

называемых гастрономических туров, где должна присутствовать национальная кухня с известными изысканными или экзотическими блюдами и напитками.

Развитие сферы услуг, рост конкуренции, а также востребованность развития туристического потенциала привели к поиску новых форм и технологий обслуживания в системе общественного питания, а также широкому использованию современных инноваций в области информационных технологий в маркетинге предоставляемых услуг и обслуживании клиентов. В частности, широкое применение в использовании информационных технологий отводится глобальной сети Интернет. Предприятия общественного питания применяют в своей деятельности такие интернет-услуги, как бронирование столиков on-line, размещение специальных предложений, визуализация меню с фото или видео, что позволяет потребителям сократить время выбора и ожидания блюд. Организация работы сайта, приложения для мобильных телефонов и их интеграция с социальными сетями позволяют расширить возможность цитирования предприятия в сети и тем самым повысить посещаемость конкретного предприятия общественного питания. Современные сайты ресторанов хорошо продуманы уникальными дизайнерскими решениями, где размещается интерьер ресторана в 3D-формате, галерея фото и видео-файлов с использованием эмоционального маркетинга. Концептуально новым инновационным решением в бизнесе общепита является применение мобильных терминалов и кухонных видеосистем, что способствует улучшению качества работы на всех этапах производственного процесса [1].

Таким образом, применение инновационных технологий в ресторанном бизнесе позволяет привлечь новых клиентов, увеличить прибыль предприятия и повысить качество предоставляемых услуг общественного питания в обслуживании туристов.

Источник

1. Быстрова, А.А. Инновационные технологии — основа конкурентоспособности предприятий общественного питания / А.А. Быстрова, Е.Е. Ходакова // Молодой ученый. — 2016. — № 11. — С. 289–291.

<http://edoc.bseu.by>

Л.А. Еремей, А.Ю. Костюкевич (Величко)
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — М.В. Пуренок, канд. биол. наук, доцент

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ SPA-, WELLNESS- И FITNESS-ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОЙ БЕЛАРУСИ

Оздоровительный туризм является одним из популярнейших и включает путешествия людей в страны или местности, отличные

от их постоянного места жительства, в оздоровительных целях, целях профилактики различных заболеваний организма человека [1]. Он актуален для всех категорий людей: семей с детьми, пенсионеров, молодежи и т.д. Поддержание здоровья (как физического, так и психического), рекреация возможны благодаря таким направлениям, как spa-туризм, wellness-туризм и fitness-туризм. Все три понятия тесно переплетены, но в каждом случае есть свои особенности, дополняющие друг друга. Wellness-туризм: для многих становится стилем жизни, где доминируют здоровье и прекрасное самочувствие, поддержание хорошей физической и духовной формы в сочетании с удовольствием (само слово «wellness» появилось от сочетания «fitness» + «well-being», т.е. «хорошее самочувствие + благополучие»). SPA-туризм — путешествия людей в пределах своей страны или за ее пределы в оздоровительных целях, достигаемых определенными SPA-мероприятиями и процедурами. Само слово SPA (аббревиатура от латинского *sanus per aqua*) в переводе обозначает «здоровье через воду». В современном мире SPA — это не только водные процедуры, а еще целый набор различных процедур, таких как ароматерапия, грязевые обертывания, всевозможные массажи, иглоукалывание, Аюрведа и многие другие.

Наиболее полную классификацию объектов SPA предложил Европейский центр изучения и пропаганды курортов и водных источников ISPA Europe: комплексные SPA; медицинские SPA; SPA — минеральные воды (классика с «бельгийскими» времен); гостиничные SPA; клубные SPA; однодневные SPA (Day SPA); круизный SPA (морские, речные, озерные и др.) [2].

SPA-отдых имеет свою конкретную географию. В число самых популярных направлений входят: Венгрия, Вьетнам, Италия, Израиль и др. В Беларуси SPA-туризм только начинает развиваться на базе частных SPA-центров, массажных салонов, косметических кабинетов и камер сенсорной депривации (флоатинг-станций).

Wellness-туризм является разновидностью лечебно-оздоровительного туризма и отличается от медицинского туризма мотивами путешествия. Медицинский туризм основан на получении туристом лечения поставленного диагноза, Wellness-туризм направлен, в первую очередь, на отдых и рекреацию, укрепление здоровья, восстановление физических и психических сил организма. Несмотря на то что понятие Wellness достаточно новое, поездки людей за границу и в пределах своей страны для укрепления здоровья имеют исторически давние традиции, и Беларусь не является исключением. Одной из важных тенденций развития данного вида туризма следует считать постепенное сближение его с простым отдыхом. Как результат возрастания интереса к данному виду туризма, в мире все большее распространение получают велнесс-отели. Впервые появившись в Таиланде, данный вид отелей очень быстро распространился по всем регионам мира. Их особенностью выступает предоставление

оздоровительных, лечебно-профилактических услуг, востребованных туристами. Беларусь также имеет в этом смысле огромный потенциал. Включение велнесс-услуг в качестве дополнительного рода услуг в стандартный турпакет выступает одной из новаций многих турфирм.

Источники

1. Лечебно-оздоровительный туризм [Электронный ресурс] // Министерство спорта и туризма Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://mst.by/ru/>.

2. SPA [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://experienceispa.com>.

<http://edoc.bseu.by>

Е.Д. Ефременко, Д.Г. Гороховик

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Е.А. Баханович

РАЗВИТИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Эмоциональный интеллект представляет собой совокупность особенностей личного восприятия и навыков человека распознавать эмоции, понимать намерения, мотивацию и желания других людей, а также свои собственные. Учитывая сложность и многообразие характеров подчиненных, проявления которых провоцируют конфликты и требуют от руководителей применения личностно-ориентированного подхода, наличие эмоционального интеллекта является важным элементом модели эффективного менеджера.

По нашим наблюдениям, многие руководители не уделяют достаточного внимания развитию эмоциональной составляющей процесса руководства, следовательно, результаты данного исследования являются необходимыми и актуальными для руководителей организаций туристической индустрии. Успех менеджера, умение строить социальные связи и достигать поставленных целей напрямую зависят от его эмоционального интеллекта, а именно на 66 %, что подтверждается рядом исследований [1]. Руководители, обладающие развитым эмоциональным интеллектом, способны контролировать собственные эмоции и поведение, меньше поддаются стрессу и лучше адаптируются к изменяющимся обстоятельствам.

Американский психолог Дэниел Гоулман в своей работе «Эмоциональный интеллект в бизнесе» обосновал концепцию эмоционального интеллекта и выделил пять его составляющих: эмпатия,