

тие которой способствует наполнению государственного и местных бюджетов, а также поднятию имиджа страны на международной арене. Поддержанию существующих тенденций и дальнейшему росту объемов внутреннего и въездного туризма, на наш взгляд, будут способствовать:

- проведение в Киеве финала Лиги чемпионов по футболу в 2018 г.;
- открытие новых для Украины рынков въездного туризма таких как Катар. Проведение работы в направлении упрощения въезда для граждан Китая и стран Персидского залива;
- активизация участия Национального Банка Украины в стимулировании малого и среднего бизнеса, представителями которого есть абсолютное большинство туристических предприятий;
- заимствование опыта ведущих туристических стран мира, например таких как Турция, по развитию въездного и внутреннего туризма.

Список использованных источников

1. Государственная служба статистики Украины [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ukrstat.gov.ua>.
2. Министерство иностранных дел Украины [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://mfa.gov.ua/ua/consular-affairs/directorate>.
3. Материалы пресс-конференции в УНИАН: «Туризм Украины 2018 — от стабилизации к росту. Синергия власти и бизнеса» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://press.unian.net/press/10017758-ukrainedlya-razvitiya-vnutrennego-turizma-neobhodima-gosprogramma-podderzhki-otrasli-s-finansovymi-i-nalegovymi-stimulami-eksperty-foto-video.html>.
4. Гук, Н.А. Международный туризм в Украине: реалии и перспективы / Н. Гук // Науч. вестн. Ужгородского нац. ун-та. — 2016. — Вып. 7. — Ч. 1. — С. 99–102.

Е.В. Дрозд-Грибко
БГУ (Минск)

Научный руководитель П.А. Литвинов

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Сфера туризма сегодня одна из наиболее перспективных и прибыльных. Вот почему на ней так сказываются все новейшие тренды в области инноваций мировой индустрии гостеприимства. Среди них можно назвать инновационные технологии, путешествия людей «третьего возраста», молодежи, путешествия с маленькими детьми, и третья тенденция — Airbnb, а также услуг в них.

Первая из инновационных технологий — искусственный интеллект и робототехника. Но технологии могут передать роботам только часть функций, например, предоставление гостям информации о проживании и услугах. The Residence Inn LAX уже использует робота по имени

Валли, который выступает в роли курьера и доставляет гостям и работникам нужные вещи. Maidbot разработал робота-уборщицу Розы, а в Hilton работает консьерж Конни. В том же направлении развивается онлайн-связь с гостями и независимые сайты по бронированию жилья. Мобильные приложения, такие как Facebook, Messenger и Viber позволяют общаться с клиентами в режиме реального времени. Это же касается и маркетинга. Многие туроператоры для продвижения своего продукта пользуются социальными сетями, туристическими платформами, что позволяет всему миру узнать о них. Booking.com и Airbnb все больше набирают популярность. На Airbnb легко найти уникальное жилье у самих местных жителей и пообщаться с ними. Нельзя не отметить мобильный чек-ин и новейшие технологии в номерах. Регистрация со своего телефона — это технология будущего, а встроенные планшеты в номерах уже не диковинка.

Второй основной тенденцией становится расширение туристского спроса пожилых людей, поколения Y (молодые люди в возрасте 20+), путешественников с маленькими детьми. Только путешествующая молодежь из США составляет 80 млн чел. Поэтому гостиничным сетям стоит пересмотреть сегментирование и обратить внимание на данный фактор.

Увеличение удельного веса путешествующих пожилых лиц старше 55 лет вызвано выходом на пенсию и наличием свободного времени и денег. Для пенсионеров и людей в возрасте туризм — форма активного образа жизни. И, наконец, путешественники с маленькими детьми. Детская инфраструктура существует далеко не везде. В Беларуси нет отелей, ориентированных на детей. Лишь стандартный набор, в соответствии со звездностью. Руководство всемирно известного бренда Four Seasons предлагает оригинальные способы для детей узнать как можно больше во время поездки по Европе. В зависимости от отелей сети каждый маленький гость может на день стать хозяином пони, воспользоваться предложением «Стань Микеланджело на день», исследовать множество секретных уголков в одном из отелей в виде квеста. Компания Disney открыла тематическую игровую комнату, главным героем которой является Винни-Пух. Также Walt Disney World переоборудовала гостиничные номера под комнаты, посвященные принцессам из мультфильмов. В Испании недавно появился отель игрушек. Что касается уникальности отелей и услуг в них, то клиентам сегодня хочется видеть нечто эксцентричное. Например, «Aurora Express» — шикарный поезд-отель, стилизованный в шарме XX в., состоящий из вагонов настоящего поезда, что курсировал по США. Также можно назвать отель на Аляске «Aurora Ice Museum» и самый элегантный ледовый отель-дворец в мире — Hotel Kakslauttanen, который располагается в Финской Лапландии, представляет собой серию из 20 стеклянных тепловых и люксовых иглу. Отель находится прямо в национальном парке, так что пробегающий олененок мимо окна — обычное явление. Отель «Fur 'n' Feathers Rainforest Tree Houses» расположен прямо на дереве в Австралии, посреди густого леса, лучший в категории «Экологиче-

ский туризм». Таким образом, можно утверждать, что индустрия гостеприимства развивается с каждым днем, поэтому крайне важно подстраиваться под изменчивые тенденции, оставаясь конкурентоспособным на рынке туристических услуг.

Е.С. Дубеник, С.А. Крыж
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель П.А. Литвинов

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ФУДКОРТОВ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

В Беларуси проходит огромное количество фестивалей, как республиканского, так и международного уровня. Это связано с развитием событийного туризма в Беларуси. Несмотря на высокий уровень проведения фестивалей, анализ данных мероприятий выявляет целый ряд недостатков со стороны их организации.

Одним из важнейших недостатков, на которые в первую очередь обращают внимание посетители, касается организации фудкортов. Одна из основных проблем, выявленных на основе анализа отзывов в социальных сетях — это очереди. Данная проблема затрагивает большое число фестивалей: GreenFest, Наш Грюнвальд, Славянский Базар, VivaBraslav.

Следующая, не менее серьезная проблема, — это недостатки в компоновке и локализации в зонах фудкортов, вызывающие возникновение толпы, нарушающие трафик потоков гостей, что доставляет им дискомфорт и неудобства. Этот фактор отчасти объясняет и проблему очередей. Наибольшие проблемы этого характера были выявлены при проведении следующих фестивалей: А-fest, Славянский Базар.

В силу развития современных технологий и новшеств, можно выделить еще одну проблему — отсутствие безличного расчета. Эта проблема с каждым годом набирает обороты и становится более обостренной. По отрицательным отзывам посетителей по поводу возможностей оплаты лидируют такие фестивали, как: Мотольские присмаки, Славянский Базар, А-fest.

Также значимой проблемой можно назвать вопрос доли национальной кухни в меню фестивалей. Эта проблема касается даже гастрофестивалей. Не секрет, что целевая аудитория таких событийных мероприятий в первую очередь сориентирована на получение впечатлений и поиск новизны и аутентичности. Однако анализ показал, что не все гости наших фестивалей остаются довольны, так как покидают наши просторы не попробовав настоящую местную кухню. По-прежнему, белорусские кулинарные фестивали и фестивали иной тематики, уделяют недостаточное внимание собственно белорусской кухне, что особенно отмечают зарубежные гости. Данная проблема охватывает не только гастрономические фестивали, но и такие как: А-fest, Мотольские присмаки.