

Yield-менеджмент в гостиничном бизнесе можно кратко определить как продажа правильной комнаты правильному клиенту в правильное время по правильной цене посредством правильного канала продаж.

Использование компанией *Yield*-менеджмента дает ряд преимуществ, в частности:

- проведение ряда исследований с целью повышения эффективности *Yield*-менеджмента позволяет компании предвидеть не только уровень спроса, но также предпочтения и ожидания клиентов относительно предлагаемого продукта;

- применение *Yield*-менеджмента определяет наилучшую ценовую стратегию для компании в соответствии с уровнем загрузки, что позволяет ей максимизировать прибыль и сделать акцент скорее на качественной загрузке, нежели на количественной;

- при эффективной реализации стратегий *Yield*-менеджмента повышается уровень взаимодействия между всеми отделами компании.

Однако при использовании практики *Yield*-менеджмента есть вероятность столкнуться с определенными проблемами и трудностями:

- несправедливость (из-за изменения цены клиенты могут посчитать, что компания действует несправедливо);

- потеря доли рынка вследствие нестабильной цены;

- внедрение *Yield*-менеджмента потребует больших финансовых инвестиций в автоматизацию и налаживание процессов, без гарантии результатов и т. д.

Так же следует отметить, что для эффективной реализации стратегии *Yield*-менеджмента потребуется сохранение и оптимизация больших объемов данных по прошлым периодам, таких как:

- уровень загрузки,

- объем общих продаж,

- целевые группы, сегментация клиентов,

- доля рынка,

- уровень удовлетворенности клиентов и др.

Необходимо также учитывать факторы внешней среды, как например:

- статистика наблюдений погодных условий;

- информация о периодах отпусков и государственных праздниках;

- появление новых компаний-конкурентов и уход с рынка старых;

- информация о ценовой политике компаний-конкурентов и другие факторы.

Тем не менее, управление доходами является ключевым инструментом, который помогает компании оценить свои внутренние и внешние возможности и развиваться, создавая ценность для клиентов.

АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГПУ НП «ПРИПЯТСКИЙ»

Мозговая О. С., Белорусский государственный университет

Туристическую деятельность государственных природоохранных учреждений можно определить как совокупность целенаправленных действий в сфере обслуживания, которые ориентированы на удовлетворение потребностей тури-

стов, отвечающие целям туризма. Данное понятие включает в себя услуги размещения, питания, перевозку, экскурсионные услуги, прокат инвентаря, посещение музеев, вольеров и иных туристских аттракций. Этот комплекс услуг и работ, удовлетворяющий потребности туристов во время пребывания на территории ГПУ.

Основными видами деятельности ГПУ НП «Припятский» являются: лесное хозяйство и предоставление услуг в этой области; туристическая деятельность; предоставление различных видов услуг потребителям. Согласно данным Мониторинга бизнес планирования за январь — декабрь 2011 г. объем производства (лесное хозяйство и предоставление услуг в этой области) в сопоставимых ценах составил 143,2 млн рублей, что в 45,4 раза меньше объема услуг, который в сопоставимых ценах составил 6506,2 млн рублей. Из них 91,5 % занимал объем производства туристических услуг — 5956,2 млн рублей, объем производства различных видов услуг потребителям составил 550,0 млн рублей (8,5%).

Основу экспорта товаров, работ, услуг составляет исключительно экспорт туристических услуг. За период с 2004 по 2011 г. экспорт вырос в 12 раз и составил 1164,5 тыс. дол. США (96,4 тыс. дол. США в 2004 г.). Количество иностранных туристов (из 35 стран мира), посетивших НП «Припятский» за исследуемый период выросло в 7,1 раз (1124 человек в 2011 г.), что составило 21,5 % от общего количества туристов (5225 чел.), посетивших национальный парк. При этом необходимо отметить, что в 2011 г. более половины иностранных туристов (55,8 %) составляли туристы из приграничных стран (России, Украины, Польши, Литвы, Латвии). Средняя продолжительность пребывания туристов в исследуемый период составила 2,57 ночей. Показатель рентабельности комплексно отражает степень использования материальных, трудовых и денежных ресурсов, а также природных богатств. Это показатель эффективности деятельности, характеризующий уровень отдачи от затрат и степень использования средств.

Показатели общей рентабельности реализованной продукции (товаров, работ, услуг) и рентабельности турдеятельности относительно друг друга колеблются незначительно (в 2008 г. показатель общей рентабельности был на 1,7 % выше показателя рентабельности турдеятельности, а в 2011 г. показатель рентабельности турдеятельности выше на 2,5 %, в другие годы колебание было незначительно — не более 0,5 %) и сохраняют общую тенденцию роста за исследуемый период. Рентабельность турдеятельности увеличилась в 4,7 раза с 2004 г. (10,9 %) по 2011 г. (50,9 %). Общая рентабельность реализованной продукции (товаров, работ, услуг) увеличилась в 4,6 раза с 2004 г. (10,4 %) по 2011 г. (48,4 %). НП «Припятский» имеет средний показатель рентабельности (в сравнении с другими национальными парками), что может быть результатом укрепления материально-технической базы национального парка, расширения многообразия туристских маршрутов, интенсивного развития инфраструктуры туризма.

Таким образом, ГПУ «Национальный парк «Припятский» является субъектом хозяйствования, функционирующим в нескольких направлениях: производственная деятельность, предоставление услуг, некоммерческая деятельность. Вследствие специфики некоторых видов деятельности, ГПУ «Национальный парк «Припятский» работает в условиях, обусловленных многими ограниченче-

ниями в природоохранном законодательстве Республики Беларусь. Активному развитию туристической деятельности в национальном парке способствует богатый природный и историко-культурный потенциал, выгодное географическое положение, благоприятный климат, а также финансовая поддержка государства.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ

Мозговая О. С., Ахраменко Е. Н., Белорусский государственный университет

В условиях глобализации важно поддерживать конкурентоспособность предприятия и использовать современные технологии для достижения максимальной эффективности их деятельности. В работе банковских предприятий необходимым компонентом на современном этапе являются системы автоматизации (системы *Business Intelligence*) и предсказательной аналитики. Эти технологии необходимы для того, чтобы повысить экономическую эффективность деятельности банков, минимизировать риски, привлечь клиентов, способствовать быстрому внедрению новых банковских продуктов на рынок.

Наиболее конкурентоспособной системой на современном рынке является *SAP (Systems, Applications and Products)* система, в которой учитывается модель бизнеса финансовой организации, которая должна обеспечить интегрированный контур управления по таким направлениям как: клиенты, взаимоотношения и продажи; финансы и управление ими; бизнес-процессы и сервисы; а также эффективное управление персоналом организации.

Рассмотрим возможность повышения экономической эффективности деятельности белорусских банков при условии использования централизованной автоматизированной банковской системы (ЦАБС) на основе *SAP* и проанализируем показатели по блокам данной системы.

Основными блоками являются:

1) компонент «Данные о клиентах» предназначен для управления данными о контрагентах банка. Преимущества данного компонента включают снижение операционных рисков, достигаемое путем качественного улучшения информации о контрагентах, которое предоставляется единой клиентской базой, и минимизации ошибок при вводе данных; снижение финансовых рисков за счет быстрого анализа финансовой информации бизнес-партнера банка; снижение трудозатрат и оптимизация бизнес-процессов банка в части ведения информации о бизнес-партнерах. Использование ОАО «Беларусбанк» системы *SAP* способствовало повышению доходов от обслуживания корпоративных клиентов с 10,6 трлн руб. в 2013 г. до 12,9 трлн руб. в 2014 г. Динамика расходов соответственно снизилась с 7,5 трлн в 2013 до 6,7 трлн руб. в 2014 г.

2) компонент «Депозиты, карты» применяется для организации эффективной работы банка в сфере расчетно-кассового обслуживания, работы с пластиковыми картами и с клиентскими договорами по привлечению средств. К преимуществам данного модуля относятся: снижение затрат, повышение производительности труда путем высокой степени интеграции процессов и контролируе-