

хотели, чтобы в заказнике был организован байдарочный маршрут по Агинскому каналу и озёрам, специализированные рыболовные туры.

На сегодняшний день экотуризм выступает в качестве альтернативы другим видам использования окружающих природных богатств, которые очевидно наносят вред природе, таким как охота, добыча полезных ископаемых, заготовка леса. Сегодня философия экотуризма предполагает определенные критерии, по которым можно оценить является ли конкретное путешествие экотуризмом или не является. Для экотуризма важны такие привычные факторы как количество путешествующих, их мотивация, однако они не являются решающими. Говоря об экотуризме в первую очередь необходимо задуматься о том, к каким последствиям для природы может привести путешествие. Результатом экотуризма должно стать не только получение туристом новых сведений и изучение окружающих красот, но и изменение отношения к природе с потребительского на бережное. Кроме того, экотуризм предполагает улучшение охраны окружающей природной среды.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Храбовченко, В. В. Экологический туризм. Учебно-методич. пособие / В. В. Храбовченко. – Москва : Финансы и статистика, 2004. – 208 с.
2. Стратегия устойчивого развития экологического туризма в Беларуси / Л. М. Гайдукевич [и др.] ; ред. Л. М. Гайдукевич, С. А. Хомич. – Минск : БГУ, 2008. – 351 с.

УДК 640.4.03

ФИЛИЧЁНОК К.С.

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – А. Д. Панько, канд. истор. наук, доцент

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ГОСТИНИЧНОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Мировое гостиничное хозяйство сегодня – это глобальная по размерам и динамичная развивающаяся отрасль сферы услуг. Оно является важнейшим сектором в структуре туризма и представляет собой его материально-техническую базу.

Состояние гостиничного комплекса и услуг, предлагаемых в нем, может как привлечь, так и оттолкнуть туристов. Поэтому развитие инфраструктуры современных гостиниц является важнейшей задачей мирового гостиничного хозяйства. Сегодня инфраструктура многих отелей включает в себя наличие собственных прачечных, химчисток, бизнес-центров, спортивно-оздоровительных комплексов и т.д. Практически обязательным стало наличие

различных сувенирных магазинов, ресторанов и баров. Современные гостиницы стремятся предоставлять не только качественные услуги размещения, но и организовывать досуг своих клиентов. Поэтому всё чаще в отелях функционируют салоны красоты, бильярдные, игровые автоматы и казино и т.д.

Отличительной особенностью дополнительных услуг от другой части гостиничного предприятия является использование нестандартных подходов к решению большинства проблем и вопросов. Именно использование необычных решений позволяет гостиницам выделять себя на фоне конкурентов.

Современные гостиницы уже не привлекают туристов одним только ночлегом и завтраком. Запросы потребителей растут и приходится подстраиваться под эти тенденции разрабатывая всё новые и новые продукты.

Основной и пожалуй наиболее популярной тенденцией последних лет в системе дополнительных услуг является организация на базе гостиниц конференций, семинаров, выставок, симпозиумов и тому подобных мероприятий. Данный сегмент приносит наибольший доход из всего объема дополнительных услуг, но для этого необходимо иметь подходящие площади и оборудование.

Сотрудничество с различными организациями играют важную роль в доходах компании, в основном это связано с тем, что конгрессный туризм формирует спрос на услуги в основном в межсезонье, когда гостиницы испытывают трудности с заполнением. Кроме того деловые туристы в большинстве своем приносят большую прибыль, чем обычные постояльцы, т.к. пользуются большим объемом услуг непосредственно в гостинице.

Современные гостиницы не только предоставляют проживание и питание участникам бизнес конгрессов и семинаров, но и все услуги, которые ранее организовывали отдельные конгресс-центры. В первую очередь это связано с выросшим спросом со стороны потребителей, которые стремились минимизировать своё затраченное время и проводить все мероприятия как можно ближе к месту проживания.

На сегодняшний день большинство (около 2/3) крупных международных мероприятий проводят в гостиницах категории 4–5 звезд. Связано это во многом с выгодным местоположением крупных гостиниц, удобством организации питания и досуга участников, безопасностью и, конечно же, наличием технического обеспечения для проведения мероприятий различных уровней и масштабов. Данные гостиницы располагают собственными деловыми зонами и залами для проведения переговоров, специальным оборудованием и подготовленным персоналом.

Так же отличительной особенностью современной индустрии дополнительных услуг можно назвать тот факт, что бизнес-отели постепенно начинают располагаться не только в крупных бизнес городах, где без их наличия уже сложно представить любое мероприятия, но и в курортных районах, где проведение бизнес мероприятий позволяют загрузить средства размещения в межсезонье.

В столичных городах бизнес-отели обычно четырехзвездочные, но на курортах, где участники корпоративных мероприятий помимо работы еще расслабляются и отдыхают, отели чаще всего пятизвездочные. Они представляют собой комплекс, состоящий из бизнес-центра, отеля, ресторанов и баров, а так же большого числа объектов спортивно-развлекательной инфраструктуры. Иногда на базе подобных комплексов могут функционировать полноценные казино, развлекательные центры, кинотеатры и т.д. [1, с. 125].

Что же касается тех гостиниц, у которых нет возможностей развивать данную отрасль, то им остается организация различных праздничных программ и мероприятий, которые также приносят немало прибыли. Привлекательность дополнительных услуг гостиницы можно оценить исходя из популярности ее мероприятий у клиентов, не проживающих непосредственно в гостинице. Наиболее привлекательными для посетителей являются различные вечеринки в честь празднования Новогодних и Рождественских праздников и прочие мероприятия. Пользуется популярностью также празднования юбилеев, свадеб и т.п. [2, с. 97].

Помимо обслуживания конгресс мероприятий и организации собственных, в современном мире гостиничные предприятия стремятся разрабатывать и оказывать как можно более необычные и привлекающие туристов услуги. Отличительная особенность заключается в том, что не только небольшие организации подобным образом заинтересовывают клиентов, но известные бренды стремятся привлечь туристов наиболее необычным образом, предоставляя им возможность получить всё, что может их заинтересовать.

Дополнительные услуги являются неотъемлемой частью любого гостиничного предприятия, и формируют существенный объем его доходов, но немаловажным является профессионализм и компетентность работников, оказывающих данную услугу, т.к. одна некачественная услуга, даже не связанная с проживанием и питанием клиента, может вызвать недовольство и испортить образ гостиницы в глазах клиента.

Система дополнительных услуг совершенствуется с каждым годом, помогая гостиничным предприятиям расширять отрасли своей экономической деятельности, и со временем приносить существенный и стабильный доход. Следовательно, с уверенностью можно сказать, что именно разнообразие дополнительных услуг помогает предприятию одерживать победу в конкурентной борьбе и привлекать как можно большее число клиентов, тем самым увеличивая свою популярность и свои доходы.

Подводя итоги, касающиеся современного состояния гостиничной индустрии, можно сказать, что в настоящее время индустрия гостеприимства всего мира переживает своеобразный бум. Ведь люди путешествуют в различные уголки планеты и в 90 % своих путешествий пользуются услугами гостиничной индустрии, которая в свою очередь старается как можно более разнообразить спектр предлагаемых услуг, создавать отели, в которых могут отдыхать люди с любым уровнем дохода, с разнообразными интересами и предпочтениями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Чекмарева, Г. В. Сервисная деятельность. Организационные, этические и психологические аспекты: учебно-методич. пособие / Г. В. Чекмарева, Е. Ю. Коломыцкая, Е. В. Трунова. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2006. – 152 с.
2. Лесник, А. Л. Методика проведения маркетинговых исследований в гостиничном бизнесе / А. Л. Лесник, М. Н. Смирнова. – М.: ООО «САС ПЛЮС», 2002. – 126 с.

УДК 338.46

ХОМИЧ А.Ф.

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Сидорович А.А., канд. геогр. наук, доцент

ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРПРОДУКТА ООО «СЕЗОН ОТДЫХА» В КОНТЕКСТЕ ПРОГРАММЫ БЕЗВИЗОВОГО ВЪЕЗДА

Беларусь является визовой страной для туристов из большинства стран мира, что негативно сказывается на формировании туристического имиджа страны. На сегодняшний день Республика Беларусь проводит ряд мероприятий, направленных на упрощение визового режима.

Несомненным положительным фактором в привлечении иностранных туристов стало принятие Указа Президента Республики Беларусь № 8 от 09.01.2017 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан», позволяющего пребывать на территории Республики Беларусь в режиме «5 дней без визы», однако лишь при прибытии через Национальный аэропорт «Минск». Еще одним шагом в развитии въездного туризма стал Указ Президента Республики Беларусь № 462 от 26.12.2017 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан», в соответствии с которым срок безвизового пребывания иностранных граждан в отдельных районах Брестской и Гродненской областей продлили до 10 дней, а также расширилась территории для временного пребывания иностранных туристов. В частности, иностранным туристам – посетителям парка «Августовский канал» – разрешается пребывание на территории г. Гродно и всего Гродненского района, а посетителям Национального парка «Беловежская пуща» – на территории туристско-рекреационной зоны «Брест», в которую включены территории города Бреста, Брестского, Жабинковского, Каменецкого, Пружанского районов Брестской области, Свислочского района Гродненской области.

Значительно упростило для иностранных граждан посещение Национального парка «Беловежская пуща» Постановление Совета Министров Республики Беларусь № 414 от 15.05.2015 «О некоторых вопросах посещения иностранными гражданами Национального парка «Беловежская пуща», в