

ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА КАК АКТИВНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В статье рассматривается состояние индустрии гостеприимства в Республике Беларусь в целом и в потребительской кооперации в частности, а также вопрос создания кластера индустрии гостеприимства с целью развития потребительской кооперации.

The article reveals the state of the hospitality industry in both the Republic of Belarus and consumer cooperatives. It also describes the issue of creating a hospitality industry cluster with the aim of the development of consumer cooperatives.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства и ее структура; конкурентоспособность; кластерный подход; региональный туристический кластер; потребительская кооперация.

Key words: hospitality industry and its structure; competitiveness; cluster approach; regional tourist cluster; consumer cooperatives.

Введение

Концепция развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы основными задачами потребительской кооперации определяет повышение ее конкурентоспособности, сохранение лидирующих позиций в обслуживании сельского населения, освоение современных технологий во всех отраслях деятельности. Согласно принятой на 2016–2020 годы Государственной программе «Беларусь гостеприимная» взят курс на «формирование и развитие современного конкурентоспособного туристического комплекса, увеличение вклада туризма в развитие национальной экономики» [1]. Для решения поставленных задач как активный фактор упрочения позиций потребительской кооперации можно рассматривать создание кластера индустрии гостеприимства и туризма на базе сельских территорий. С одной стороны, развитие индустрии гостеприимства и туризма в системе потребительской кооперации становится все более актуальным, с другой же стороны, в индустрии гостеприимства и туризма кластерные исследования практически отсутствуют. В то же время следует отметить, что кластеры играют решающую роль в развитии сферы отдыха и путешествий, в формировании центров туризма и гостеприимства, привлечении в них посетителей и повышении их конкурентоспособности.

Индустрия гостеприимства – понятие многогранное, в результате чего, нет единого подхода к его трактовке. Так, Н. Уэбстер определяет индустрию гостеприимства как «сферу предпринимательства, состоящую из таких видов обслуживания, которые опираются на принципы гостеприимства, характеризующиеся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям» [2]. Согласно

Р. А. Браймеру, «индустрия гостеприимства является собирательным понятием для разнообразных и многочисленных форм предпринимательства, которые специализируются на рынке услуг, связанном с приемом и обслуживанием гостей: общественное питание, размещение, перевозка и отдых» [2]. В состав индустрии гостеприимства Дж. Р. Уокер включает туризм, тем самым рассматривает понятие индустрии гостеприимства гораздо шире чем туризм. Таким образом, в соответствии с зарубежной

методологией индустрия гостеприимства включает в себя предприятия размещения, общественного питания, транспортного и культурно-развлекательного сектора (а согласно Дж. Р. Уокеру и туризм).

В Республике Беларусь «индустрию гостеприимства определяют как совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов придорожного сервиса, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения» [2]. Хотя, если учесть тот факт, что основным понятием индустрии гостеприимства является «гостеприимное поведение», авторы статьи считают, что понятие «индустрия гостеприимства» необходимо рассматривать в той или иной степени применительно к любой сфере деятельности, в которой присутствуют взаимоотношения между людьми: образование, здравоохранение, жилищно-хозяйственный комплекс, торговля и т. д.

Впервые кластерная теория была предложена А. Маршаллом, а терминология, связанная с кластерным подходом, введена в XX веке М. Портером.

Согласно теории М. Портера, кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга [3].

К сфере туризма данная теория была применена М. Монфордом. Он же сформулировал основные составляющие (компоненты) кластерного подхода в туризме: туристические услуги, предлагаемые предприятиями индустрии гостеприимства; впечатления отдыхающих; взаимодействие предприятий, входящих в структуру системы индустрии гостеприимства; информационно-ознакомительные услуги; природно-рекреационные ресурсы и региональная политика [4].

Кластеры выступают как эффективный способ привлечения туристов и способствуют повышению конкурентоспособности туристической отрасли. В своей методологии создания региональных туристических кластеров в Беларуси Т. С. Вертинская, В. А. Клицунова определили региональный туристический кластер как «систему взаимосвязанных фирм, которая складывается в рамках отдельных экономических зон, организаций и учреждений в сфере путешествий и отдыха населения» [5]. Однако надо отметить, что региональный туристический кластер включает и структуры по поддержке предприятий в области производства туристического продукта: услуги туроператоров, гостиниц, общественного питания, транспорта, торговли, поставщиков оборудования, производителей сувенирной продукции, научные и учебные учреждения и др. [6].

В Беларуси не существует полноценных кластеров в индустрии гостеприимства и туризма. Сегодня можно говорить лишь о потенциальных кластерах. Однако существуют все предпосылки для их создания.

Во-первых, Республика Беларусь благодаря своему геополитическому положению имеет огромные преимущества по сравнению с другими странами: с одной стороны – близость к Западной Европе, с другой – соседство с Россией и Украиной; обладает богатой самобытной культурой и природным потенциалом.

Во-вторых, в Республике Беларусь сформирована нормативно-правовая база для создания региональных туристических кластеров, основу которой составляют специальное законодательство в области агроэкотуризма и правовые акты, определяющие общие условия осуществления процесса образования кластеров, делающие акцент на обеспечении конкурентоспособности, повышении инновационности производства и сферы услуг в области туризма и гостеприимства;

В-третьих, в Беларуси есть все необходимое для создания туристического продукта: квалифицированный персонал, информационное обеспечение, соответствующая инфраструктура, предприятия, занимающиеся агроэкотуризмом, гостевым, гастрономическим, событийным, конгрессно-выставочным, деловым, медицинским туризмом (таблица 1).

Таблица 1 – Основные показатели развития туризма Республики Беларусь за 2013–2015 годы

Показатели	Годы			Темп роста, %		
	2013	2014	2015	2014 года к 2013	2015 года к 2014	2015 года к 2013
Число организаций, занимающихся туристской деятельностью, ед.	1 085,0	1 254,0	1 364,0	115,6	108,8	125,7
Численность иностранных туристов, посетивших Республику Беларусь, тыс. чел.	136,8	137,4	276,3	100,4	201,1	202,0
Численность туристов, выезжавших из Республики Беларусь за рубеж, тыс. чел.	708,4	740,5	738,7	104,5	99,8	104,3
Численность туристов, отправленных по маршрутам тура в пределах территории Республики Беларусь, тыс. чел.	655,1	703,7	836,8	107,4	118,9	127,7
Число гостиниц и аналогичных средств размещения, ед.	481,0	530,0	539,0	110,2	101,7	112,1
Число санаторно-курортных и оздоровительных организаций, единиц	464,0	466,0	475,0	100,4	101,9	102,4
Число субъектов агротуризма, единиц	1 881,0	2 037,0	2 263,0	108,3	111,1	120,3
Число туристов, обслуженных субъектами агротуризма, тыс. чел.	271,7	318,8	294,3	117,3	92,3	108,3
Примечание – Таблица составлена автором на основе источника [7].						

В-четвертых, Республика Беларусь обладает высоким уровнем развития человеческого потенциала.

В-пятых, немаловажную роль играют национальные особенности характера белорусов (радушие, гостеприимство, доброжелательность).

Из таблицы 1 следует, что наблюдается тенденция роста числа организаций, осуществляющих туристскую деятельность.

В 2014 году по сравнению с 2013 годом этот показатель вырос на 15,6 %, а в 2015 году еще на 8,8%. Увеличивается и численность иностранных туристов, посетивших Республику Беларусь: в 2014 году по сравнению с 2013 годом – на 0,4%, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом она выросла более чем в 2 раза. Однако численность туристов, выезжавших из Республики Беларусь за рубеж, снизилась на 0,2%. Объяснением тому могут служить политические события, произошедшие в странах Европы и в Украине в 2015 году. На фоне этих событий Беларусь становится более привлекательной для иностранных туристов. Выросло число гостиниц и аналогичных средств размещения: в 2014 году по сравнению с 2013 годом этот показатель вырос на 10,2%, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом – на 1,7%.

В условиях общего роста объемов деятельности индустрии гостеприимства в 2015 году наблюдается снижение числа туристов, обслуженных субъектами агротуризма, на 7,7%, несмотря на то, что число субъектов агротуризма увеличивается. Причинами этого, в первую очередь, являются низкое качество обслуживания и снижение доходов населения.

Огромную роль в индустрии гостеприимства играет транспортная система с предоставляемыми на рынке транспортными услугами. В 2015 году всеми видами транспорта перевезено 2 094,5 млн чел., в том числе железнодорожным – 87,1 млн чел., автомобильным (автобусы) – 1 216,2 млн чел., таксомоторным – 11,7 млн чел., городским электрическим и метрополитеном – 777,1 млн чел., воздушным – 2,1 млн чел., внутренним водным – 0,2 млн чел. Наибольший удельный вес пассажирооборота приходится на автомобильный транспорт (автобусы) – 39,4% и железнодорожный – 29,6%. Постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 345 принята Государственная программа развития транспортного комплекса Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы. Согласно этой программе предусматривается увеличение пассажирооборота транспорта до 102,4% в 2020 году по отношению к 2015 году [8].

В Республике Беларусь достаточное количество памятников истории и культуры (таблица 2).

Таблица 2 – Основные показатели деятельности организаций культуры

Показатель	Годы			Темп роста, %		
	2013	2014	2015	2013 года к 2012	2014 года к 2013	2015 года к 2013
Число музеев, ед.	162	157	157	96,9	100,0	96,9
Число посещений музеев, тыс.	5 731	6 090	6 309	106,3	103,6	110,1
Число экскурсий, тыс.	132,4	124,8	125,8	94,3	100,8	95,0
Число выставок, ед.	4 997	3 978	4212	79,6	105,9	84,3
Число профессиональных театров, ед.	28	28	28	100,0	100,0	100,0
Число посещений профессиональных театров, тыс.	1 858	1 819	1 792	97,9	98,5	96,4
Число концертных организаций, ед.	19	19	19	100,0	100,0	100,0
Число посещений концертных организаций, тыс.	1 487	1 539	1 376	103,5	89,4	92,5
Число недвижимых объектов наследия	5 379	5 373	5 373	99,9	100,0	99,9
Примечание – Таблица составлена на основании данных источника [7].						

На территории Республики Беларусь в 2015 году находилось 5 373 недвижимых объекта наследия, включенных в Государственный список историко-культурных ценностей, в том числе памятников архитектуры – 1 759, памятников истории – 1 192, памятников искусства – 60, памятников археологии – 2 347. Как видно из таблицы 2, число посещений организаций культуры растет.

Потребительская кооперация Республики Беларусь представляет значительную часть экономического потенциала страны, является основной системой, обеспечивающей торговое обслуживание сельского населения.

Развитие индустрии гостеприимства и туризма в потребительской кооперации сосредоточено в основном на развитии общественного питания и придорожного сервиса.

Предпосылки для создания кластеров индустрии гостеприимства и туризма есть и в потребительской кооперации. Темп роста розничного товарооборота общественного питания Белкоопсоюза составил 73,2%. За 2011–2015 годы открыто 255 объектов общественного питания, 28 объектов придорожного сервиса, отремонтировано и технически переоснащено 620 объектов, 62 кондитерских цехов, приобретено и установлено 4,1 тыс. единиц технологического оборудования. Согласно Концепции развития потребительской кооперации на 2016 – 2020 годы в системе общественного питания акцент будет делаться на создание системы доступного и качественного питания, на популяризацию белорусской кухни, улучшение качества предоставляемых услуг за счет внедрения новых методов и технологий обслуживания и повышения профессионального уровня работников [9]. Число предприятий общественного питания и посадочных мест в них растет. В настоящее время обслуживанием участников дорожного движения в системе потребительской кооперации занимаются 176 объектов придорожного сервиса: 131 объект общественного питания, 39 торговых, 4 гостиницы, автозаправочная станция и моечный пункт. Удельный вес объектов общественного питания потребительской кооперации в общем количестве объектов питания, расположенных на автотрассах республики, составляет 24% [10].

Развитие индустрии гостеприимства и туризма мы видим и в активизации событийного туризма. Можно рассмотреть опыт Белгородской области (Российской Федерации). В 2016 году с целью развития туризма в каждом районе области проводились мероприятия событийного туризма (фестивали, слеты и т. п.). В Республике Беларусь событийный туризм концентрируется в крупных городах (преимущественно в г. Минске). В Гомельской области события республиканского и международного масштаба проводились помимо г. Гомеля в Калинковичском, Речицком, Рогачевском и Петриковском районах (в 4 районах из 21).

Учитывая, что система потребительской кооперации обслуживает в основном сельское население, она должна быть напрямую заинтересована в развитии событийного туризма именно в сельской местности. Организации потребительской кооперации могут быть не только участниками, но и организаторами подобных мероприятий. Материально-техническая база потребительской кооперации это позволяет.

На базе придорожных объектов общественного питания потребительской кооперации можно развивать гастрономический туризм. Необходимо разработать специализированное туристическое меню, гастрономическую карту и т. п.

Заключение

Кластерный подход в последние годы стал одной из передовых технологий в странах с высоким уровнем конкурентоспособности. И хотя кластерные модели для нашей страны – явление достаточно новое, именно они позволят объединить всех представителей туристической инфраструктуры, обеспечат более эффективное использование имеющихся ресурсов, повысят конкурентоспособность, расширят спектр предлагаемых услуг, сделают туристскую территорию более заметной и привлекательной.

Список использованной литературы

1. **Государственная** программа «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 годы : утв. постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 23 марта 2016 года №232 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2016.
2. **Основы** индустрии гостеприимства : учеб. пособие для вузов / Д. Н. Елканова [и др.]. – М. : Дашков и К°, 2011. – 248 с.
3. **Портер, М.** Конкуренция : [пер. с англ.] / М. Портер. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
4. **Кластерный** подход к устойчивому развитию туристских дестинаций / Т. П. Левченко [и др.] // Вестн. СГУТиКД. – 2012. – № 2 (20). – С. 67–72.
5. **Вертинская, Т. С.** Методология создания региональных туристических кластеров в Беларуси / Т. С. Вертинская, В. А. Клицунова. – Минск : Бел. общественное объединение «Отдых в деревне», 2014. – 52 с.
6. **Александрова, А. Ю.** Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования / А. Ю. Александрова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2007. – № 1. – С. 51–61.
7. **Беларусь** в цифрах, 2016. // Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа : http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_4920 – Дата доступа : 27.09.2016.
8. **Государственная** программа развития транспортного комплекса Республики Беларусь на 2016–2020 годы : утв. постановлением Совета Министров Республики Беларусь 28 апр. 2016 г. № 345 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2016.
9. **Концепция** развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : утв. постановлением Белкоопсоюза от 29 февраля 2016 г. № 47 / Белкоопсоюз. – Минск, 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://lib.i-bteu.by/handle/22092014/1682> – Дата доступа : 27.09.2016.
10. **О развитии** придорожного сервиса Белкоопсоюза (потребительской кооперации) на автодорогах страны // Официальный сайт ДОМ ПРЕССЫ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.dompressy.by/> – Дата доступа : 28.07.2016.

Получено 06.10.2016 г.