

**Д. А. Коваленко,
Е. И. Зимакова,
Е. А. Силиванова,
О. Г. Бишкиревич**

**Научный руководитель
И. А. Кузменкова**

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ИЗУЧЕНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Концепцией развития потребительской кооперации на 2016–2020 гг. определена цель – достижение уровня экономического развития, соответствующего статусу потребительской кооперации как конкурентоспособной многоотраслевой системы¹. В связи с этим одними из основных задач потребительской кооперации являются повышение конкурентоспособности потребительской кооперации, сохранение лидирующих позиций в обслуживании сельского населения, освоение современных технологий во всех отраслях деятельности. Подобные цели и задачи согласуются с главной целью развития страны на 2016–2020 гг., определенной основными положениями программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 гг. – повышение качества жизни населения на основе роста конкурентоспособности экономики, привлечения инвестиций и инновационного развития.

Как одно из слагаемых роста конкурентоспособности (одну из двенадцати ключевых задач) основные положения определяют развитие транзитной привлекательности страны в целом и индустрии гостеприимства, в частности. В результате реализации этой программы на основе эффективного использования выгодного положения Республики Беларусь планируется превратить нашу страну в «крупнейший региональный логистический центр». Согласно принятой на 2016–2020 гг. Государственной программе «Беларусь гостеприимная» взят курс на формирование и развитие современного конкурентоспособного туристического комплекса, увеличение вклада туризма в развитие национальной экономики².

Индустрия гостеприимства – понятие многогранное, и, как следствие, нет единого подхода к трактовке данного понятия. 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»³.

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. Дж. Р. Уокер в состав индустрии гостеприимства включает туризм, тем самым рассматривает понятие индустрии гостеприимства гораздо шире нежели туризм. Таким образом, исходя из зарубежной методологии индустрия гостеприимства включает в себя предприятия размещения, общественного питания, транспортного и культурно-развлекательного сектора (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.

Развитие индустрии гостеприимства в любой стране, регионе зависит от целого комплекса факторов, условий и ресурсов. В явном выигрыше будут те страны, на территории которых есть море и горы. Несмотря на то, что Беларусь не располагает этими знаковыми для туризма ресурсами, она

¹ Концепция развития потребительской кооперации на 2016–2020 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://lib.i-bteu.by/handle/22092014/1682> (дата обращения : 28.04.2017).

² Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 гг. // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2016.

³ Основы индустриализации гостеприимства : учеб. пособие / Д. Н. Елканова [и др]. – М. : Дашков и К°, 2011. – 248 с.

имеет свои плюсы.

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.

В Республике Беларусь сформирована нормативно-правовая база для развития индустрии гостеприимства и туризма, основу которой составляют специальное законодательство в области агрокотуризма.

В Беларуси есть все необходимое для создания туристического продукта: наличие квалифицированного персонала, информационного обеспечения, соответствующей инфраструктуры, предприятий, занимающихся агрокотуризмом, гостевым, гастрономическим, событийным, конгрессно-выставочным, деловым, медицинским туризмом.

Республика Беларусь обладает высоким уровнем развития человеческого потенциала.

Немаловажную роль играют национальные особенности характера белорусов (радушие, гостеприимство, доброжелательность).

Безвизовый режим для граждан 80 государств, введенный в 2017 г., также способствует развитию туризма⁴.

В Республике Беларусь достаточное количество памятников истории и культуры. На территории Республики Беларусь в 2015 г. насчитывалось 5 373 недвижимых объекта наследия, включенных в Государственный список историко-культурных ценностей, в том числе 1 759 памятников архитектуры, 1 192 памятников истории, 60 памятников искусства, 2 347 памятников археологии.

Согласно Государственной программе развития транспортного комплекса Республики Беларусь на 2016–2020 гг. предусматривается увеличение пассажирооборота транспорта до 102,4% в 2020 г. по отношению к 2015 г.

Предпосылки для создания индустрии гостеприимства есть и в потребительской кооперации.

Согласно Концепции развития потребительской кооперации на 2016–2020 гг., в системе общественного питания акцент будет делаться на создание системы доступного и качественного питания, популяризацию белорусской кухни, улучшение качества предоставляемых услуг за счет внедрения новых методов и технологий обслуживания и повышения профессионального уровня работников.

Учитывая, что потребительская кооперация 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 позволяет⁵.

Однако планы бурного развития туризма в Беларуси имеют мало общего с реальными результатами. Приток иностранных гостей в республику остается довольно скромным, а активно создаваемая инфраструктура востребована гораздо меньше, чем ожидалось.

Численность иностранных туристов, посетивших Республику Беларусь в 2016 г., снизилась в полтора раза по сравнению с 2015 г. Также снизилась численность туристов, выезжавших за рубеж в 2016 г., на 21,3 % по сравнению с 2015 г.

Беларусь даже не рассматривалась всемирной туристической организацией при составлении списка наиболее привлекательных для посещения стран. По данным рейтинга 2016 г. лидирующие позиции занимают Франция, Америка, Испания, Китай.

При составлении данного списка международные эксперты оценивали страны по 13 основным параметрам, включающим политику властей в области туризма, их способность обеспечить безопасность, санитарные условия, стоимость отдыха, развитие транспортной инфраструктуры, национальный колорит, наличие комфортабельных отелей, экологию, кадровый потенциал и т. д.⁶

Туристам свойственно переоценивать качество жизни за рубежом, отправляясь туда с целью отдыха. Большие налоги, преступность и безработица незаметны приезжим, но создают

⁴ Беларусь в цифрах, 2016 // Нац. стат. ком. Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_4920 (дата обращения : 27.04.2017).

⁵ Концепция развития потребительской кооперации на 2016–2020 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.lib.i-bteu.by/handle/22092014/1682> (дата обращения : 28.04.2017).

⁶ Уровень жизни [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/Уровень_жизни (дата обращения : 29.04.2017).

существенные проблемы постоянным жителям. Для оценки уровня жизни граждан используется рейтинг государств по уровню жизни по версии Legatum Institute.

В двадцатку самых развитых стран входят Норвегия, Швейцария, Дания, Новая Зеландия, Швеция, Канада, Австралия, Нидерланды, Финляндия, Ирландия, США, Исландия, Великобритания, Бельгия, Сингапур, Австрия, Германия, Люксембург, Япония, Гонконг⁷.

Отличительной особенностью данных стран является наличие кластерного подхода в индустрии гостеприимства.

Индустрия гостеприимства данных стран объединяет в себе не только большое количество предприятий индустрии гостеприимства, но и предприятия смежных отраслей и те предприятия, которые косвенно участвуют в процессе предоставления услуги туристского характера.

Вернемся к странам, которые занимают первые места в списке наиболее привлекательных стран для посещения.

США является довольно обширной страной, в ней расположено огромное количество достопримечательностей, начиная от Большого каньона и заканчивая вулканом Йеллоустоун.

В США успешно развиваются все виды туризма, начиная от пляжного отдыха, поездок с целью шопинга и заканчивая экопутешествиями, походами в горы, разнообразными веломаршрутами.

США считаются важным центром образовательного туризма. Здесь находятся престижные университеты, привлекающие много иностранных студентов: Гарвардский, Йельский, Стэнфордский, Принстонский.

Франция является самой посещаемой страной в мире благодаря такой достопримечательности, как Эйфелева башня. Количество туристов составляет более 83,7 млн посетителей в год. В основном людей привлекает именно местный колорит и особая атмосфера.

Помимо экскурсионных туров в Париж организуются деловые поездки, развлекательные и образовательные туры.

Еще одним важным видом туризма во Франции является тематический – гастрономические и винные туры с посещением Бордо, Бургундии, Шампани и других винодельческих провинций.

Испания – государство в юго-западной Европе. По данным The Travel & Tourism Competitiveness Index 2017, Испания является самой конкурентоспособной в мире страной в плане туризма и путешествий. Туристической столицей побережья является известный во всей Европе курорт Льорет де Мар. Ночью город преображается, загораясь морем разноцветных огней. Оживленные толпы туристов заполняют его улицы; начинают работу многочисленные ночные клубы, рестораны, и бары не закрываются до самой зари. В 10 минутах езды от центра Льорет де Мар находится известный аквапарк «Маринеленд», предлагающий своим гостям детские аттракционы и всевозможные шоу с морскими животными.

Китай является родиной одной из самых старых цивилизаций мира. В Китае есть все: высочайшие горы и нагорья, низменности и равнины, вдоль берегов многочисленных морей – пляжи и курортные места, знаменитые монастыри, а также огромное множество достопримечательностей. Множество туристов привлекают прекрасные музеи китайской столицы (Пекинский музей естественного знания, Военный музей китайской революции, Музей прикладного искусства Китая и др.).

Для любителей истории будут интересны города Порт-Артур, Харбин, столица Старой Монголии Гоххот, «город призраков» Фэнду, сокровищница буддийского искусства в пещерах Могао, город-памятник и одна из святынь буддизма – Дацзу, а также множество интересных мест.

В зарубежной индустрии гостеприимства уделяется большое внимание увеличению привлекательности малых городов. Так, например, в Польше проводятся фестивали в малых городах. Самой большой популярностью пользуются концерты на летнем Международном органном фестивале в Кафедральном соборе в Гданьске. Познань известен своим фестивалем современной музыки. В Торуне проходят фольклорные фестивали и фестивали классической музыки.

На севере Польши сохранились замки. Наибольшей известностью пользуются крепость в Мальборке, замки в Бытоме, Гневе и Голуб-Добжине, куда летом съезжаются братства рыцарей со всей Европы. Вместе с ними можно перенестись в средние века: стать зрителем поединков на копьях или топорах, соревнований по стрельбе из лука и арбалета, а вечерами посидеть с рыцарями у костра, принять участие в пиршествах и посмотреть придворные танцы⁸.

⁷ Рейтинг стран мира по уровню процветания [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://gtmarket.ru/rating/legatum-prosperity-index/info/> (дата обращения : 29.04.2017).

⁸ Рыцарские турниры в Польше: дань традициям и просто развлечения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://calapolaska.ru/polsha/razvlechenija/sobytiya/rytsarskie-turniry-v-polshe> (дата обращения : 30.04.2017).

На основании всего вышеизложенного нами предложен список того, что можно внедрить в Беларуси для развития индустрии гостеприимства и туризма:

- Искусственный интеллект и робототехника (передача роботам части функций, например, предоставление гостям информации о проживании и услугах).
- Чаты с гостями (позволяют общаться с клиентами в режиме реального времени, чтобы удовлетворить все их потребности и желания).
- Мобильный чек-ин (можно выбрать номер и взять код от электронного замка).
- Airbnb и другие сайты по бронированию жилья у местного населения (на сайте легко найти уникальное жилье и пообщаться с хозяевами).
- Современные технологии в номерах (устанавливаются «умное» освещение и зеркала, планшеты и другие новомодные гаджеты).
- Кулинарные предложения отелей, выходящие за рамки ресторанов (отели организуют открытые пространства на территории комплексов, где гости могут не только отдохнуть, но и перекусить).
- Ставка на представителей бизнеса (их требования к комфортному размещению на порядок выше, чем у туристов, ведь отель для делового человека – это не только место проживания, но и место работы).
- Следование мировым тенденциям (нельзя построить успешную индустрию гостеприимства, игнорируя мировые тенденции и перемены).

В зарубежной индустрии гостеприимства одним из факторов конкурентоспособности на современном этапе является умение организаций данной сферы использовать информацию, создавая «репутацию». Виртуальные туры, открытые рейтинги, системы бронирования, интернет-пространства для игр и общения, социальные сети – количество работы все увеличивается. Неумение равно как и нежелание управлять информацией губительны для стратегии развития организации индустрии гостеприимства.