

Инновации в деятельности туристических предприятий Беларуси

*Павленкова А. М., Парамонова Ю. В., студ., III к. БГУ,
науч. рук. преп. Лукашук Н. А.*

На рынке туристских услуг конкурентоспособность предприятий связана с умением разрабатывать и предлагать инновации в соответствии с новыми тенденциями в спросе на турпродукт. Инновация в туризме предполагает выработку оригинального подхода, разработку новых путей использования существующих ресурсов при одновременных поисках развития новых ресурсов. Нами была предложена следующая классификация видов инноваций, существующих в туристической деятельности предприятий Республики Беларусь:

1. Инновация продукта — внедрение на туристский рынок нового продукта (тура, услуги, товара). Примером инновации продукта на белорусском рынке туристских услуг может служить предложение компании «Беларустурист» «Новый год 2012 с Беларустурист», которое включает серию ярких новогодних праздников в крупных городах Беларуси [2]. Интересное предложение, которое также можно считать инновацией продукта, выдвинул туристический центр «Дортур» — «Новогодний экспресс в Беловежскую Пущу к Деду Морозу». Это увлекательное путешествие поездом в беспересадочном плацкартном вагоне в Национальный парк «Беловежская пуща» с насыщенной экскурсионной программой и подарками.

2. Инновации процесса предполагают внедрение новых или существенно улучшенных технологий в процесс оказания услуги. Желаям улучшить свои знания английского языка компания «**Fantasy Tours**» **предлагает с помощью программы «skype»** в режиме онлайн уроки разговорного и делового английского с преподавателями — носителями языка с выдачей сертификата. Рекламное агентство «**Minicards Minsk**» **разработало приложение для мобильных телефонов**, с помощью которого можно просматривать брошюры с информацией о туристических дестинациях Беларуси, о пунктах питания и размещения во всех городах Беларуси.

3. Маркетинговые инновации — развитие новых маркетинговых подходов с усовершенствованием в ценообразовании, продвижении, оплате турпродукта. Такие туристические предприятия, как «Ростинг» и «Натали Турс» предлагают своим постоянным клиентам дисконтные карты. А туроператор по Польше «**Mazurkas Travel**»: **Krakow city map** — карту-буклет города Кракова с указанием туристских достопримечательностей, которая на обратной стороне содержит купоны на скидки при посещении ресторанов, баров и ночных клубов. Крупная авиакомпания «**AirBaltic**» использует целый комплекс маркетинговых инноваций таких, как развлечения на борту, скидки для юных пассажиров рейсов, накопительная система баллов и т. д. [2]. Примером маркетинговых инноваций может

служить также продукт УО «GlobalSim» — единая международная сим карта доступного роуминга, которая поддерживает широкий спектр услуг, таких как «живой перевод», «персональный ассистент», «навигатор».

4. Инновации в логистике — это новые решения в системах снабжения, распределения, доставки, в том числе туристов. Примером инновации в логистике служит недавнее сотрудничество туроператора TezTour и испанской авиакомпании Spainair, которое облегчит стыковки между российскими и европейскими рейсами в терминале T-1 аэропорта Барселоны [2].

Концептуальные инновации — создание новых концепций туризма, турслуг, и реализация их в новых форматах обслуживания, удовлетворяющих потребности туристов. Новое предложение от НП «Беловежская пуца» — «Фото-сафари» — яркий тому пример. Отныне любой турист, вооружившись камерой, может провести фотоохоту на пушанских животных.

Институциональные инновации — формируют новые правила и системы правового регулирования деятельности в туризме; создают новые системы и формы сотрудничества между администрацией, частным сектором и общественностью в туристских регионах. Примером служит Указ № 431 от 23 сентября 2011 «О некоторых мерах по совершенствованию отношений в области изъятия, предоставления и использования земельных участков» [1]. В соответствии с этим указом получить землю для строительства объектов придорожного сервиса станет проще.

Отметим, что представленная классификация детализирует процессные инновации для сферы туризма, выделяя отдельно маркетинговые, логистические, концептуальные, институциональные, чтобы подчеркнуть специфику сферы туризма.

Таким образом, инновации — неотъемлемое условие развития туризма. Управление инновациями, внедрение их на практике с целью развития туризма является одним из самых важных вопросов в области экономики туризма.

Литература

1. Указ № 431 от 23 сентября 2011 г. О некоторых мерах по совершенствованию отношений в области изъятия, предоставления и использования земельных участков//Официальный интернет — портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа: <http://www.president.gov.by/press61693.html>. — Дата доступа: 15.11.2011.

2. Шаткевич, А. «Турбизнес-2011»: зимний сезон открыт! / А. Шаткевич // Туристический портал Беларуси holiday.by [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа: <http://www.holiday.by/blog/384>. — Дата доступа: 15.11.2011.