

**Янковенко В.А.**

Белорусский государственный университет физической культуры,  
Республика Беларусь, Минск

**Yankovenko V.**

Belarusian State University of Physical Culture,  
Republic of Belarus, Minsk

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

*За последние полтора года организации туризма и гостеприимства несут огромные потери, связанные с распространением пандемии коронавируса COVID-19. Наибольший урон нанесен въездному и выездному туризму, пострадали как туроператорские и турагентские организации, так и транспортные, организации питания, размещения и другие, оказывающие услуги туристам и экскурсантам. Для выживаемости в условиях возросшей конкуренции первостепенное значение имеет применение инновационных технологий, позволяющих организациям туризма и гостеприимства активизировать работу по разработке новых маршрутов и продвижению их на внутренний и внешний рынки.*

*Инновационная деятельность; функции; виды инноваций; инновационные стратегии; инновационные технологии.*

## **MODERN TRENDS OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE ACTIVITIES OF TOURISM AND HOSPITALITY ORGANIZATIONS**

*Over the past year and a half tourism and hospitality organizations have suffered huge losses associated with the spread of the COVID-19 coronavirus pandemic. The greatest damage was inflicted on inbound and outbound tourism, both tour operators and travel agencies, as well as transport, catering, accommodation and other enterprises, providing services to tourists and excursionists suffered.*

*In conditions of increased competition, the use of innovative technologies is of paramount importance for survival, allowing tourism and hospitality organizations to step up work on the development of new routes and their promotion to domestic and foreign markets.*

*Innovative activity; functions; types of innovations; innovative strategies; innovative technologies.*

На развитие Республики Беларусь наибольшее влияние оказывают аграрный и промышленный сектора. Существующая сфера услуг недостаточно развита для того, чтобы иметь высокий удельный вес в экономике страны. Сфера туризма является одним из направлений, развитие которого способствует развитию всех видов транспортных организаций, средств размещения и питания, организаций спорта, культуры и досуга, Национальных парков, заповедников и заказников и др. Все эти организации способны увеличить объемы услуг, в том числе экспортных, и уменьшить объем импорта услуг.

Об использовании инноваций в туристическом бизнесе немного написано в научной литературе и эта тема пока не нашла практического применения в работе туристических организаций. Для начала определимся с понятием «инновационная деятельность» – это деятельность, направленная на использование результатов научных разработок для расширения и улучшения качества выпускаемой продукции (товара, услуги), совершенствования технологии их изготовления с последующим внедрением и реализацией. Инновации в туризме необходимо рассматривать как системные мероприятия, имеющие новизну и приводящие к положительным сдвигам, обеспечивающим устойчивое функционирование и развитие отрасли.

Целью данного исследования является изучение и выявление современных тенденций внедрения инновационных технологий в практику деятельности туристических организаций в период уменьшения спроса со стороны заказчиков и обострения конкуренции.

Конец 2019 года ознаменовал собой начало самых сильных в истории независимой Республики Беларусь потрясений в развитии туризма, обусловленных пандемией коронавируса COVID-19. Практически полностью закрылись основные рынки выездного туризма (кроме Египта, частично Турции). Принятые ЕС и большинством стран мира запреты, в том числе странами-соседями, на транспортное сообщение практически парализовали въездной и выездной туризм. В результате в 2020 году выручка от оказания туристических услуг составила 39,2 % от уровня предыдущего года, стоимость туров, оплаченных иностранными туристами и экскурсантами, посетившими Республику Беларусь, сократилась на 71,2 %. Внутренний туризм не стал альтернативой вышеуказанным видам туризма и понес большие потери. Стоимость внутренних туров, оплаченных туристами и экскурсантами, сократилась на 64,9 %.

Впервые за все время существования отрасли количество туристических организаций уменьшилось на 12,7 %, хотя до 2020 года был ежегодный прирост. Это объясняется тем, что отличительной особенностью белорусского туристического рынка является преобладание на нем организаций, предлагающих отдых и путешествия для граждан Республики Беларусь за ее пределами. Таким образом, больше всего пострадали организации, занимающиеся международным туризмом.

Не лучше обстоит дело в организациях коллективных средств размещения, где количество проживающих уменьшилось в 2020 году на 42,4 %, в том числе в гостиничном хозяйстве на 49,5 %. Количество воспользовавшихся услугами санаториев, баз и домов отдыха, других специализированных средств оздоровления сократилось на 27,7 %, что можно объяснить не только экономическими, но и психологическими факторами [1].

Оценивая инновационный потенциал, эффективность инновационной деятельности и конкурентоспособность национального туристического продукта, которые оставляют желать лучшего, можно определить особенности инновационного развития туризма в республике [2].

В такой сложной обстановке больше шансов для успеха у организаций туризма и гостеприимства, которые в полной мере в работе будут учитывать факторы, способствующие внедрению инноваций. К ним необходимо отнести:

- растущие потребности населения в знакомстве с образом жизни в других регионах и приобретении новых знаний;
- обострение конкуренции, рост предложений стандартизированных продуктов индустрии гостеприимства;
- необходимость развития въездного туризма как фактора развития отдельной территории и страны в целом;
- необходимость сдерживать выезд за границу собственных граждан в зоны, аналогичные по условиям регионам своей страны (природа, культура, климат), т. е. создание внутреннего конкурентоспособного турпродукта;
- развитие индивидуализированных форм туристского потребления и необходимость создания условий для удовлетворения запросов таких туристов;
- расширение уровня информационно-коммуникационных систем и услуг, создаваемых на их базе;
- переход от экономики предложения к экономике спроса, от экономики продукта к экономике впечатлений.

Можно отметить следующие инновационные стратегии в деятельности туристических организаций, применяемые в зависимости от объемов оказываемых услуг, положения на туристическом рынке и финансового состояния:

- наступательная – стратегия отличается высоким риском и высокой окупаемостью в случае успеха инновации на рынке. Требуется высокой квалификации персонала, способности видеть новые рыночные перспективы и умения быстро воплотить их в продукты;
- оборонительная – стратегия держаться вплотную за лидером, заимствуя его новшества и внося в них некоторые изменения;
- имитационная – стратегия следовать за лидерами, повторяя все их действия и не осуществляя больших затрат на нововведения;
- зависимая – стратегия наиболее характерна для средних и малых организаций и фирм, взаимодействующих с крупными компаниями. Поэтому готовность крупных производителей передать новые разработки для дальнейшего их распространения в сферу малого и среднего бизнеса является одним из основных условий применения этой стратегии;
- традиционная – тип стратегии не предполагает значительных технологических изменений, поэтому он лишь условно относится к инновационному. Используются во всех сферах оказания туристических услуг;
- оппортунистическая – стратегия, где предприятие занято поисками такого продукта, который не требует слишком больших затрат на исследования и разработки, но с которым оно в течение определенного времени сможет единолично присутствовать на рынке.

Практику использования инновационных технологий можно проследить на примере компании «Вокруг света», являющейся одним из лидеров

белорусского туризма. В своей работе она использует следующие технологии:

– оплата через сайт компании посредством кредитной или дебетовой карты позволяет экономить бюджет организации и предлагать клиентам более современные способы оплаты;

– продвижение услуг через интернет-ресурсы позволяет расширить целевую аудиторию, выявить новые каналы продаж;

– снижение сроков отмены бронирования и возврата средств уменьшает риски и повышает лояльность для клиентов;

– низкие цены на бронирование отелей в Республике Беларусь и других странах (более 1 млн по всему миру) позволяют привлечь дополнительных клиентов;

– круглосуточная работа семь дней в неделю позволяет оперативно решать возникающие вопросы, укрепляет имидж компании;

– удаленная работа позволяет компании продолжать деятельность в период ограничений, вызванных пандемией;

– онлайн-продажа туров позволяет компании продолжать деятельность в период ограничений, вызванных пандемией, получать стабильную выручку и не производить сокращение персонала;

– рекламный тур лучшему работнику – мотивация сотрудников для достижения поставленных задач;

– акцент на внутреннем туризме и экскурсионных турах позволяет повысить количество продаж.

В заключении следует отметить, что разнообразие подходов в применении инновационных технологий зависит от инновационных стратегий, которым стремятся следовать туристические организации. Для компании «Вокруг света» можно предложить следующие рекомендации:

1. Действовать по наступательной стратегии. Этому соответствует высокая квалификация персонала, способность видеть новые рыночные перспективы и умение быстро воплотить их в продукты.

2. Использовать уникальные предложения компании, например, сезонные предложения или акции, которые проводит компания.

3. Для запуска таргетированной рекламы расширить портрет целевой аудитории, используя более широкую географию (возможно до рамок страны, так как компания предоставляет услугу онлайн-покупки тура).

4. Использовать рекламу у блогеров и проведение экспертных эфиров с популярными блогерами.

5. Создавать видеопрезентации туров. Возможна презентация тура сотрудником компании.

1. Развитие туризма, деятельность туристических организаций, средств размещения Республики Беларусь за 2020 год // Национальный статистический комитет Республики Беларусь, Минск, 2021. – 41 с.

2. Давыденко, Л. Н. Инновационные стратегии геоэкономического развития мирового туристского рынка / Л. Н. Давыденко // Современные тенденции развития международного туризма в мире и Республике Беларусь в условиях глобализации: материалы междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 20-летию основания каф. междунар. туризма фак. междунар. отношений Белорус. гос. ун-та, Минск, 12 окт. 2018 г. – Минск: БГУ, 2018. – 291 с.