

Литература

1. Туристическая библиотека [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/morozova3.htm. — Дата доступа: 16.02.2017.

<http://edoc.bseu.by>

А.В. Данильская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.Ф. Бунас** — магистр экон. наук

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Для успешного функционирования любого предприятия необходимо следить за динамикой экономических показателей, в первую очередь соотносить расходы с доходами. Также необходимо проводить анализ полученных результатов деятельности, т.е. прибыли. Как известно, прибыль — это главная цель для любой предпринимательской деятельности, основной источник развития бизнеса. Однако делать выводы об эффективности работы предприятия только лишь по показателю прибыли нецелесообразно, поскольку наличие прибыли вовсе не означает, что организация работает с полной отдачей. При равной ее сумме на разных предприятиях величина затраченных ресурсов, полученных доходов будет различна. Для того чтобы устранить данный недостаток, используется показатель рентабельности.

Рентабельность — один из основных стоимостных качественных показателей эффективности производства на предприятии, характеризующий уровень отдачи затрат и степень использования средств в процессе производства и реализации продукции [1].

На сегодняшний день в сложившейся экономической ситуации большинство предприятий нашей страны испытывают проблему низкой рентабельности, в их числе находятся и предприятия гостиничного бизнеса [2].

На основе изложенного можно сформулировать пути повышения рентабельности средств размещения в современных условиях. Один из способов — это повышение стоимости гостиничного номера. В таком случае станет возможным продавать меньшее количество номеров, но по большей цене.

Увеличить прибыль можно путем снижения затрат производства и себестоимости услуг, в том числе совершенствовать процесс производства, сокращая количество персонала.

Кроме того, в целях повышения эффективности деятельности целесообразно:

- оптимизировать модель расходования имущества;
- получать максимум прибыли при наименьшем вовлечении основных и оборотных фондов;
- вовлекать незадействованные площади (сдавать помещения в аренду и т.д.).

Результативным может оказаться увеличение оборачиваемости активов, что предусматривает не только оптимизацию расходования ресурсов для оказания услуг, но и совершенствование управления денежными средствами (не допускать «залеживания» свободных денег, т.е. вовлекать их в производство, перечислять на погашение кредитов, давать займы другим организациям, совершать иные финансовые вложения).

Вместе с тем необходимо отметить, что каждое предприятие имеет свою специфику, и применение перечисленных мер по повышению рентабельности должно сопровождаться предварительным анализом деятельности предприятия.

Литература

1. Большой экономический словарь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://big_economic_dictionary.academic.ru/13088. — Дата доступа: 22.02.2017.

2. Рост спроса на белорусские гостиницы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belaruspartisan.org/economic/347434/>. — Дата доступа: 21.02.2017.

3. Рентабельность мясных гостиниц [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://naviny.by/rubrics/tourism/2014/10/30/ic_news_126_448053. — Дата доступа: 21.02.2017.

Е.В. Девяткина

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель П.А. Литвинов

ПРИМЕНЕНИЕ ОПЫТА ЗАРУБЕЖНЫХ КОМПАНИЙ ПО МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ В ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Для успешной деятельности и поддержания конкурентоспособности любому предприятию, не только представляющему туристическую индустрию, необходимо создание грамотного и эффективного процесса управления.

Управление, или менеджмент, представляет собой умение добиваться поставленных целей, рационально используя труд, интеллект и мотивы поведения других людей. От него в значительной мере зависят эффективность производства, качество обслуживания клиентов, имидж компании, что немаловажно в условиях жесткой конкуренции на туристическом рынке.

В процессе управления любым менеджером реализуются функции планирования, организации, мотивации и контроля [1]. Человек ни-