

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ХОСТЕЛОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Несмотря на то что в законодательстве Республики Беларусь дается понятие хостела как обособленного средства размещения, в статистических данных хостелы входят в общую категорию отличных от гостиниц средств размещения. Именно поэтому их количество по Беларуси вычислить сложно. Тем не менее на платформе booking.com в Беларуси числится порядка 51 хостела.

Исходя из анализа динамики доли гостиниц и других видов размещения в их общем количестве, заметна тенденция к уменьшению числа гостиниц и увеличению других видов размещения, к которым относятся хостелы. В 2017 г. доля гостиниц составила 64,3 % (в 2010 г. — 86,4 %), а доля других средств размещения составила 33,3 % (в 2010 г. — 12,8 %). Более того проявляется закономерность в пользу увеличения числа средств размещения более низких категорий и без категорий. К примеру, в 2017 г. доля гостиниц без категории выросла и составила 90,1 % (в 2010 г. — 74,4 %), а доля гостиниц категорий 4 и 5 звезд изменилась незначительно: 0,9 % в 2017 г. и 0,8 % в 2010 г., 0,5 % в 2017 г. и 0,6 % в 2010 г. соответственно [1]. Это является позитивным сигналом в сторону изменения структуры предложения на рынке гостиничных услуг, так как спрос на дорогое проживание не успевает за предложением и в стране по-прежнему ощущается нехватка бюджетных средств размещения. Это является стимулом для открытия новых недорогих гостиниц и хостелов.

Согласно ГУ «Управление бытового и гостиничного обслуживания населения Мингорисполкома», на февраль 2015 г. в Минске числилось 7 хостелов, но на данный момент на booking.com в качестве хостелов можно найти 26 объектов. Здесь возникает проблема: официальные хостелы располагаются в квартирах, выведенных из жилищного фонда с отдельным входом либо в отдельно стоящих зданиях, а остальные объекты, именующие себя хостелами, таковыми не являются [2].

В любом случае на booking.com хостелы Беларуси получают высокие баллы от гостей, в среднем от 8 до 9: гости высоко оценивают доброжелательный персонал, комфорт, чистоту и месторасположение. В особенности радует привлекательное соотношение цена/качество. Например, ночь в 10-местном номере в Минске выйдет в среднем 16 бел. руб., 6-местном — 18–20 бел. руб., в 4-местном — 24 бел. руб.

Кроме основных услуг многие хостелы предлагают постояльцам на выбор развлечения: например, дартс, караоке, настольные игры и др. Наблюдается тенденция к увеличению числа развлечений и введения большего разнообразия и особенных черт хостела. Например, в «Твой

хостел» проживают домашние животные, чему гости, согласно отзывам, очень рады. Некоторые хостелы занимаются разработкой экскурсионных маршрутов («Вива», «Риверсайд»).

Продвижение хостела заключается в основном в сотрудничестве с сервисами бронирования. И хотя сервисы берут комиссию от суммы каждого бронирования, они обеспечивают эффективное продвижение с помощью сайта, собирая отзывы посетителей на разных языках и выстраивая рейтинги.

В заключение стоит отметить, что накануне проведения Европейских игр в 2019 г. стоит ожидать открытия новых бюджетных объектов размещения, так как в Беларуси гостиниц бюджетного уровня еще недостаточно, а спрос растёт.

### **Литература**

1. О развитии туризма, деятельности туристических организаций, коллективных средств размещения Республики Беларусь за 2017 год : стат. бюл. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2018. — 36 с.

2. Красовская, О. Чиновник: в Минске только 7 хостелов, все остальные объекты таковыми не являются [Электронный ресурс] / О. Красовская // Onliner.by. — Режим доступа: <https://realt.onliner.by/2015/02/10/hostel-3>. — Дата доступа: 01.04.2018.

**О.Н. Тепун**

*Научный руководитель — кандидат экономических наук Е.Ф. Волонцевич  
БГЭУ (Минск)*

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТУРПРОДУКТА НА ОСНОВЕ СОЧЕТАНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПОДХОДА И ВОВЛЕЧЕНИЯ ГОСТЕЙ**

В настоящее время все более четко прослеживаются две тенденции в туристической индустрии: рост международных сетей с универсальным обслуживанием на высоком уровне, и повышенный интерес к индивидуальному подходу на всех этапах путешествия. Туристу важно чувствовать, что он является активным участником процесса, потому его стремление получить уникальный опыт во время путешествия вполне оправдано. Этому могут способствовать различные программы лояльности, уже существующие карты гостя, туриста, дисконтные и накопительные карты. Однако они не являются индивидуальными, а потому давайте разберемся, как же совместить две тенденции — универсальность обслуживания и индивидуальный опыт для привлечения туристов в Беларусь.

Как правило, компания, которая вложилась в «soft power», становится более успешной на рынке, что применимо и к стране, создающей