

Качество гостиничных услуг очень зависит от квалификации персонала, его творческих способностей, заинтересованности, умения осваивать новые технологии, а также от использования новых организационных процессов и форм привлечения для обслуживания клиентов материальной базы. Качество услуг в гостиничном бизнесе — это мера того, как уровень предоставленной услуги удовлетворяет ожидания клиента [1, с. 56].

Источники

1. Румянцева, З.М. Менеджмент организации : учеб. пособие / З.М. Румянцева. — М. : ИНФРА-М, 2005. — 432 с.
2. Стратегический менеджмент : учебник / под ред. А.Н. Петрова. — СПб. : Питер, 2009. — 496 с.
3. Швандер, В.А. Стандартизация и управление качеством продукции : учебник / В.А. Швандер. — М., 2009. — 248 с.

<http://edoc.bseu.by>

СНИЛ «Тураналитик»
Д.В. Дирко, А.С. Каптюг
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **Ю.А. Шаврук**, канд. экон. наук, доцент

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ТУРИЗМЕ

Потребности, поведение и стремления путешественников постоянно изменяются. Появляются новые тренды и направления развития туризма и туристской индустрии. Важно быть в курсе последних тенденций, чтобы им соответствовать. Компания Booking.com проанализировала более 163 миллионов отзывов гостей и провела исследование среди 21 500 путешественников из 29 стран, чтобы выявить основные тенденции в области путешествий на ближайшее будущее [1, 2]. Ожидается, что самореализация путешественников займет лидирующую позицию при выборе места отдыха. Больше половины опрошенных по всему миру ответили, что в путешествиях они приобрели бесценные навыки. Все активнее в сфере туризма начинает использоваться искусственный интеллект (например, использование смартфона для открытия двери номера, рекомендации для поездки от робота-консьержа). Также туристы заинтересованы в повышении комфортности своих поездок: через мобильные приложения для планирования, отслеживания багажа, бронирования и т.д. Также около 30 % опрошенных были заинтересованы в появлении виртуального турагента, что позволяло бы им планировать поездки из любой точки мира, не выходя из дома [1, 2]. Популярность набирают экологичные варианты путешествия. Подавляющее большинство путешественников по всему миру утверждают, что будут пытаться снизить негатив-

ное влияние на окружающую среду в течение поездки. Более половины владельцев домашних животных отметили, что питомцы для них так же важны, как и их дети, поэтому 42 % опрошенных сказали, что при выборе места для отпуска важную роль для них будет играть возможность взять с собой четвероногих попутчиков. Из них 49 % готовы заплатить за проживание больше, если в объекте размещения можно разместиться с питомцами.

Путешествия ради впечатлений — один из главных трендов года. Люди заинтересованы в новых ощущениях, начиная с выбора жилья и питания и заканчивая шопингом и посещением матча любимой спортивной команды. Основной целью поездки станет создание как можно большего числа радостных и приятных воспоминаний. Парadox состоит в том, что главную позицию занимают эмоции и впечатления, а сам турпродукт является только дополнением к этому [1, 2]. Все более популярными становятся кратковременные поездки на выходные. Здесь предполагается, что маршруты таких поездок будут еще тщательнее прорабатываться, так как у потребителей сохраняется желание получить больше впечатлений за ограниченный промежуток времени. Здесь сработает принцип «меньше — лучше».

Таким образом, можно сделать вывод, что в текущем году появилось большое количество новых туристических тенденций, что произошло, безусловно, благодаря изменению предпочтений и самого потребителя. Это и привело к появлению спроса на принципиально новые направления в туристской индустрии.

Источники

1. 8 трендов в туризме в 2019 году [Электронный ресурс] // Финам. — Режим доступа: <https://www.finam.ru/analysis/newsitem/8-trendov-v-turizme-v-2019-godu-20181019-115826/>.
2. Тренды в туризме 2019 [Электронный ресурс] // TourBC. — Режим доступа: <https://www.tourbc.ru/daydzhest/827-trendy-v-turizme-2019.html>.

<http://edoc.bseu.by>

И.С. Донских

ГрГУ им. Я. Купалы (Гродно)

Научный руководитель — **Н.И. Кабушкин**, д-р экон. наук, профессор

МЕРОПРИЯТИЯ ПО СОЗДАНИЮ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Анализ подходов к созданию конкурентоспособного туристического продукта, применяемых в странах дальнего зарубежья, может помочь в создании и развитии высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса в Республике Беларусь, что пол-