

**АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ В РЕСПУБЛИКЕ
БЕЛАРУСЬ И МЕРОПРИЯТИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ**

*А.А. Тереня, У.А. Палегошко, 3 курс
Научный руководитель – П.В. Гуца, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет*

Сегодня индустрия гостеприимства – это мощнейшая система хозяйства региона или туристского центра и важная составляющая экономики туризма.

Размещение занимает центральное место в комплексе услуг и являются неотъемлемой частью каждого тура. В многообразии имеющихся средств размещения особое место принадлежит гостиничной индустрии.

Гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает предоставление гостиниц и иных объектов, сооружений для размещения туристов, транспортных средств, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, оздоровительного, делового, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туристскую деятельность. На современном этапе гостиничная индустрия как отрасль экономики достаточно быстро развивается, а гостиничный бизнес в целом увеличивает ВВП любой страны.

Несмотря на нестабильную экономико-политическую ситуацию в мире, гостинично-туристический бизнес продолжает активно развиваться во всем мире. Эта индустрия – одна из самых привлекательных сфер для бизнеса. Мировое гостиничное хозяйство на сегодняшний день насчитывает около 500 тыс. комфортабельных гостиниц. При этом общее количество номеров за последние 20 лет продолжает расти и увеличивается в среднем на 3-4% в год, что свидетельствует о стабильной динамике увеличения количества средств размещения.

Развитие туризма в любой стране, регионе зависит от целого комплекса факторов, условий и ресурсов. В явном выигрыше те страны, которые имеют море и горы. Несмотря на то, что Беларусь не располагает этими знаковыми для туризма ресурсами, она имеет ряд преимуществ в сравнении с другими странами. Среди них:

- близость к Западной Европе, Скандинавии – туристскому рынку с очень высоким финансовым потенциалом;
- соседство со странами Балтии, Россией, Польшей, что является серьезным ресурсом, способствующим развитию приграничного туризма;
- древняя и богатая история, самобытная культура;
- роскошный природный потенциал, самый старый в мире лес – Беловежская пуца.

В то же время эффективное развитие туристической сферы невозможно без разветвленной инфраструктуры, включающей в себя гостиницы и аналогичные средства размещения, санаторно-курортные и оздоровительные организации, различные объекты культуры, искусства и физкультурно-спортивные сооружения.

В Беларуси туристическая деятельность находится на стадии реформирования и становления. Так, по официальным данным, на конец 2018 г. для путешественников, приезжающих с разными целями, свои услуги предоставляли 587 гостиниц и аналогичных средств размещения, число номеров составляло 20 590, единовременная вместимость (мест) – 38444. Показатели 2015 г.: средств размещения – 539, номерной фонд – 20157, вместимость – 36951 [1, с.18].

Как видим, наблюдается положительная тенденция. Однако коэффициент загрузки (2014 г. – 34% 2015 г – 29%, 2016 г. – 27%, 2017 г. – 29%, 2018 г. - 31%) свидетельствует о наличии проблем, так как для покрытия затрат гостиницам нужна хотя бы 45%-ная заполняемость [2]. Это может объясняться различными причинами: некомпетентностью кадров, неумением организовывать личные продажи, медленным развитием сертификации услуг, отсутствием индивидуальности у боль-

шинства гостиниц, совершенно неразвитая инфраструктура придорожных гостиниц, кемпингов. К этому добавляется один из существенных минусов, это соотношение цена-качество.

Для решения данных проблем необходимо развивать систему государственного регулирования деятельности гостиничных предприятий, разработать единые правовые нормы, а также установить минимальные параметры средств размещения, качества предоставляемых услуг. Кластерный подход позволит повысить конкурентоспособность отрасли: объединение, с предприятиями малого и среднего предпринимательства в сфере гостиничного бизнеса, проведение единой ценовой и маркетинговой политики, расширение объема производства туристических товаров и услуг. Многое зависит от квалификации, мастерства, мотивации персонала, вовлеченности в эффективную работу отеля [3].

В соответствии с тенденциями мирового туристического и гостиничного рынка для увеличения уровня загрузки белорусских гостиниц следует провести следующие мероприятия:

- Привлечение туристов из стран Юго-Восточной Азии (особенно из Китая), Ближнего Востока, Северной Америки. Для этого необходимо упростить визовые процедуры, установить сотрудничество с международными и местными туроператорами; развивать пассажирские авиаперевозки, снизить стоимость авиабилетов; участвовать в мероприятиях, акциях, проводимых в данных странах. Все эти мероприятия нужны для того, чтобы сделать образ Беларуси узнаваемым в мире.

- Развитие молодежного туризма. Для этого необходимо наличие современной информационно-коммуникационной среды, основанной на использовании Интернета и технологических инноваций, включая возможность онлайн-бронирования и бесконтактной системы заселения и выписки в гостиницах, разработку гостиничных веб-сайтов и интернет-рекламу с большим набором мультимедийных возможностей, маркетинг гостиничных услуг в социальных сетях.

- Создание интересных, непохожих на других, гостиниц в необычных местах, сочетание природных факторов и ярких дизайнерских задумок могло бы дать толчок развитию гостиничной индустрии в регионах Беларуси, в том числе для привлечения отечественных путешественников.

- Разработка новых туристических продуктов, предполагающих заботу об окружающей среде и людях. Это согласуется с мировой тенденцией к повышению социальной ответственности и экологичности гостиничных предприятий (установка оборудования, позволяющего экономить воду и электроэнергию, применение альтернативных источников энергии, отдельный сбор мусора; минимальное использование химикатов).

Таким образом, для коренных преобразований гостиничных компаний и их дальнейшего сбалансированного развития необходимо совершенствовать государственное регулирование соответствующей деятельности, применять кластерные подходы, современные маркетинговые стратегии, зарубежный опыт, наращивать кадровый потенциал.

Список использованных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь о развитии туризма, деятельности туристических организаций, коллективных средств размещения Республики Беларусь за 2018 год – 35 с.

2. Минские отели заполнены [Электронный ресурс] // Портал realt.onliner.by. – Режим доступа: <https://realt.onliner.by/2017/02/01/hotel-72>. – Дата доступа: 17.03.2019.

3. Развитие рынка гостиничных услуг в Беларуси [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://innosfera.by/node/3978>. – Дата доступа: 17.03.2019.