеры сотрудников гостиницы.

В настоящее время прослеживается тенденция непрерывного личного развития. Стабильность и удовлетворенность своим нынешним положением сменились амбициями и стремлениями. Карьера рассматривается как инструмент самореализации. Внутренняя мотивация работника приводит к его продвижению по карьерной лестнице, а следовательно, и развитию личности. В то же время ка-