

РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Л. М. Гайдукевич, В. М. Дедок

Статья посвящена обзору развития современного рынка гостиничных услуг. Представлен анализ развития туристской отрасли на уровне макрорегионов. Основное внимание уделено изучению состояния развития рынка гостиничных услуг в международной практике, а также в Республике Беларусь.

The article is devoted to the analysis of the overview of the hospitality industry development. The analysis of tourism branch development on the level of micro regions is presented. The focus is made on the study of both international and Belarusian contemporary hospitality market.

Ключевые слова: международный туризм, индустрия гостеприимства, ЮНВТО, гостиничная цепь, гостиничный бренд, доходность, загрузка номерного фонда.

Keywords: international tourism, hospitality industry, UNWTO, hotel chain, hotel brand, yield management, hotel occupancy.

Туризм вошел в XXI век и стал глубоким социально-экономическим и политическим явлением, значимо влияющим на мироустройство и экономику многих стран и целых регионов. Туристские потоки в 2013 г. по данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО) достигли 1,087 млрд прибытий. Туризм стал выгодной и высокодоходной отраслью, на которую приходится 29 % мирового экспорта услуг и 6 % общего экспорта товаров и услуг. Общая экспортная выручка от международного туризма составила в 2013 г. 1,4 трлн дол. США [16].

Целью настоящего исследования является анализ развития современного международного рынка гостиничных услуг, а также рынка гостиничных услуг Республики Беларусь. Теоретическую основу для проведения настоящего исследования составили труды отечественных и зарубежных специалистов, таких как Е. А. Балашова [2], О. П. Ефимова [6; 7], Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко [8], Л. А. Короленко [10], А. Л. Лесник [12–14], А. В. Чернышев [14], С. С. Скобкин [19], К. Барроу [25], Г. Валлен [33], Дж. Уолкер [34]. В процессе написания статьи также были использованы статистические данные ЮНВТО и статистического центра ЕС [27; 28], материалы отчетов международных организаций (ОЭСР, Colliers International) [29; 26], информационные ресурсы интернета.

Согласно данным табл. 1 самым быстро развивающимся является Азиатско-Тихоокеанский регион, тогда как на Европейский макрорегион приходится самая большая доля всех доходов (42,2 %) и прибытий (51,8 %); пять европейских стран входят в десятку самых посещаемых стран мира (Великобритания, Франция, Италия, Испания, Германия).

В относительном выражении в Азиатско-Тихоокеанском регионе наблюдался самый значительный рост доходов (+8 %), за ним следует Американский регион (+6 %) и Европа (+4 %).

Половина мирового роста туристических расходов приходится на Китай, Россию и Бразилию (40 млрд долл. США) [16].

Учитывая стабильную положительную динамику в развитии международного туризма, эксперты ЮНВТО сделали прогноз о том, что этот сектор экономики уже в ближайшие десятилетия выйдет на первое место по удельному весу в объеме миро-

вого экспорта. В то же время туристическая индустрия, демонстрировавшая значительный подъем в последние десятилетия, начиная с 2008 г. претерпела определенный спад, связанный с мировым финансовым кризисом. Он стал причиной сокращения реальных доходов части населения и усилившейся тенденции экономии у потребителей. Как следствие, склонность людей к путешествиям уменьшалась, туристические маршруты все больше стали ограничиваться территорией собственной страны, что негативно повлияло на развитие индустрии туризма ряда стран.

Вместе с тем последние результаты исследований ЮНВТО дают возможность утверждать, что, несмотря на кризисные явления, тенденция восстановления туристической индустрии будет сохраняться. Число туристских поездок во всем мире к 2020 г. превысит 1,4 млрд, а к 2030 г. — 1,8 млрд. Туристы истратят на свои путешествия более 2 трлн долл. США [28, с.15].

Наиболее динамично развивающимся сектором туризма, приносящим многомиллионную прибыль в масштабах национальных экономик, является гостиничный бизнес. Именно в нем наблюдается сложный комплекс финансово-хозяйственных отношений между хозяйствующими субъектами различной направленности.

Сегодня в мире насчитывается более 350 тыс. комфортабельных гостиниц разного уровня с номерным фондом более 14 млн единиц. Публикуемые ЮНВТО статистические данные свидетельствуют о том, что ежегодный прирост гостиничных мест в мире за последние 20 лет ежегодно возрастает в среднем на 3–4 %, что свидетельствует о динамике роста средств размещения туристов [4]. Однако развитие гостиничной базы по регионам идет крайне неравномерно.

Значительная доля мирового гостиничного фонда приходится на Европейский регион (более 40 %) с общей вместимостью около 20 млн мест. В 2012 г. на территории 28 стран ЕС расположено около 545 тыс. средств размещения. Более половины мест размещения (57,4 %) приходится на четыре европейских государства: Италия (2,3 млн мест), Испания (1,9 млн мест), Германия (1,8 млн мест) и Великобритания (1,6 млн мест). В 2013 г. было зафиксировано

Мировые экономические процессы

Международный туризм с разбивкой по регионам

Регионы Экономика	Доходы от международного туризма (долл. США)			Международные туристские прибытия (млн)		
	млрд		на одно прибытие	Доля (%)	2012 г.	2013 г.
	2012 г.	2013 г.	2013 г.			
В мире	1078	1159	1070	100	1035	1087
Развитые экономики*	688	745	1280	64,3	551	581
Растущие экономики*	390	413	820	35,7	484	506
Европа	454,0	489,3	870	42,2	534,4	563,4
Северная Европа	67,6	74,2	1080	6,4	65,1	68,9
Западная Европа	157,9	167,9	960	14,5	167,2	174,3
Центр./Вост. Европа	56,3	59,9	500	5,2	111,7	118,9
Южная Европа	172,2	187,3	930	16,2	190,4	201,4
из которых ЕС-28	374,2	402,9	930	34,8	412,2	432,7
Азия и Тихоок. регион	329,1	358,9	1450	31,0	233,5	248,1
Америка	212,9	229,2	1360	19,8	162,7	167,9
Африка	34,3	34,2	610	3,0	52,9	55,8
Ближний Восток	47,5	47,3	920	4,1	51,7	51,6

И с т о ч н и к: составлено по данным [27, с. 4–5].

*Классификация Международного валютного фонда [20, с. 177].

более 2,6 млрд ночевков в отелях Европейского союза (ЕС), что на 1,6 % больше, чем в 2012 г. [31].

Наибольшее количество ночевков среди стран ЕС в 2013 г. было отмечено во Франции (405 млн ночей, +1,1 % по отношению к 2012 г.), Испании (387 млн ночей, +1,0 %), Италии (363 млн ночей, –4,6%), Германии (355 млн ночей, +1,3 %) и Великобритании (320 млн, +6,5 %). На эти пять стран приходится 70 % всех ночевков стран ЕС. В 2013 г. рост данного показателя наблюдался практически во всех странах ЕС, за исключением Италии (–4,6 %), Кипра (–3,7 %), Чешской Республики (–1,2 %), Финляндии (–0,7 %) и Бельгии (–0,5 %). Значительный рост отмечен в Греции (+11,7 %), Мальте (+7,8 %), Латвии (+7,3 %), Великобритании (+6,5 %), Болгарии (+6,2 %), Словакии (+5,5 %) и Венгрии (+5,0 %) [31].

Гостиничный бизнес, как один из элементов бизнес-сектора HoReCa, относится к категории быстро развивающихся отраслей. Данная сфера очень привлекательна для инвестирования средств: экономика гостиничного бизнеса такова, что в данной индустрии существуют широкие возможности для приумножения капитала. (HoReCa (от **H**otel, **R**Estaurant, **C**atering/**CA**zino/**CA**f ) – это бизнес-сектор, особый рынок услуг со своими традициями, индивидуальным стилем заведений, набором POS-материалов и особенностями проведения маркетинговых мероприятий, образованный предприятиями гостиничного и ресторанного бизнеса).

Кроме того, гостиничный бизнес стимулирует развитие и других отраслей экономики: торговли, транспорта, сервисного обслуживания, строительства, производства товаров народного потребления. Несмотря на существующие проблемы гостиничного бизнеса (сезонность, качество сервиса, несовершенство системы бронирования), его рентабельность остается достаточно высокой.

Согласно отчету Hotel Investment Outlook компании Jones Lang LaSalle в 2013 г. в гостиничную недвижимость по всему миру было инвестировано 46,7 млрд долл. США, рост показателя к предыдущему году составил 35 %. В том числе объем вложений в гостиницы в регионе стран Европы, Ближнего Востока и Африки (ЕМЕА) вырос на 17 % и достиг 13,2 млрд долл. США [3].

Согласно предварительным прогнозам экспертов Jones Lang LaSalle, в 2014 г. объем инвестиций в глобальный рынок гостиниц может достигнуть пятилетнего рекорда – 50 млрд долл. (рост на 10 % по отношению к прошлому году). Вложения в отели Европы, Ближнего Востока и Африки могут увеличиться более чем на 20 % и составить около 16 млрд долл. США [3].

Такие современные тенденции, как глобализация и концентрация гостиничного бизнеса, приобретают все более широкий размах. Сегодня в мире насчитывается более 300 гостиничных цепей. Анализ их функционирования свидетельствует, что гостиницы, которые входят в сеть, имеют на 60 % больше прибыли, чем независимые гостиницы [4].

Однако по-прежнему существует путаница в терминах «гостиничная цепь» и «группа гостиниц (бренд)». В литературе чаще всего в списке гостиничных цепей одновременно можно встретить как собственно цепи, так и группы, в то время как под

«группой отелей» может пониматься определенный бренд, возможно, один из нескольких, принадлежащий определенной гостиничной цепи. Крупнейшие гостиничные цепи и бренды представлены в табл. 2 и 3.

Таблица 2

10 крупнейших международных гостиничных цепей (январь 2013 г.)

№	Гостиничная цепь	Страна	Количество гостиниц		Количество номеров		Рост, %
			2013 г.	2012 г.	2013 г.	2012 г.	
1	InterContinental Hotels Group (IHG)	Великобритания	4602	4480	675 982	658 348	17,6
2	Hilton Hotels Corp.	США	3992	3861	652 378	631 131	21,2
3	Marriott International	США	3672	3595	638 793	622 279	16,5
4	Wyndham Worldwide	США	7342	7205	627 437	613 126	14,3
5	Choice Hotels International	США	6198	6203	497 023	502 460	–5,4
6	Accor	Франция	3515	4426	450 199	531 714	–81,5
7	Starwood Hotels & Resorts Worldwide	США	1121	1076	328 055	315 346	12,7
8	Best Western International	США	4024	4018	311 611	295 254	16,3
9	Home Inns	Китай	1772	1426	214 070	176 562	37,5
10	Carlson Hospitality Worldwide	США	1077	1077	166 245	165 802	4

И с т о ч н и к: [35].

Таблица 3

15 крупнейших международных гостиничных групп (брендов) (январь 2013 г.)

Позиция		Гостиничная группа	Гостиничная цепь	Количество гостиниц		Количество номеров	
				2013 г.	2012 г.	2013 г.	2012 г.
1	2	Holiday Inn +HI Express	IHG	3392	3347	424 612	421 944
2	1	Best Western	Best Western International	4024	4018	311 611	295 254
3	6	Marriott Hotel Resort	Marriott International	558	555	204 917	205 595
4	3	Comfort Inn & Suites	Choice Hotels Int.	2509	2590	194 262	199 875
5	5	Hilton Hotels & Resorts	Hilton Worldwide	551	562	191 199	197 311
6	4	Hampton Inn by Hilton	Hilton Worldwide	1880	1847	184 765	181 087
7	7	Ibis (Megabrand**)	Accor	1667	1519	182 496	163 484
8	15	Home Inns	Home Inns	1438	1119	164 325	128 621
9	8	Sheraton Hotels & Resorts	Starwood Hotels	427	415	149 784	144 648
10	10	Days Inn of America	Wyndham Hotel Group	1826	1864	147 808	150 436
11	9	Super 8 Motels	Wyndham Hotel Group	2314	2249	147 512	142 254
12	11	Courtyard by Marriott	Marriott International	929	911	136 553	134 428
13	12	Quality Inns Hotels	Choice Hotels Int.	1479	1410	133 515	128 753
14	13	Ramada Worldwide	Wyndham Hotel Group	850	845	115 811	114 306
15	16	Crowne Plaza	IHG	392	387	108 307	105 104

И с т о ч н и к: [35]

По количеству отелей, объединенных в бизнес-группы, в Европе лидирует Великобритания и Франция. Вхождение китайской гостиничной цепи Home Inns в десятку крупнейших гостиничных цепей в мире характеризуется показательным ростом номерного фонда, что позволяет ей претендовать на более высокое место в рейтинге в будущем.

Лидером по количеству номерного фонда в мировой гостиничной индустрии является компания Inter Continental Hotel Group (IHG) – Holiday Inn и Crowne Plaza. Сейчас к гостиничной сети IHG относится свыше 670 тыс. номеров в отелях мира. Ежегодно их количество увеличивается на 6 %, в основном благодаря росту числа отелей Crowne Plaza,

Staybridge Suites и Indigo boutique и расширению марки Holiday Inn Express.

В 2013 г. доход трех ведущих мировых гостиничных цепей (InterContinental Hotels Group, Marriott International и Hilton Worldwide) составил более 65 млрд долл. США, подтверждая тем самым высокую доходность международной гостиничной индустрии [31].

Бренд Holiday Inn и Holiday Inn Express в настоящий момент занимает лидирующую позицию

в рейтинге 15 крупнейших международных гостиничных брендов по количеству номеров, сместив на второе место лидирующий до этого бренд Best Western.

Одним из важнейших показателей эффективности работы гостиничных предприятий является процент использования гостиничных номеров клиентами (степень загрузки номерного фонда). Этот показатель по регионам мира представлен в табл. 4.

Таблица 4

Загрузка номерного фонда по регионам в 2012–2014 гг., %

Регион Месяц	Европа	Америка	Азия и Тихоокеанский регион	Северная Африка и Ближний Восток
2012 год				
январь	51,00	49,70	60,50	55,30
февраль	57,70	57,70	68,00	62,40
март	63,40	63,50	70,70	64,70
апрель	65,50	61,70	68,90	63,50
май	70,20	63,30	66,70	60,20
июнь	73,10	69,80	67,30	58,30
июль	71,80	69,80	69,40	56,60
август	71,10	67,80	69,80	54,10
сентябрь	76,30	63,30	68,00	60,70
октябрь	71,10	64,10	70,30	65,40
ноябрь	64,80	56,90	71,60	65,70
декабрь	54,50	49,20	66,30	57,70
2013 год				
январь	51,20	51,30	64,40	60,00
февраль	59,20	58,80	62,50	66,40
март	63,80	63,70	70,00	67,10
апрель	67,30	63,80	68,60	65,70
май	72,00	64,00	65,90	62,70
июнь	75,30	69,60	67,10	61,80
июль	73,50	71,00	69,60	49,00
август	74,20	69,30	71,80	56,10
сентябрь	77,10	63,50	68,50	58,10
октябрь	73,20	64,70	72,50	63,10
ноябрь	67,30	58,00	72,40	64,60
декабрь	56,50	50,50	66,30	40,9/66,6
2014 год				
январь	52,80	52,50	62,10	62,00
февраль	60,80	60,60	67,10	67,40
март	64,90	65,20	69,20	66,90
апрель	68,30	65,40	68,80	67,00

Источники: по [27].

В декабре 2013 г. самая высокая загрузка номерного фонда наблюдалась в регионе Ближнего Востока (66,6 %), наименьшая – в Северной Африке (40,9 %).

С января 2012 г. по апрель 2014 г. наиболее высокий показатель загрузки наблюдался в Европе (в сентябре 2013 г. 77,1 %). Лидирующие позиции по данному показателю в среднем с января 2012 г. по апрель 2014 г. занимает Азиатско-Тихоокеанский регион (68 %).

Показатель средней цены номера в гостинице на Ближнем Востоке также выше, чем в других регионах, и составляет 206,68 долл. США. Второе место по данному показателю принадлежит Европе – 134,14 долл. США. То же касается и среднего дохода на номер: Ближний Восток лидирует по данному показателю (137,76 долл. США), где данный показатель гораздо выше, чем в других регионах мира. Гостиничная индустрия в США принесла доход в 2012 г. 155,5 млрд долл. США [31].

В 2014 г. прогноз среднегодовой загрузки номерного фонда в мире ожидается на уровне 62,9 %, средней цены на номер – 115,68 долл. США. В 2013 г. самым дорогим городом в США стал Гонолулу (Гавайи) со средней стоимостью за номер в 230 долл. США. После него следует Нью-Йорк (211 долл. США).

Statista.com провела исследование по стоимости самых лучших номеров за ночь в отелях мира. Первые три отеля, лидирующие в этом списке: President Wilson Hotel в г. Женеве (42 000 евро), Four Seasons Hotel в Нью-Йорке (26 862 евро), отель Cala di Volpe на Сардинии (17 000 евро) [30].

Основные печатные и электронные источники выделяют следующие современные тенденции развития мировой индустрии гостеприимства:

- наблюдается растущая демократизация индустрии гостеприимства, которая в значительной степени способствует повышению доступности гостиничных услуг для массового потребителя;

- усиливается специализация гостиничного бизнеса, которая позволяет более четко ориентироваться на определенные сегменты потребителей с учетом различных признаков; отмечается клиентоориентированный подход в принятии решений и стратегии развития бизнеса;

- происходит развитие новых видов туризма (экологический, приключенческий, экстремальный, некоторые тематические направления), что позволяет учесть интересы практически любых категорий потребителей и сделать туристический продукт более индивидуализированным;

- глобализация и концентрация гостиничного бизнеса стимулирует создание туристических корпораций и гостиничных цепей, гостиничных ассоциаций, союзов, международных правительственных и неправительственных организаций;

- широкое внедрение новых средств коммуникации и информационных технологий позволяет проводить глубокую и системную экономическую диагностику деятельности отелей;

- осуществляется широкое внедрение новых технологий (использование интернета, систем бронирования и резервирования) в деловую стратегию предприятий индустрии гостеприимства;

- происходит стремительное развитие системы экологических проектов в сфере гостеприимства [4; 9].

В последние годы мы наблюдаем достаточно активное развитие туристического бизнеса и в Республике Беларусь. В 2012 г. Беларусь вошла в десятку стран в рейтинге Всемирного совета по туризму и путешествиям по показателю прироста доходов от туризма, который составил 39,7 % к уровню 2011 г. [21]. Общее число иностранных граждан, посетивших Республику Беларусь в 2013 г., составило 6,24 млн человек, что на 2 % больше, чем в 2012 г. Из них 136,8 тыс. человек – организованные туристы [22].

Среди факторов, которые благоприятствуют развитию туристической сферы в Республике Беларусь, можно выделить следующие: транзитное географическое положение страны; активное развитие деловых поездок в связи с привлечением зарубежного капитала; наличие интересных для посещения исторических и природных туристических объектов, государственная поддержка развития туризма и гостиничного бизнеса, довольно стабильное социально-экономическое положение страны.

В настоящее время в республике реализуется ряд государственных программ, предусматривающих создание современной инфраструктуры туризма как в городе Минске, так и в других регионах страны. Развитие гостиничного бизнеса является одной из самых важных проблем в развитии туризма в Беларуси в целом.

В Государственной программе развития туризма на 2011–2015 гг. важное внимание уделялось строительству новых гостиниц и гостиничных комплексов в условиях подготовки к чемпионату мира по хоккею [5]. Проведение чемпионата мира по хоккею в мае 2014 г. явилось определенным стимулом в деле улучшения состояния гостиничного бизнеса в Республике Беларусь и, в частности, в городе Минске.

Согласно данным Национального статистического комитета, по состоянию на конец 2013 г. в Республике Беларусь функционировали 315 гостиниц, 33 гостиничных комплекса, 8 туристско-гостиничных комплексов, 2 мотеля и 123 средства размещения иных видов. Гостиницы имеют разные формы собственности, подчинены различным ведомствам, существенно разнятся по уровню и ценам [21].

В 2013 г. доля гостиниц и гостиничных комплексов в общем количестве коллективных средств размещения составила 8,9 % с единовременной вместимостью 29,9 тыс. мест [21].

Сегодня по количеству гостиниц и гостиничных комплексов Беларусь заметно отстает от европейских стран. На 1000 жителей в Беларуси приходится 3 гостиничных места (численность населения Республики Беларусь на 1 апреля 2014 г. составила 9467 тыс. человек) [23]. Этот показатель считается довольно низким, поскольку в Европе в среднем он составляет 30 гостиничных мест на 1000 жителей [26]. В соседних государствах ситуация по количеству гостиниц на 1000 жителей лучше: Литва (8,6), Латвия (13,1), Польша (6,7) [29].

Вместе с тем показатель обеспеченности гостиничными номерами в городе Минске несколько

выше, чем средний показатель по Беларуси. На тысячу жителей в столице приходится 4 гостиничных места [1].

Средняя загрузка средств размещения в 2013 г. составила 41 % и по сравнению с 2012 г. снизилась на 2 % [23]. Необходимо отметить, что по данному показателю Беларусь опережает соседние страны: Литву (28,1 %), Латвию (24,6 %), Польшу (33 %), что объясняется невысоким предложением гостиниц при высоком спросе [29].

Проанализировав процентное соотношение гостиничного фонда по областям республики, можно сделать следующий вывод. Наибольший процент гостиничного фонда находится в Минской области — 39,5 %, затем следуют Брестская, Витебская и Могилевская области — по 14 %, Гомельская и Гродненская — по 9,3 % [22].

В 2013 г. в гостиницах и аналогичных средствах размещения проживало 1805,1 тыс. человек, что на 1,1 % меньше, чем в 2012 г. [4].

Из общего числа проживающих граждане Республики Беларусь составили 1065,3 тыс. человек (на 2,9 % меньше, чем в 2012 г.), граждане из других государств — 739,9 тыс. человек (на 1,7 % больше), в том числе из стран СНГ — 570,7 тыс. человек (на 1,4 % больше) [4].

Среди граждан из стран СНГ, пользовавшихся услугами гостиниц и аналогичных средств размещения, преобладали граждане России и Украины. Их доля в общей численности размещенных иностранных граждан составила 73,9 % [4].

Среди размещенных жителей стран вне СНГ 55,7 % составляли граждане из Германии, Грузии, Италии, Китая, Латвии, Литвы, Польши [4].

В Республике Беларусь в последние годы произошли значительные изменения в области туристической инфраструктуры. Особенно в преддверии чемпионата мира по хоккею 2014 г. возросло число новых комфортабельных гостиничных комплексов. Была проведена большая работа по реконструкции и обновлению существующего гостиничного фонда республики, по приведению его к общепризнанным мировым стандартам. К началу чемпионата мира 2014 г. гостиничная сеть г. Минска насчитывала 43 гостиницы на 9250 мест и увеличилась в 2 раза по сравнению с 2012 г. (с 4405 мест до 9250 мест). С 8 по 26 мая 2014 г. гостиницами предоставлено 94 368 койко-суток. Средняя загрузка номерного фонда г. Минска составила 82 %. Пиковый уровень загрузки приходился на период с 8 по 11 мая — 96 % и с 23 по 26 мая — 86,6 % [16].

По предварительным данным Министерства спорта и туризма, в Республику Беларусь в период с 25 апреля по 25 мая прибыло до 100 тыс. туристов и экскурсантов, из них более 60 тыс. из стран ближнего и дальнего зарубежья. В Беларусь въехали 31 400 иностранных граждан по билету на чемпионат (без учета России и Казахстана, стран СНГ) [16].

Однако уровень развития гостиничного бизнеса в Беларуси все еще остается невысоким. Несмотря на строительство и модернизацию ряда объектов размещения накануне чемпионата мира по хоккею 2014 г. и достаточно высокий показатель загрузки номерного фонда, Республику Беларусь трудно на-

звать конкурентоспособной на рынке гостиничных услуг Европы.

Одной из отличительных особенностей рынка гостиничных услуг Беларуси является несоответствие требованиям как по стоимости проживания, так и по качеству предоставляемых услуг. Ситуация на рынке гостиничных услуг постепенно улучшается, что связано главным образом со строительством новых гостиниц и гостиничных комплексов, а также с приходом международных гостиничных операторов на белорусский рынок. Усиление конкуренции в ближайшем будущем заставит все действующие гостиницы пересмотреть политику ценообразования и улучшить качество работы персонала.

В 2013 г. в Республике Беларусь международную гостиничную цепь представлял только отель «Краун Плаза Минск», находящийся в столице. В первом полугодии 2014 г. в Минске был открыт четырехзвездочный отель международной цепи Marriott International — «Ренессанс» [15]. В последующем запланировано открытие пятизвездочных отелей, принадлежащих таким международным гостиничным цепям, как Kempinski, Hilton, IHG и Accor.

Важно отметить, что с открытием каждого нового отеля конкуренция на рынке гостиничных услуг увеличивается. И стремление иметь высокий уровень заполняемости отеля не будет являться единственной целью управляющего звена. Не менее важная роль принадлежит показателям доходности, так как именно эти параметры лежат в основе деятельности любого предприятия и определяют цель его функционирования — получение прибыли.

Кадровое обеспечение предприятий гостиничного хозяйства является одной из самых актуальных проблем. Одна из основных причин сложившейся ситуации связана с уровнем подготовки молодых специалистов. Вузы не всегда обладают возможностью обеспечить студентам практику в отеле или ресторане, имеющем корпоративную систему ценностей и высококвалифицированный персонал. В результате выпускники, устраивающиеся на работу, отличаются недостаточным уровнем практической подготовки и отсутствием ориентированности на клиента.

Следует отметить актуальность взаимодействия предприятий индустрии гостеприимства и профильных учебных заведений. Взаимовыгодное сотрудничество бизнеса и учебных центров, которое уже стало привычным делом на Западе, пока не получило должного развития в республике. В настоящее время сотрудничество гостиниц и учебных заведений, осуществляющих подготовку кадров для гостиничной отрасли, сводится в лучшем случае к прохождению студентами учебной и преддипломной практик на базе белорусских гостиниц.

Сегодня гостиницы больше заинтересованы в трудоустройстве уже подготовленных специалистов, нежели в участии в процессе их подготовки и совместной разработке стандартов в области подготовки квалифицированных специалистов для гостиничной отрасли.

По причине ограниченности финансовых ресурсов в учебных заведениях республики отсутствует системная переподготовка и повышение квали-

фикации преподавательского состава на объектах гостеприимства. Отсюда явная нехватка специалистов-практиков, способных вести занятия со студентами на высоком профессиональном уровне.

Подводя итог, необходимо отметить, что уровень развития гостиничного бизнеса в Беларуси все

еще остается невысоким, несмотря на проводимую работу по строительству и модернизации ряда объектов. Мы сделали лишь первые шаги в этом направлении, что требует от органов государственного управления и представителей гостиничного бизнеса кропотливой повседневной работы.

Библиографические ссылки

1. Андреева О. Гостиничный бум в Минске: за и против / [Электронный ресурс] // Бизнес-школа ИПМ. URL: <<http://www.ipm.by/publications/presa/bum/>> (дата обращения: 03.03.2014).
2. Балашова Е. А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. М. : Вершина, 2007.
3. В 2014 году объем инвестиций в гостиничную недвижимость может достигнуть 50 млрд долл. США [Электронный ресурс] // ProHotelia: гостиничный бизнес online. (10.02.2014). URL: <<http://prohotelia.com.ua/2014/02/hotel-investment-outlook-2013/>> (дата обращения: 15.06.2014).
4. Гарбер А. Е. Современные тенденции развития мировой гостиничной индустрии [Электронный ресурс] // Гостиница «Одесса». URL: <<http://hotelodessa.info/industriya-gostepriimstva/23-sovremennye-tendentsii-razvitiya-mirovoj-gostinichnoj-industrii.html>> (дата обращения: 17.06.2014).
5. Государственная программа развития туризма 2011–2015 гг. : утв. Постановлением Совета Министров Респ. Беларусь от 24 марта 2011 г. № 373 [Электронный ресурс] // М-во спорта и туризма Респ. Беларусь. URL: <<http://mst.gov.by/ru/programma-razvitiya-turizma>> (дата обращения: 10.06.2014).
6. Ефимова О. П., Ефимова Н. А., Олещук Т. А. Экономика гостиниц и ресторанов: учеб. пособие. Минск : Новое знание, 2008.
7. Ефимова О. П. Экономика общественного питания : учеб. пособие. Минск : Новое знание, 2008.
8. Кабушкин Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов : учеб. пособие. Минск : Новое знание, 2007.
9. Как изменится сфера HoReCa в 2014 г.: топ-5 трендов от P&G Professionals // Гостиничное дело. 2014. № 4. С. 4–5.
10. Короленко Л. А. Анализ проблем в сфере подготовки кадров для индустрии туризма // Человек и образование. 2011. № 1. С. 158–162.
11. Кнышова Е. Н. Маркетинг туризма : учеб. пособие. М. : ИД «Форум» : ИНФРА-М, 2014.
12. Лесник А. Л. Гостиничный менеджмент: политика ценообразования и управления доходом. СПб. : Интермедия, 2013.
13. Лесник А. Л., Смирнова М. Н. Международные системы классификации отелей. М. : АС Плюс, 2003.
14. Лесник А. Л., Чернышев М. А. Практика маркетинга в гостиничном и ресторанном бизнесе. М. : Агентство рекламы «Товарищ», 2000.
15. Лукашенко принял участие в церемонии открытия отеля «Ренессанс Минск» [Электронный ресурс] // Белорус. новости (14.04.2014). URL: <http://naviny.by/rubrics/tourism/2014/04/14/ic_news_126_434668> (дата обращения: 15.04.2014).
16. Международный туризм принес 1,4 триллиона долл. США в экспортных поступлениях [Электронный ресурс] // Официальный сайт ЮНВТО. (14.05.2014). URL: <<http://media.unwto.org/ru/press-release/2014-05-14/mezhdunarodnyi-turizm-prines-us14-trilliona-v-eksportnykh-postupleniyakh>> (дата обращения: 16.06.2014).
17. Мировой гостиничный рынок преодолел кризисный спад [Электронный ресурс] // Российская ассоциация бизнес туризма. URL: <http://businessstravelrussia.ru/news/news-abt/mirovoy_gostinichnyy_rynok_preodolel_krizisnuu_spad_208/> (дата обращения: 07.06.2014).
18. Отчет о выполнении Республиканского плана мероприятий по проведению в 2014 г. Года гостеприимства // Текущий архив М-ва спорта и туризма Респ. Беларусь.
19. Скобкин С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе. М. : Юристъ, 2001.
20. Статистическое приложение к обзору МВФ: Перспективы развития мировой экономики за апрель 2012 г. [Электронный ресурс] // Классификация международного валютного фонда. URL: <<http://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/weo/2012/01/pdf/texttr.pdf>> (дата обращения: 11.06.2014).
21. Туризм в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. URL: <<http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/pressrel/tourism.php>> (дата обращения: 03.02.2014).
22. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь : стат. сб. Минск, 2014.
23. Численность населения Беларуси на 1 апреля составила 9 млн 467 тыс. человек [Электронный ресурс] // БЕЛТА — Новости Беларуси. URL: <http://www.belta.by/ru/all_news/society/Chislennost-naselenija-Belarusi-na-1-aprelja-sostavila-9-mln-467-tys-chelovek_i_667269.html>. (25.04.2014) (дата обращения: 29.04.2014).
24. Экологические технологии в сфере гостеприимства [Электронный ресурс] // Журн. «Линия Вкуса». URL: <<http://e.vkusov.net/k2-showcase/cleaning/item/57-экологические-технологии-в-сфере-гостеприимства>> (дата обращения: 16.06.2014).
25. Barrow Clayton W., Reynolds D., Power T. Introduction to the Hospitality Industry. 8th ed. New York : John Wiley & Sons, Inc., 2011.
26. Colliers International: из 34 проектов по строительству отелей в Минске только 12–15 будут реализованы к началу ЧМ по хоккею 2014 года [Электронный ресурс] // Информ.-аналит. агентство «Бизнес-новости». URL: <<http://doingbusiness.by/ekspert-iz-34-proektov-po-stroitelstvu-otelei-v-minske-tolko-12-15-budut-realizovani-k-nachalu-chempionata-mira-po-hockeyu-2014-goda>> (11.04.2014) (дата обращения: 06.05.2014).

27. Hotel occupancy rate worldwide from 2008 to 2013, by region [Electronic resource] // Statista Inc. URL: <<http://www.statista.com/statistics/266741/occupancy-rate-of-hotels-worldwide-by-region/>> (date of access: 16.06.2014).
28. International Tourist Arrivals. International Tourist Receipts: UNWTO Tourism Highlights. Madrid, 2014.
29. OECD Tourism Trends and Policies 2014. Paris : OECD Publishing, 2014.
30. Ranking of the worlds 10 most expensive hotels, by single night price of their best room [Electronic resource] // Statista Inc. URL: <<http://www.statista.com/search/?q=accommodation>> (date of access: 16.06.2014).
31. Tourism trends (December 2013) [Electronic resource] // Eurostat. URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Tourism_trends> (date of access: 16.06.2014).
32. Tourism statistics – nights spent at tourist accommodation establishments (March 2014) [Electronic resource] // Eurostat. URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Tourism_statistics_-_nights_spent_at_tourist_accommodation_establishments> (date of access: 16.06.2014).
33. *Vallen Gary K., Vallen Jerome J.* Check-in Check-out: Managing Hotel Operations. 8th ed. Upper Saddle River. New Jersey : Prentice Hall, 2009.
34. *Walker John R.* Exploring the Hospitality Industry. 2nd ed. Upper Saddle River. New Jersey : Prentice Hall, 2011.
35. World Ranking 2013 of Hotel Groups And Brands [Electronic resource] // Hospitality Net BV. URL: <<http://www.hospitalitynet.org/news/4060119.html>> (03.04.2013) (date of access: 09.06.2014).

Статья поступила в редакцию 30 июня 2014 г.