

відбудеться в рамках міжнародної виставки ефективних рішень для агробізнесу «АгроКомплекс 2019».

Головна мета організаторів виставки – сприяти доступу малих та середніх виробників якісної продукції до глобального ринку. Збираючи виробників продукції в одному місці, організатори презентують багатство українського народу, його колоритність та прогресивність. Популяризуючи локальні бренди формують нові торговельні можливості як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Адже LOCAL to GLOBAL створений, щоб відкрити світу національних виробників [7, с. 1].

Список літератури

1. Коллінз Дж., Хансен М. Т. Величні за власним вибором. К.: Наш Формат, 2014. 384 с.
2. Коул Б. Як здобувати друзів і впливати на людей у цифрову еру / Пер. з англ. Я. Гордієнка. К.: Країна Мрій, 2012. 256 с.
3. Копитько О. О. Менеджмент змін при впровадженні проектно-орієнтованого управління в організаціях. *Управління проектами та розвиток виробництва: Зб. наук. пр.* Луганськ: вид-во СЛУ ім. В. Даля. 2010. № 3 (35). С. 5 – 10.
4. Ославський Б. 10 успішних українських брендів. Брустурів: Дискурсус, 2017. 192 с.
5. Ібрагімова Н. В. Історико-правові аспекти визначення поняття холдингу. *Юридичний вісник.* 2018. № 3 (48). С. 145 – 152.
6. Зеліч В. В. Холдинги як структуроутворююча форма ведення міжнародного бізнесу в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2015. Випуск 69 С. 64 – 69. URL: <http://global-national.in.ua/issue-6-2015>.
7. LOCAL to GLOBAL: від локальних фермерів до глобальних ринків. URL: [http://www.agrocomplex.kiev.ua/section/local-to-global/LOCAL to GLOBAL](http://www.agrocomplex.kiev.ua/section/local-to-global/LOCAL%20to%20GLOBAL).

УДК 338.48

Филиппова Т. В.

м. э. н., ассистент кафедры менеджмента,
Брестский государственный технический университет,

Будурян Т. А.

м. э. н., ст. преподаватель кафедры менеджмента,
Брестский государственный технический университет

**ГОСТИНИЧНАЯ ИНДУСТРИЯ КАК ВИД
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

В настоящее время в Республике Беларусь сфера туристических услуг является одним из перспективных секторов экономики.

Одним из основных направлений туристской деятельности является решение вопросов, связанных с обеспечением туристов средствами размещения.

Строительство новых средств размещения существенно повышает привлекательность туристского направления, увеличивает поток туристов. Высокий сервис предоставления услуг по размещению определяет также такие психологические аспекты туризма, как удовлетворенность путешествием и высокая оценка организации пребывания туристов в той или иной стране [1, с. 45]. В многообразии имеющихся средств размещения особое место принадлежит гостиничной индустрии.

Гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает предоставление гостиничных услуг и организацию за вознаграждение краткосрочного проживания в гостиницах, кемпингах, мотелях, школьных и студенческих общежитиях, домах для приезжих и т.п. К этой деятельности относятся и услуги ресторанов.

Основные черты, характеризующие гостиничную индустрию как элемент экономики страны: имеет индустриальную форму; выступает в виде гостиничного продукта и услуг, которые не могут накапливаться и транспортироваться; создает новые рабочие места,

способствует ускоренному развитию национальной экономики; выступает как механизм перераспределения национального дохода в пользу стран, специализирующихся в гостиничном бизнесе; является мультипликатором роста национального дохода, занятости и развития местной инфраструктуры и роста уровня жизни местного населения; характеризуется высоким уровнем эффективности и быстрой окупаемостью инвестиций.

Предложение на рынке гостиничных услуг формируется за счет нескольких источников: крупные гостиничные комплексы (номерной фонд – более 50 номеров) частой, иностранной, государственной и смешанной формы собственности; малые гостиницы (номерной фонд – до 50 номеров) частой, иностранной и смешанной формы собственности; сельские гостиницы (агроусадьбы) частной формы собственности (порядка 85 – 90 % всего объема предложения агроусадьб) в виде частных домовладений, гостиниц (номерной фонд – до 15 номеров), загородных комплексов; санаторно-курортные организации (санатории, базы отдыха и др.); иные объекты размещения гостей: кемпинги, хостелы и прочее.

Основными источниками, формирующими спрос на рынке, выступают деловые контакты, активный и познавательный туризм, выставочные и зрелищные мероприятия национального и международного уровня.

Ценообразование на рынке свободное, регулируется лишь рыночными механизмами и зависит в основном от уровня гостиницы, ее расположения, набора основных и дополнительных услуг, а также эффективности реализуемых маркетинговых мероприятий [2, с. 3].

В международной практике принята Стандартная классификация средств размещения туристов, разработанная экспертами Всемирной туристской организации (далее – ВТО). Данная организация является самой влиятельной организацией, занимающейся общими вопросами международного туризма. Это единственная организация, представляющая интересы стран-участников в деле развития национального и международного туризма. Стоимость и качество услуг гостиницы зависит от типа гостиницы. Для того, чтобы легче определить уровень гостиницы, была введена звёздная система классификации.

Система звезд – европейская система классификации отелей, которую ввела Всемирная туристская организация (ВТО). Согласно ее политике, отели делятся на 5 категорий: от 1 до 5 звезд. Система широко применяется в Турции, России, Бразилии, Китае, Таиланде и др. странах мира.

Отнесение к тем или иным средствам размещения определяется законодательными актами и нормативными документами каждой страны. В Республике Беларусь в качестве такого законодательного акта выступает Государственный стандарт Республики Беларусь. Стандарт устанавливает виды средств размещения, общие требования к средствам размещения и к услугам, предоставляемым в средствах размещения.

Экономические возможности развития индустрии гостеприимства в международном масштабе создали благоприятные условия для развития организационно-экономических процессов в отдельных странах.

Для многих из них индустрия гостеприимства является: важнейшим источником валютных поступлений; фактором, стимулирующим рост платежного баланса; мощным стимулом развития и диверсификации многих отраслей.

Таким образом, гостиничный бизнес способен оказывать активное влияние на экономику региона (или страны), в котором он развивается, на его хозяйственную, социальную и гуманитарную основы.

Список литературы

1. Ехина М. А. Организация обслуживания в гостиницах: учебное пособие. 6-е изд., Мн.: Академия, 2015. 240 с.
2. ЮНИТЕР / Гостиничная недвижимость / ЮНИТЕР – Мн.: 2015. 15 с.