

УДК 338.486(476)

**СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ
ГОСТЕПРИИМСТВА В РБ**

С.Н. Картынник, 2 курс

Научный руководитель – А.В. Онищук, старший преподаватель

Полесский государственный университет

Современный туризм — это мощная индустрия, выделяющаяся среди других отраслей экономики высокой эффективностью, устойчивым развитием и интенсивно развивающаяся в периоды относительного благополучия общества [1, с.5].

Туризм неотделим от понятия гостеприимство, потому что для его осуществления необходимы различные формы проявления гостеприимства, такие как доброжелательность и толерантность местного населения, с одной стороны, и качественные, разнообразные услуги, предоставляемые сферой гостеприимства – гостиницами, ресторанами, развлекательными и оздоровительными центрами, с другой.

Гостеприимство – это одно из понятий цивилизации, которое благодаря прогрессу и времени превратилось в мощную индустрию. Она включает в себя различные сферы деятельности людей – туризм, отдых, развлечения, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, экскурсионную деятельность, организацию выставок и проведение различных научных конференций. Это комплексная сфера деятельности работников, удовлетворяющих любые запросы и желания туристов.

В настоящее время индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства. Это связано с тем, что на пороге 21 века туризм стал главным источником дохода для 38% стран, а для 83% стран – одним из пяти основных источников дохода [2, с.7]. Как источник значительных валютных поступлений туризм способствует созданию дополнительных рабочих мест, обеспечению занятости населения и росту его доходов. Кроме того, туризм способствует расширению международных контактов и улучшает взаимопонимание между странами и народами. Феномен туризма связан со многими цивилизационными процессами и проявляется в многообразии видов, моделей и направлений, динамичности развития и интеграции в туристское пространство новых территорий ещё недавно казавшимися бесперспективными для турбизнеса и индустрии гостеприимства.

На современном этапе по наиболее существенным отличительным признакам принято выделять четыре модели гостеприимства. В соответствии с географической привязкой они получили следующие названия: европейская модель, азиатская модель, американская модель и восточноевропейская модель. Каждая из них складывалась под влиянием целого ряда факторов: природных и историко–культурных ресурсов, экономических и политических условий, менталитета и традиций местного населения, туристской специализации и популярности туристических ресурсов и т.п.

Европейская модель зародилась ещё в 19 веке в эпоху, когда туризм был элитарным, рассчитанным на аристократию и крупную буржуазию. Она ориентирована на поддержание высокой репутации заведения и индивидуальный подход к запросам клиентов. Её основные признаки: наличие разнообразных отелей и других средств размещения, высокие требования по отношению к природному и архитектурному окружению, изысканность и стильность интерьеров, комфортность, сравнительно невысокая вместимость номерного фонда, традиционность и межличностный контакт персонала и гостей. Европейскую модель можно условно назвать «консервативной» или «аристократической».

Для азиатской модели, которая стала складываться на столетие позже европейской, характерны: гигантомания, высокая вместимость, большая площадь номеров и других помещений, роскошное убранство, приверженность системе обслуживания «всё включено». Показное богатство отелей создаёт ощущение доступности «изысканных благ» широким слоям потребителя, за которого здесь борются ярким блеском и доступной ценой.

Американскую модель гостеприимства отличает смешение стилей и подходов характерных европейской и азиатской моделям. Отели курортной зоны обычно следуют азиатской модели с её показной роскошью и развитой инфраструктурой. В других районах страны преобладают небольшие отели европейского типа, для которых важны стильность и индивидуальный подход к обслуживанию гостей.

Восточноевропейская модель гостеприимства ориентирована на американский опыт и наиболее проявляется в России. Её особенностью является такое же смешение стилей и подходов, показная роскошь. При этом в данной модели присутствует определённая доля гостиниц и других объектов туристской инфраструктуры, которые создавались в советский период и позднее были реконструированы.

Что касается Республики Беларусь, индустрия гостеприимства здесь только формируется и конкретную тенденцию проследить сложно. Можно лишь отметить, что туристская инфраструктура представлена небольшим количеством отелей, отвечающих международным стандартам, целым рядом гостиниц, которые являются коммунальной и частной собственностью, а также объектами, требующими скорейшей реконструкции и модернизации. Всего в Беларуси в 2014 году насчитывалось 530 различных средств размещения. Из них: 3 гостиницы имели 5 «звёзд», 6 гостиниц – 4 «звезды», 32 гостиницы – 3 «звезды», 12 гостиниц – 2 «звезды», 1 гостиница – 1 «звезду» и 476

гостиниц не имели категории [4]. На сегодняшний день гостиничный фонд Республики Беларусь не соответствует зарубежным аналогам развития. Отсутствие устойчивых потоков въездного туризма затрудняет на современном этапе объективное прогнозирование, касающееся выбора оптимальной модели гостеприимства. Для развития гостиничного фонда Республики Беларусь необходимо улучшение существующих гостиниц и создание новых.

В конкурентной борьбе за клиента, которая постоянно идёт между туристическими регионами (дестинациями) выигрывает тот, кто лучше улавливает мировые тенденции в сфере гостеприимства и умеет их адаптировать в реальных условиях своей страны или региона. Специалисты к основным тенденциям развития индустрии гостеприимства в РБ относят следующие:

- демократизация индустрии гостеприимства, которая становится доступной массовому потребителю;
- развитие новых видов туризма и постоянное совершенствование турпродукта, что поддерживает и увеличивает спрос и предложение на туристическом рынке;
- массовый переход от специализированных гостиничных услуг к широкому предложению в отелях продуктов и услуг, которые предоставлялись ранее другими отраслями и сферами (питание, трансфер, экскурсии, организация досуга и т.п.);
- глобализация и концентрация гостиничного бизнеса, создание туристских корпораций и гостиничных цепей, что позволяет выдерживать единый качественный уровень услуг на всех этапах обслуживания, а также в разных странах и регионах, где присутствуют объекты соответствующей цепи;
- усиление специализации гостиничного бизнеса и его полная концентрация на запросах и потребностях клиентов;
- широкое внедрение во все сферы гостиничного бизнеса информационных и других передовых технологий.

Сфера туризма и гостеприимства не только совершенствуется, но и постоянно взаимодействует с другими сферами. Каждый гость (турист) на протяжении путешествия получает позитивные или негативные эмоции по причине соответствия или несоответствия услуг его ожиданиям, либо за счёт соприкосновения с местным населением в разных ситуациях. Сфера туризма основана на культуре гостеприимства на макроуровне, но её повышение, от которого зависит удовлетворенность гостей, невозможно, если в обществе не будет пропагандироваться и воспитываться культура гостеприимства на микроуровне, т.е. в семье, в учебных заведениях и трудовых коллективах.

Список использованных источников

1. Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма России в современных условиях: учеб. пособие /А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2007. – 416 с.
2. Перро С. Вехи развития мирового туризма// ОТЕЛЬ. HOTEL. – 2001г. № 12/1 – С–27
3. Современные тенденции развития индустрии гостеприимства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dw6.ru/sovremennyye_tendentsii_razvitiya_industrii_gostepriimstva.html. Дата доступа: 21.02.2016
4. Статистические данные сферы туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/turizm/> Дата доступа:28.02.2016