

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИННОВАЦИИ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

УДК 338.48: 001.895

**Е.Н. ГРИЦ**

преподаватель кафедры теоретической и прикладной экономики<sup>1</sup>



**Ю.Г.ОЛЕСИК**

студент<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Барановичский государственный университет,  
г. Барановичи, Республика Беларусь



Статья поступила 9 марта 2020г.

### ИННОВАЦИОННЫЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*В современном мире индустрия туризма является одной из самых доходных и быстро развивающихся. Республика Беларусь, как и многие страны, стремится все больше развивать данную отрасль. Однако темпы развития туризма в стране являются невысокими в мировом сравнении. В статье обоснована необходимость перехода сферы туризма Республики Беларусь на инновационный путь развития, а также рассмотрен имеющийся научно-технический и инновационный потенциал страны для реализации инновационных идей, предложены к внедрению в сфере туризма наиболее перспективные инновации.*

**Ключевые слова:** инновация, туризм, инновационный потенциал, виртуальный туризм, научно-технический потенциал, новшество.

**GRITS E.N.**

Lecturer of the Department of Theoretical and Applied Economics<sup>1</sup>

**OLESIK Y.G.**

Student<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Baranavichy State University, Republic of Belarus

### INNOVATIVE WAY OF THE TOURISM DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF BELARUS

*In the modern world, the tourism industry is one of the most profitable and rapidly developing. The Republic of Belarus, like many countries, strives to develop this industry more and more. But the pace of*

*tourism development in the country is low in global comparison. Thus, the article justifies the need for the Republic of Belarus to switch to the innovative path of tourism development, and considers the existing scientific, technical and innovative potential of the country for the implementation of innovative ideas, and proposes the most promising innovations in the tourism sector.*

**Keywords:** *innovation, tourism, innovative potential, virtual tourism, scientific and technological potential, novation.*

**Введение.** В современном мире отрасль туризма является одной из самых доходных и быстро развивающихся. Так, по данным Всемирной туристской организации, число туристов к 2030 г. возрастет до 1,8 млрд, в то время как в 2000 г. туристов было 700 млн чел., то есть число туристов за 30 лет увеличится в 2,6 раза. Индустрия туризма постоянно развивается и способна при хорошем развитии приносить немалые денежные средства в бюджет страны, а также оказывать значительное влияние на различные секторы экономики. Каждая страна стремится развивать эту отрасль. В современных условиях жесткой конкуренции в сфере туризма, политической и экономической нестабильности в странах, при постоянно изменяющихся вкусах и предпочтениях потребителей, необходимо переходить на инновационный путь развития сферы туризма, поэтому данное исследование является актуальным.

**Основная часть.** Впервые термин «инновация» появился в 1920 г. Его ввел австрийский и американский экономист Й. Шумпетер.

Инновация – это нововведение, внедренное или внедряемое новшество, обеспечивающее повышение эффективности процессов и (или) улучшение качества продукции, востребованное рынком [1, с. 5].

Традиционно под инновацией и инновационной деятельностью понимают направление научно-технического прогресса и процесс, связанный с внедрением научных технологий и разработок. Однако инновации также в себя включают перемены в продукте, процессе, маркетинге, организации, вызванные внедрением новшеств. То есть под инновацией также можно понимать перемену или результат деятельности, связанный с улучшением качества продукции или технологического процесса благодаря внедрению новшеств.

Необходимость перехода на инновационный путь развития сферы туризма Республики Беларусь обусловлена невысокими темпами развития туризма и туристической инфра-

структуры в мировом сравнении. Наиболее важные причины, сдерживающие развитие туризма в Республике Беларусь, – это низкий уровень рекламно-информационного обеспечения белорусского туристического продукта за рубежом [2], недостаточная поддержка со стороны государства, несоответствие цены и качества предоставляемых услуг и т.д. Это говорит о том, что необходимо повышать конкурентоспособность страны в сфере туризма на мировом рынке с помощью инноваций.

Основные направления инноваций в сфере туризма [1, с. 26]:

- внедрение в сферу туризма новейших технологий и оборудования;
- внедрение в сферу туризма новых ресурсов и совершенствование туристического маркетинга;
- виртуальный туризм;
- внедрение новых туристических маршрутов и продуктов, гостиничных и транспортных услуг;
- применение новых техник и методов ведения туристического бизнеса и бизнес-процессов.

Для реализации инновационных идей в сфере туризма необходима гибкая система государственного и регионального управления инновационной деятельностью, которая поддержала бы разработчиков инноваций, осуществляла мониторинг актуальности инноваций, их безопасность и научность [3]. Также необходимо наличие высокого инновационного и научно-технического потенциала в стране.

В Беларуси в последнее время наблюдаются технологические сдвиги, происходят глобальные процессы информатизации, прорывы в цифровых, электронных, сетевых технологиях, увеличение международной конкуренции на мировом уровне. За последние годы число организаций, занимающихся научными разработками и исследованиями, увеличилось до 455 ед., а число инновационных организаций – до 468 ед. Беларусь в год

тратит 739 340 тыс.р. на научные разработки и исследования. Удельный вес белорусской отгруженной инновационной продукции и оказанных услуг инновационного характера на мировом рынке составляет 1,3% [4].

В Глобальном инновационном индексе в 2019 г. Беларусь заняла 72 место, в 2018 г. было 86 место, то есть за год результаты заметно улучшились. Однако по сравнению с результатами стран-соседей мы еще заметно отстаем от них. Так, Латвия в Глобальном инновационном индексе в 2019 г. заняла 34 место, Литва – 38-е, Польша – 39-е, Россия – 46-е, а Украина – 47-е место [5].

Таким образом, в Беларуси имеется необходимый для реализации инноваций научно-технический и инновационный потенциал, страна с каждым годом совершенствует инновационную сферу, открывается все больше инновационных организаций, увеличиваются затраты на научные разработки.

Рассмотрим некоторые примеры инноваций, которые могут существенно изменить рынок туристических услуг в Беларуси, повысить привлекательность страны для туристов, улучшить имидж страны.

Виртуальный туризм – это понятие достаточно новое. Данная инновация появилась с быстрым развитием информационных технологий. Виртуальный туризм представляет собой новый вид туризма, в котором используются 3D, 4D, 5D, 7D эффекты, инновационные программы, сферические панорамы, при помощи которых можно путешествовать.

В Беларуси существуют тысячи турагентств, которые постоянно находятся в жесткой конкуренции. Использование в турагентстве виртуального туризма значительно повысило бы его конкурентоспособность и улучшило качество предоставляемых услуг. Например, представим, что в турагентстве имеется необходимое инновационное оборудование для проведения виртуальных туров. Когда турист придет в турагентство, турагент предложит ему окунуться в виртуальный мир выбранных туристом стран или курортов. Человек, попадая в виртуальный тур, сможет не только увидеть все красоты выбранного им места, узнать их достопримечательности, но и сможет почувствовать брызги воды, дуновение ветра, шум пальм и другие эффекты. У туриста, почувствовавшего эмоции отдыха, появится желание приобрести тур. Также, например, если турист уже определился с курортом, а с отелем еще нет, то он может, одев специальные 3D очки, посмотреть и изучить интересую-

щие отели изнутри. В Беларуси подобного в практике еще не используется. Но введение такой инновации вывело бы туристический маркетинг страны на новый уровень. Виртуальные туры создают у клиента «эффект присутствия», то есть яркие и запоминающиеся образы, которые позволяют клиенту получить полную информацию об услуге или туре особым образом.

В современном мире при высокоразвитой индустрии туризма не все жители Беларуси могут позволить себе отдых каждый год или вовсе никогда не ездили отдыхать. По статистическим данным, в 2018 г. за рубеж выехало 850,7 тыс. белорусов из 9,4 млн граждан [6]. Также большинство жителей Беларуси не могут позволить себе отдых на дорогих курортах либо в зарубежных странах. Жители небольших городов и сельской местности путешествуют крайне редко или выбирают дешевый отдых, зачастую это курорты Украины.

Виртуальный туризм поможет людям побывать в странах их мечты хотя бы в виртуальной реальности. Человек, устав от повседневной суеты, сможет, надев очки виртуальной реальности, окунуться в свою мечту, увидеть все красоты выбранной страны, полюбоваться на океан, изведать джунгли и т.д. Безусловно, виртуальный тур не может сравниться с настоящим путешествием, но для людей, у которых нет такой возможности, это будет хорошим вариантом увидеть мир.

Преимущества виртуального туризма:

- экономия, не нужно оплачивать дорогу, отели, развлечения и еду; все, что нужно, – это интернет, компьютер, специальные 3D очки;

- безопасность, то есть человек не будет подвергаться риску, которому подвергаются туристы, совершая путешествие, например, на самолете, пробуя экзотические блюда, занимаясь дайвингом и т.д.

- удобство, человеку не нужно выходить из дома и куда-то ехать и т.д.

- повышение конкурентоспособности сферы туризма страны и отдельных туристических фирм.

Недостатки виртуального туризма:

- требует наличия высокоразвитой научной сферы;

- имеются определенные ограничения.

На современном этапе развития виртуального туризма, надев очки виртуальной реальности, человек не сможет почувствовать запах, вкус, позагорать или искупаться. Но

наука развивается, и вполне возможно, что в ближайшем будущем такие технологии появятся.

К виртуальному туризму относятся также виртуальные карты. Виртуальная карта – это программа, которая устанавливается на гаджет. Включив виртуальную карту, можно увидеть 3D-изображение местности. Это позволяет легче спланировать реальное путешествие, так как турист может осмотреть предстоящий маршрут заранее. Данную технологию могут использовать турагенты при продаже туров. Например, турист захочет узнать, что находится возле его отеля, куда там можно сходить погулять, и турагент, включив виртуальную карту, сможет ему не только рассказать, но и наглядно показать все.

Инновацией, которая может повысить уровень комфорта иностранных граждан в Беларуси и имидж белорусских отелей, могут стать электронные ключи от номеров. Суть данной инновации заключается в том, что гостю на приложение в его гаджете высылают ключ от комнаты в отеле. Гость при помощи такого ключа и специального приложения сможет легко и быстро войти в свой номер.

Существует множество инноваций, которые можно использовать для развития сферы туризма в Беларуси, но многие из них требуют больших вложений, так как связаны с техническим развитием. Поэтому необходимо создать привлекательный инвестиционный климат для предполагаемых инвесторов и развивать инновационную и научно-техническую деятельность страны.

**Заключение.** Таким образом, в настоящее время в Республике Беларусь имеются некоторые проблемы в развитии сферы туризма. Одним из возможных вариантов развития сферы туристических услуг в Республике Беларусь является развитие с помощью инноваций. В Беларуси имеется пока еще недостаточный для реализации инноваций научно-технический и инновационный потенциал, однако страна с каждым годом совершенствует инновационную сферу. Внедрение инноваций позволит увеличить темпы развития сферы туризма, повысить конкурентоспособность страны на мировом рынке, улучшить качество туристического продукта, увеличить число туристов и объемов продаж туристических продуктов. Инновации также могут стать эффективным инструментом туристического маркетинга для отдельных туристических фирм.

### Список литературы

1. Карпова, С. В. Инновационный маркетинг. Учебник / С. В. Карпова. – М.: Юрайт, 2016. – 458 с.
2. Гречишкина, Е. А. Роль маркетинга дестинаций в развитии туризма / Е. А. Гречишкина // Сфера обращения: проблемы и перспективы развития: коллективная монография / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова». – Пермь, 2016. – С. 214-227.
3. Hrechyshkina, Olena. Management of sustainable development of regional tourism / O. Hrechyshkina // Управление и образование = Management and education. Series Менеджмент, Маркетинг, Туризм = Management, Marketing, Tourism: академично списание. – 2016. – Кн. 2, Том XII, № 2. – С. 19-24.
4. О научной и инновационной деятельности в Республике Беларусь: статистический бюллетень [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/420/420d3eab3d1a18a10fd34140bf498d8d.pdf> – Дата доступа: 02.03.2020.
5. Глобальный инновационный индекс 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/global-innovation-index/info> – Дата доступа: 02.03.2020.
6. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: статистический сборник [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/c98/c9876319528dcac1e44ba2ddf7ff6354.pdf> – Дата доступа: 02.03.2020.

### References

1. Karpova S.V. *Innovationy marketing* [Innovative marketing]. Moskva, YUrajt 2016, 458 p. (In Russian).
2. Hrechyshkina O.O. Rol marketinga destinatsii v razvitiu turizma [The role of destinations marketing in the development of tourism]. *Sfera obrashcheniia: problemy i perspektivy razvitiia* [Sphere of circulation: problems and development prospects]. Permskii institut (filial) FGBOU VO “Rossiiskii ekonomicheskii universitet im. G.V. Plekhanova”. Perm, 2016, pp. 214-227 (In Russian).
3. Hrechyshkina O. Management of sustainable development of regional tourism.

- Management and education. Series Management, Marketing, Tourism*, 2016, vol. XII (2), pp. 19-24.
4. *O nauchnoy i innovatsionnoy deyatel'nosti v Respublike Belarus*. [On scientific and innovative activities in the Republic of Belarus]. National Statistical Committee of the Republic of Belarus. (In Russian). Available at: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/420/420d3eab3d1a18a10fd34140bf498d8d.pdf> (accessed: 03.03.2020).
5. *Globalny Investitsionny indeks 2019* [Global Innovation Index 2019]. (In Russian). Available at: <https://gtmarket.ru/ratings/global-innovation-index/info> (accessed: 03.03.2020).
6. *Turizm i turistskiye resursy. Nacional'nyj statisticheskiy komitet Respubliki Belarus*. [Tourism and tourism resources in the Republic of Belarus. National Statistical Committee of the Republic of Belarus.]. (In Russian). Available at: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/c98/c9876319528dcac1e44ba2ddf7ff6354.pdf> (accessed: 03.03.2020).

*Received 9 March 2020*