

ничной услуги характеризуется тем, что ее практически невозможно изучить и оценить до получения. На сегодня гостиничное хозяйство во всем мире стало на индустриальную основу и является отраслью экономики, причем такой, что обеспечивает значительные валютные поступления за счет развития туризма. В настоящее время качество предоставляемых услуг является для клиентов одним из наиболее важных факторов привлекательности и потребительского выбора.

Литература

1. Руденко, Л. Л. Технологии гостиничной деятельности: учебное пособие / Л. Л. Руденко. – М.: Дашков и К, 2015. – 176 с.
2. Барчуков, И. С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов: учебное пособие / И. С. Барчуков. – М.: КноРус, 2014. – 168 с.
3. Балашова, Е. А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса / Е. А. Балашова. – М.: Вершина, 2005. – 176 с.

Yield Management как основа успешного развития гостиничного предприятия

*Смехович А. А., студ. II к. БГУ,
науч. рук. Лукашук Н. А., канд. эк. наук, доц.*

В условиях ведения деятельности в высококонкурентной среде эффективное управление доходами становится все более необходимым условием успешного развития предприятий гостиничной индустрии [1].

Yield Management (YM) является одним из способов дискриминационного ценообразования и помогает организации достичь максимальной прибыли, основанной на спросе. По выражению *Sheryl E. Kimes*, «управление доходами – это метод, который может помочь фирме продать правильную единицу запасов правильному покупателю в нужное время и по правильной цене» [4, с. 23].

Предприятия, на которых в первую очередь применяется этот метод, имеют следующие общие черты:

- продукт рассматривается как «скоропортящийся» (в гостинице это незанятые номера, которые имеют нулевую чистую стоимость);
- варьирующийся спрос и фиксированные производственные мощности;
- продажи путем предварительного бронирования;
- сложная структура ценообразования;
- очень низкие переменные затраты на единицу производимой продукции или услуг (в гостиничной сфере переменные затраты на продажу одного до-

полнительного номера, включая уборку номера и оказание сопутствующих услуг, представляет собой очень небольшую сумму; затраты на персонал и амортизационные отчисления не зависят от объема продаж) [3].

Итак, применение *УМ* на предприятиях гостиничной индустрии является обоснованным. По оценкам специалистов, применение данного метода может увеличить оборот гостиницы на 7%, что вызовет существенное увеличение дохода [3].

УМ реализуется поэтапно на четырех уровнях: сбор необходимых данных, оценка и прогнозирование, оптимизация, контроль [1]. Метод *УМ* максимизирует два источника доходов: объем продаж и цена на единицу услуг. Первый основан на технике овербукинга (перебронирования), на который влияют следующие факторы: номерной фонд гостиничного предприятия (общее количество номеров); текущая загрузка гостиницы; количество отъездов на текущий день; количество гарантированных бронирований на текущий день; количество негарантированных бронирований; количество досрочных отъездов (до даты окончания бронирования); количество продленных бронирований; количество отмененных гарантированных бронирований; количество отмененных бронирований с ожиданием до установленного срока; количество неявок по гарантированным бронированиям; количество неявок по негарантированным бронированиям; количество досрочных приездов; количество номеров, временно выбывших из общего номерного фонда [2].

Уровень овербукинга рассчитывается на каждый день. В расчетах принимает участие статистика за точно такой же день за прошлые годы.

Оптимизация цены (основная идея метода управления доходами – менять цены в зависимости от спроса) осуществляется на основе кривых бронирования: «профиль бронирования» (показывает среднестатистическое количество бронирований за каждый интервал времени до фактической даты бронирования) и «фактические бронирования» (указывает текущее состояние бронирований на определенную дату). Соотношение этих двух кривых определяет характер поведения клиентов гостиницы, осуществляющих бронирование номеров. Во всех случаях, когда эти две кривые начинают расходиться следует немедленно предпринимать определенные действия [2].

Кроме указанных техник к методам управления доходами также относятся групповое квотирование и оптимизация групп, контроль продолжительности проживания, контроль тарифов и *up-sell* (продажа номера более высокой категории при заселении гостя) [2].

Таким образом, при правильном использовании технологии *Yield Management*, включающей в себя операции сбора соответствующих данных, их анализ, оптимизацию и контроль, можно достичь наилучшего соотношения между спросом на услуги и предложением, что обеспечивает

увеличение прибыли, а значит, повышает жизнеспособность гостиничного предприятия [1].

Литература

1. Интернет адрес: http://tourlib.net/statti_tourism/kostin.htm.
2. Интернет-адрес: <http://www.frontdesk.ru/article/yield-management-v-gostinichnoy-industrii>.
3. Чхиквадзе Н. А. Стратегии управления доходами гостиниц / Н. А. Чхиквадзе // Сервис в России и за рубежом. – 2013. – №9. – С. 104–110.
4. Perceived Fairness of Yield Management [Electronic resource] / Sherley E. Kimes. – 1994. – Mode of access: <http://scholarship.sha.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1483&context=articles>. – Date of access: 17.02.2017.

PEST-анализ среды развития въездного самостоятельного туризма в Беларуси

*Тудвасева Я. А., студ. IV к. БГУ,
науч. рук. Решетников Д. Г., канд. геогр. наук, доц.*

В последние годы все большую популярность приобретает самостоятельный туризм, предполагающий самостоятельную организацию путешествий по личным предпочтениям туриста, без привлечения туристских фирм. Метод *PEST*-анализа позволяет изучить факторы развития въездного самостоятельного туризма в Беларуси.

Политические факторы (P). Важнейший фактор этой группы – визовый режим. Его совершенствованию способствовало принятие Президентом Республики Беларусь Указа №8 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан», по которому граждане 80 государств могут находиться в Беларуси без визы до 5 дней. Однако это не в полной мере отвечает требованиям массового самостоятельного туризма, поскольку условием безвизового режима является прибытие и выезд через Национальный аэропорт «Минск».

Также иностранные гости имеют возможность без визы посетить парк «Беловежская пуца» (до 3 дней), зону «Августовский канал» и г. Гродно (до 5 дней). По данным портала *Grodno Visa Free*, с августа 2016 по апрель 2017 гг. Августовский канал и его окрестности посетили около 8,5 тыс. иностранцев из 38 стран (большинство из Польши и Литвы).

Помимо визового режима, к политическим факторам можно отнести высокий уровень безопасности. По данным аналитического центра NUMBEO, в рейтинге безопасных стран, Беларусь занимает 10 место в мире с 78 балла-