

рисков и показывает, на сколько процентов изменится чистая прибыль при изменении объема реализации на 1%.

$CP = \text{сила воздействия } OP * \text{сила воздействия } ФР$ .

Сила воздействия операционного рычага вычисляется как валовая маржа/прибыль и она равна – 5,01.

Сила воздействия финансового рычага рассчитывается как сумма валовой прибыли и процента по кредитам и делится на балансовую прибыль. Она равна 1,04.

Эффект сопряженного рычага равен 5,2104.

Можно сделать вывод о том, что при увеличении выручки на 1 процент, прибыль увеличится на 5,21.

Экономический анализ – важнейшая составляющая экономических наук, в решающей мере определяющая достоверность и надежность выводов, которые делаются в отношении состояния, перспектив развития и эффективности деятельности субъектов хозяйствования разного уровня. Существует большое количество областей применения экономического анализа, различные методики и инструменты. Со временем в экономический анализ приходят всё более новые и усовершенствованные методики анализа. Перед ним стоят важные задачи по решению современных проблем, с которыми сталкиваются субъекты хозяйствования в сложных ситуациях. Экономический анализ играет исключительную роль в прогнозировании, оценке, планировании хозяйственной деятельности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бородулин А.Н., Кузнецов В.Н., Мельник М.В. Теория экономического анализа. – Тверь, 2006.
2. Мельник М.В., Шерemet A.Д. Теория экономического анализа. – М.: Финансы и статистика, 2005.
3. Гиляровская Л.Т. Экономический анализ. – М., 2004.

УДК 338.448.2:640.41

Трифонюк П.Н.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Ерошенко Е.И.

#### АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ПОТЕНЦИАЛА г. БРЕСТА

Индустрия туризма, как и любая другая сфера деятельности, является весьма сложной системой, степень развития которой зависит от степени развития экономики страны. Хотя стоит отметить, что связь тут двухсторонняя: туризм может приносить и приносит государственной казне огромные деньги.

И вот уже не первый год одним из основных пунктов Национальной программы по развитию Республики Беларусь является развитие сферы туризма. А развитие туризма невозможно представить без развития гостиничной инфраструктуры.

Сегодня гостиничный бизнес – одна из наиболее перспективных и быстроразвивающихся отраслей (ежегодный прирост номеров 3-4% в год). Поэтому гостиничный бизнес как подотрасль туристического несет в себе огромный потенциал для белорусского рынка.

Гостиничный бизнес перспективен как минимум по следующим причинам.

1) в Беларуси наблюдается повышение деловой активности, что, как правило, неизбежно вызывает увеличение объемов так называемого "делового туризма", причем не только внутреннего, но и въездного.

Анализируя потенциальные "гостиничные потребности" рынка, необходимо спрогнозировать, как развивается в городе "деловой туризм", поскольку именно находящиеся в

деловых поездках бизнесмены и сотрудники фирм занимают львиную долю номеров большинства гостиниц. Оказание качественных гостиничных услуг к тому же инициируется наличием в Бресте такой "приманки" для будущих иностранных и отечественных "командированных", как, к примеру, предприятия, обладающие экспортным потенциалом.

2) наблюдается повышение доходов населения, которое приводит к тому, что люди все больше путешествуют (в том числе и по родной стране), а значит, останавливаются в гостиницах.

Туристский потенциал, в первую очередь, зависит от количества культурных и исторических памятников и от того, сколько здесь начинается или завершается туристических маршрутов.

3) Республика Беларусь, заявившая о своей интеграции в европейские структуры, постепенно становится для европейцев (в данном случае – европейских туристов) понятнее, а значит, и привлекательнее. Т.к. Беларусь не обладает наиболее популярными природными ресурсами (море, горы), поэтому в данном контексте необходимо обратить внимание на первые два пункта.

Развитие белорусского гостиничного бизнеса невозможно без анализа международного опыта в данной отрасли. Какие отели строить, как их классифицировать, какую концепцию питания лучше выбрать, как правильно организовать работу персонала, и многие другие вопросы, которые необходимо досконально изучить для успешного развития гостиничного бизнеса региона.

На сегодняшний день в мире насчитывается около 350000 отелей. В каждой стране они классифицируются по-разному. В рамках исследования был изучен опыт различных стран в области законодательства и классификации. В результате, оказалось, что самыми распространенными классификациями являются: система звезд, применяемая во Франции, в Австрии, Венгрии, Египте, Китае и ряде других стран; система букв, используемая в Греции; система «корон», характерная для Великобритании; система разрядов и другие. В общем, для каждой страны характерна своя классификация гостиниц, и гостиницы, относящиеся к одной категории, но расположенные в разных странах, имеют существенные различия.

Что же касается Беларуси, то в стране существует традиционная звездная классификация. По межгосударственному стандарту ГОСТ 28681.4-95 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц", действующему в Беларуси с 2000 года, сертификация гостиниц на звездность была добровольной. Т.е. она служила дополнительным фактором, повышающим конкурентоспособность услуг, и многие гостиницы прошли ее добровольно для того, чтобы занять определенное место на рынке этих услуг. Однако после принятия Госстандартом Постановления № 64 от 15.07.2008 г. гостиницы, претендующие на звездность, должны пройти обязательную сертификацию.

Однако в Беларуси на сегодняшний день данную сертификацию на соответствие требованиям ГОСТ 28681.4-95 прошли лишь 18 из около 257 работающих в республике (всего 300 средств размещения).

Пять звезд присвоено гостинице "Европа" (г. Минск).

Четыре звезды: "Отель Минск", "Виктория" (г. Минск), "Лучеса" (г. Витебск).

Три звезды: гостиница Международного образовательного центра "IBV", гостиницы "Планета", "Юбилейная", "Орбита", гостиница РУП "Республиканский горнолыжный центр "Силичи" (г. Минск и Минская обл.); ЗАО "Отель "Эридан" (г. Витебск), "Гостиничный комплекс "Нафтан" ОАО "Нафтан" (г. Новополоцк), гостиница "Турист" ЧУП "Гомель-турист" (г. Гомель), гостиница "Славинаспорт" (г. Жлобин), "Гостиница № 1", "Гостиница № 3", "Гостиница "Вискули" ГПУ НП "Беловежская пуща" (Брестская обл.), гостиница "Континент" (г. Лида), гостиница "Турист" (г. Бобруйск).

Брестских гостиниц среди звездных на сегодняшний день нет. Хотя по результатам проведенного опроса администраций гостиниц, такое положение их не устраивает, по-

этого во второй половине года «Интурист», «Беларусь» и «Веста» войдут в сертифицированные ряды белорусских гостиниц с тремя звездами на фасаде.

Сертификация белорусских гостиниц – еще одна из мер по реализации программы развития туризма в Республике Беларусь на 2006-2010 годы; по приведению материальной базы гостиниц; санаторно-курортных учреждений; домов отдыха, профилакториев в соответствие с международными стандартами по сервису обслуживания.

Считается, что сертификация – это залог повышения качества предоставляемых в Беларуси гостиничных услуг, и, безусловно, повлияет на работу гостиниц в лучшую сторону. Потому как цель присвоения категории (ее можно получить только при проведении сертификации) – сориентировать клиента на определенный уровень качества.

Хотя по мнению самих участников турбизнеса, уровень обслуживания в отечественных гостиницах сертификация не поднимет. Действительно, к этому вопросу можно подойти и с другой стороны: Зачем какой-нибудь региональной гостинице вкладывать деньги и повышать уровень комфортности, если в ближайшей округе она единственная и выбора у туристов все равно нет?

Качественные услуги в гостиничном бизнесе – неотъемлемая часть реализации Национальной программы по развитию туризма. Все впечатления от самого города, его видов и достопримечательностей могут быть очень искажены «набором эмоций» от пребывания в гостинице. Согласно статистике, довольный клиент расскажет о своих впечатлениях трем знакомым, а недовольный – десяти!

Поэтому, когда туристы едут в Беларусь, и в Брест, в частности, или находятся здесь проездом, необходимо создать такие гостиничные условия, чтобы уставший турист останавливался в наших гостиницах не от безысходности, и отсутствия сил продолжать путь, а с уверенностью в том, что он получит весь спектр услуг, в котором нуждается. Никто не говорит, что в Бресте нужно срочно превращать все гостиницы в элитные дорогие отели. Нет, речь идет не о том. Как показывает международный опыт, именно гостиницы среднего класса наиболее востребованы у туристов. Однако необходимо улучшить уровень обслуживания в отечественных гостиницах. Учитывая тот факт, что Брест приграничный город и доля иностранцев в наших гостиницах достаточно велика (гостиница «Веста» – 55-60%; гостиница «Интурист» – 40-45%; гостиница «Беларусь» – 15-20%), очень важным моментом является именно предоставление качественного комплексного обслуживания иностранных гостей, туристов и бизнесменов.

Основные проблемы формирования гостиничного потенциала г. Бреста:

1. Недостаток умеренного фонда.
2. Отсутствие четко сформулированных внутренних стандартов обслуживания.
3. Негибкая политика ценообразования.
4. Отсутствие единой информационной системы бронирования.
5. Недостаточная заинтересованность в формировании коммуникационной политики со стороны администраций гостиниц.
6. Небольшая доля персонала со специальным образованием.
7. Неразвитая система предоставления дополнительных услуг.

Нормы, определяющие количество гостиниц в отдельно взятом населенном пункте и существующие еще с советских времен, гласят: на каждую тысячу человек городского населения должно приходиться, как минимум, пять гостиничных мест. Все отели города могут разместить чуть более 1100 постояльцев. Факт на лицо. Бресту нужны еще гостиницы.

Стоит отметить, результаты исследования показали, что напрямую связывать посещаемость гостиницы со стоимостью номеров в ней нельзя. И говорить нужно не столько о цене, сколько о соотношении цена/качество. Так, в одном из проведенных в европейских гостиницах опросов посетители поставили стоимость номера лишь на третье место по важности в перечне факторов, влияющих на выбор ими того или иного отеля.

Белорусские гостиницы перешли к единому тарифу на свои услуги. Речь идет о том, что отныне все гости нашей страны, независимо от того, откуда они приехали, должны платить за проживание в гостиницах одну цену с белорусами. И если ряд столичных гостиниц перешли на единый тариф еще в прошлом году, т.к. Минск может себе это позволить: иностранных туристов здесь несравнимо больше, то Брест, заполняемость гостиничных мест которого на 80-90% обеспечивают наши соотечественники и граждане СНГ, к выравниванию для них цен с иностранцами не стремился. В среднем для белорусов стоимость гостиничных услуг в этом году выросла на 10-14 процентов. Иностранцев же единый тариф не может не порадовать! Для них цены стали ниже!

В ценовой политике многих европейских гостиниц стоит отметить тот факт, что для привлечения дополнительных клиентов охотно, причем в довольно солидных объемах, используют скидки (накопительные, корпоративные, и особенно выходного дня). К примеру, скидка выходного дня может достигать 30-40% стоимости номера. У нас же такое не практикуется! Хотя загруженностью в выходные дни брестские гостиницы похвастать не могут.

А для повышения загруженности своего номерного фонда во время уик-энда брестским гостиницам следовало бы посерьезнее отнестись к идее организации и активного продвижения групповых и индивидуальных туров выходного дня для иностранцев. Со скидками выходного дня! Самостоятельно или при помощи турфирм. Это реальный способ привлечения потенциальных клиентов (сравнительная характеристика показывает, что цены в Бресте могут стать конкурентным преимуществом гостиничного бизнеса города). Потому что Брест хоть и обладает определенным туристским потенциалом и инфраструктурой, они не позволяют задержаться в городе над Бугом на более продолжительный срок, чем 1-2 дня (за исключением так называемых деловых туристов естественно). По-моему, именно таким образом гостиничный потенциал города мог бы быть использован намного лучше!

Во всем мире очень популярна реклама гостиниц на собственных сайтах в Интернете, которая не только выходит на безграничный круг потенциальных клиентов, но и дает им возможность тут же воспользоваться обратной связью со службой бронирования гостиницы.

Однако для отечественной сферы гостеприимства эта эффективная возможность привлечения клиентов является большой проблемой. В гостиницах запросто могут потребовать от гостей, которые пытаются получить бронь, факсом прислать гарантийное письмо, подкрепленное также подписью бухгалтера. Для граждан СНГ в этом уже нет ничего странного, но иностранцев, не привыкших иметь с бронированием таких трудностей, это пугает.

В результате, Брест – город с хорошим потенциалом развития гостиничного бизнеса. Для этого, как мы выяснили, он имеет свои предпосылки. Однако сама по себе эта отрасль не станет развиваться бешеными темпами. Поэтому всем кто так или иначе связан с данной отраслью, необходимо приложить немало усилий, направленных на:

- увеличение номерного фонда;
- улучшение условий размещения;
- повышение качества гостиничного обслуживания;
- расширение спектра оказываемых услуг;
- повышение интенсивности сотрудничества с турфирмами;
- создание единой информационной базы всех брестских гостиниц;
- определение оптимального уровня «цена/качество»;
- создание официальных сайтов брестских гостиниц;
- упрощение процесса бронирования номеров;
- развитие фирменной «белорусской» кухни в пригостиничных барах и ресторанах,

• добродушное отношение персонала гостиниц к гостям (цитата из статьи: «Обслуживайте клиентов так, как хотели бы, чтобы обслуживали вас!»).  
Только комплексное выполнение поставленных задач сможет вывести сферу гостиничных услуг Беларуси, в общем, и Бреста, в частности, на качественно новый уровень.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. [www.booking.com](http://www.booking.com) – система он-лайн бронирования отелей по всему миру.
2. [www.bresttunist.by](http://www.bresttunist.by) – сайт гостиницы «Беларусь» (Брест).
3. [www.frontdesk.ru](http://www.frontdesk.ru) – сайт «Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса».
4. [www.hotelero.ru](http://www.hotelero.ru) – сайт «Гостиницы Москвы».
5. [www.hotelmaster.ru](http://www.hotelmaster.ru) – сайт «Гостиничный бизнес, гостиничное хозяйство».
6. [www.inn.tj](http://www.inn.tj) – сайт «Отели и гостиницы мира».
7. [www.komandirovka.ru](http://www.komandirovka.ru) – сайт о гостиницах стран СНГ.
8. [www.neg.by](http://www.neg.by) – сайт «Экономической газеты».
9. [www.online-tour.com.ua](http://www.online-tour.com.ua) – сайт «Туризм. Путешествия. Отдых».
10. [www.prohotel.ru](http://www.prohotel.ru) – информационно-справочный ресурс, посвященный гостиничному бизнесу.
11. [www.vb.by](http://www.vb.by) – сайт газеты «Вечерний Брест».
12. [www.tnra.by](http://www.tnra.by) – сайт Государственного комитета по стандартизации РБ.

УДК 330.147

Трутько Н.С.

Научный руководитель: ассистент Лысюк Р.Н.

#### ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ПУТИ ЕГО УЛУЧШЕНИЯ

Целью настоящей работы является выявление и анализ положительных и отрицательных факторов, влияющих на привлечение иностранных инвестиций в Республику Беларусь, а также прогнозирование путей улучшения инвестиционного климата РБ.

Инвестиционные ресурсы являются неотъемлемым инструментом улучшения социально-экономического климата любого государства. Необходимость привлечения иностранных инвестиций в экономику Республики Беларусь опосредована тем, что любая организация, как коммерческая, так и некоммерческая, имеет лишь ограниченное количество свободных финансовых ресурсов, доступных для финансирования в обновление собственных основных фондов.

По состоянию на 2007 год основным источником инвестиций являлись собственные средства организаций (43%), на 26% осуществлялось финансирование из бюджета и внебюджетных фондов, на 25% за счет прочих источников (заемных средств других организаций, кредитов банков и др.) и лишь 1% инвестиций в основной капитал осуществлялся за счет иностранных источников (рис. 1) [4].

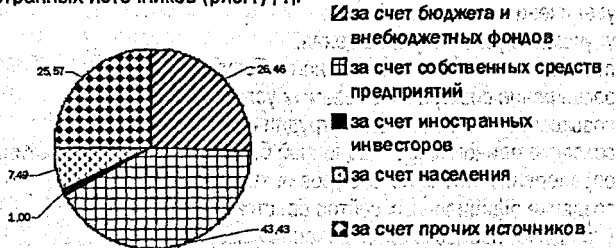


Рис. 1 – Инвестиции в основной капитал по источникам финансирования