

2. Министерство иностранных дел Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Материалы брифинга, проведенного в МИД Беларуси для представителей СМИ 18 марта 2004 г. О вручении Верительных грамот Послом Австралии, 2007 – 2011. – Режим доступа: http://www.mfa.gov.by/press/news_mfa/e734aadf73adbdd6.html. – Дата доступа: 10.04.2011.

Инновационная деятельность в международном туризме

*Гаврилюк А. С., студ. III к. БГЭУ,
науч. рук. Траскевич А. Г.,
ассистент*

XXI в. – век путешествий и открытых границ. Инновация – очень важный фактор в программе развития и реализации туристских услуг на рынке. Инновация как процесс или как продукт может стать одной из главных статей дохода предприятия, оказывая существенное влияние на увеличение прибыли.

В качестве важнейших стимулов инновационной деятельности в туризме можно выделить следующие:

- новые направления развития науки и техники, появление новых технологий;
- экономическая и политическая ситуация в отдельных регионах мира и странах;
- нововведения, осуществляемые международными организациями;
- государственные законы, а также другие правовые акты;
- изменение ситуации на рынках: появление новых туристских направлений, несоответствие предлагаемых услуг потребностям путешественников, изменение структуры спроса, появление новых требований со стороны потребителей к качеству туристского продукта;
- внедрение новшеств в деятельность производственных отраслей, тесно связанных с туристским бизнесом;
- стремление компаний укрепить позиционирование на рынке или борьба за выживание;
- неожиданные события, не зависящие от воли людей: экологические и техногенные катастрофы, террористические акты и другие [1].

В качестве основных критериев, по которым выделяются типы инноваций, необходимо отметить степень новизны, радикальности инновации; характер практической деятельности, в которой используется инновация; технологические параметры инновации [2].

Однако не все компании охотно применяют инновации в своей деятельности. Эту тенденцию можно проследить на примере использования компаниями глобальных систем бронирования. Некоторые турагентства относятся к ним с определенным недоверием, хотя с их помощью они получают выигрыш в стоимости, скорости и эффективности.

Стратегия работы для гостиничных компаний, рассчитывающих работать на международном рынке, заключается в объединении возможностей внутригостиничных компьютерных систем, позволяющих увеличивать доходы от продажи гостиничных мест с мощными системами бронирования, имеющими возможность подключаться к глобальным компьютерным сетям и использовать электронное оборудование по бронированию нового поколения [2].

Можно отметить и положительный опыт компаний, осознающих необходимость внедрения и использования инноваций в процессе разработки и реализации турпродукта.

ЮНВТО имеет Деловой совет, объединяющий около 350 различных организаций — присоединившихся членов ЮНВТО. Для получения статуса присоединившегося члена требуется официальная поддержка той страны, на территории которой находится штаб-квартира кандидата. Присоединившимися членами являются организации и компании, непосредственно работающие в сфере туризма и путешествий или в смежных отраслях (транспортные компании, банковские и страховые учреждения, издательские дома, учебные заведения) [3].

Большая заслуга Всемирной туристской организации в том, что она стала инициатором и разработчиком двух базовых инноваций — принципа устойчивого развития и системы оценки экономического значения туризма.

Инновации — это не только технологии, но и различные мероприятия. Важно ежемесячно вручать разные призы и премии. Туристическая отрасль не является исключением. В современном бизнесе одной из главных составляющих успеха считается хорошая, неординарная и свежая идея. Так было и двести лет назад, так будет и в любом сезоне.

Инновации — это не только технологии, но и привлекательные и легкие в исполнении идеи. Кроме этого не стоит забывать и о рекламных новшествах, которые будут всегда привлекать любых потребителей.

Нужно всегда помнить о том, что любая инновация — это риск. Но для того, чтобы удерживать лидирующие позиции и всегда быть востребованным, необходимо стремиться за всеми новыми технологиями и всегда быть готовым придумать что-то свое.

Литература

1. Новиков, В. С. Инновации в туризме — М.: Академия, 2007 — 208 с.
2. Афонин, И. В. Инновационный менеджмент — М.: Гардарика, 2005 — 224 с.
3. Севастьянова, С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие — М.: КноРус, 2007 — 256 с.
4. World Tourism Organization UNWTO [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://unwto.org/ru>.

Березинский биосферный заповедник как объект экотуризма

*Глебо А. К., студ. III к. БГУ,
науч. рук. Решетников Д. Г.,
канд. геогр. наук, доц.*

Согласно Национальной программе развития туризма Республики Беларусь, одним из приоритетных видов внутреннего и въездного туризма является экологический туризм, имеющий значительный ресурсный потенциал и пользующийся спросом на мировом туристическом рынке. Одним из ключевых объектов экологического туризма международного значения является Березинский биосферный заповедник, который был создан с целью сохранения типичных и уникальных природно-ландшафтных комплексов подзоны широколиственно-еловых подтаежных лесов, изучения в них естественных процессов и явлений, а также организации экологического просвещения.

Березинский заповедник был основан 31 января 1925 г. Расположен на севере республики в Белорусском Поозерье, на территории Лепельского, Докшицкого районов Витебской области и Борисовского района Минской области. Административно-хозяйственный центр заповедника находится в п. Домжерицы Лепельского района Витебской области. Площадь ГПУ «Березинский биосферный заповедник» — 85149 га. Территория включает 7 лесничеств, ЭЛОХ «Барсуки» площадью 29264 га и охотхозяйство «Березина» площадью 16000 га. Статус государственного заповедника имеет с 1959 г., а в 1979 г. получил статус международного заповедника [1].

На территории заповедника создана достаточно развитая инфраструктура, которая включает в себя гостиничные комплексы «Плавно» (10 мест) и «Сергуч» (54 места), гостевые домики «Шалаш» и «Нивки», коттеджи на озерах Домжерицкое и Ольшица. Наиболее высокий уровень загрузки го-