

**И.Н. Малашук, А.А. Носова**Бобруйский филиал Белорусского государственного экономического университета,  
[ira.malashuck@yandex.ru](mailto:ira.malashuck@yandex.ru), [bynastya@tut.by](mailto:bynastya@tut.by)

В условиях постиндустриального общества туризм является одной из ведущих и наиболее динамичных отраслей экономики, и за быстрые темпы он признан экономическим феноменом столетия. Для 38% государств туризм – главный источник дохода, а для 83% стран туризм является одним из пяти основных источников дохода.

Инновации в туризме следует рассматривать как системные мероприятия, имеющие качественную новизну и приводящие к позитивным сдвигам, обеспечивающим устойчивое функционирование и развитие отрасли в регионе.

В современном туризме инновация не является чем-то случайным: внедрение новых технологий, появление новых продуктов является запрограммированным процессом и обязательным условием выживания на рынке. Радикальные изменения стали заметны с появлением новых информационных и коммуникационных технологий (НИКТ), которые оказали громадное воздействие на туристическую отрасль. Становление этих технологий повлияло на появление новых форм производства туристического продукта, а также новых организационных структур туристических предприятий. На сегодняшний день даже страны с давними традициями в туризме сталкиваются с острой необходимостью внедрения новых подходов. Отрасль в целом и туристические предприятия в частности находятся под огромным давлением конкурентной борьбы. Даже традиционные рынки вступили в конкуренцию с вновь открывающимися для туристов.

Говоря о перспективах развития рынка туристических услуг, необходимо подчеркнуть значимость Национальной программы развития туризма на 2006 – 2010, 2011 – 2015 и 2016 – 2020 гг. [1], где значительное внимание уделено инновационным процессам в современной туристической индустрии. В основу формирования концепции развития туризма вошли такие направления, как кадровая политика; научное обеспечение туристической сферы; развитие гостиничного хозяйства; объектов туризма; различных объектов инфраструктуры; совершенствование системы подготовки кадров в сфере туризма; создание конкурентоспособных туров и туристических маршрутов; продвижение национальных туров и экскурсий по Беларуси на мировом и внутреннем туристических рынках; повышение качества туристических и сопутствующих услуг, их реализация по конкурентным ценам, конкурентное продвижение и т.д.

Однако по-прежнему неизменными остаются некоторые факторы, сдерживающие развитие въездного туризма в Республике Беларусь:

- неразвитая туристская инфраструктура, малое количество гостиничных средств размещения туристского класса (двух-, трехзвездочных) с современным уровнем комфорта;
- отсутствие практики создания субъектами хозяйствования Республики Беларусь благоприятных условий для инвестиций в средства размещения туристов и иную туристскую инфраструктуру;
- невысокое качество обслуживания во всех секторах туристской индустрии из-за низкого уровня подготовки кадров и отсутствия опыта в условиях рыночной экономики;
- несоответствие цены и качества размещения в гостиницах.

Претерпел изменение действующий порядок выдачи белорусских виз гражданам иностранных государств, безопасных в миграционном отношении: для граждан 80 стран введен 5-дневный безвизовый режим пребывания в Республике Беларусь, что с момента принятия данного закона имеет положительные результаты: за несколько месяцев нашу страну в безвизовом режиме посетило более пятисот тысяч иностранных граждан. Так наша страна становится более доступной и открытой для иностранных туристов.

Национальное агентство по туризму Республики Беларусь подвело итоги ушедшего года и поделилось планами на 2017-й год. В качестве основных достижений необходимо отметить создание странового сайта Республики Беларусь, съемки промороликов о стране, проведение конкурса «Познай Беларусь», участие в международных туристических выставках. По словам Елены Лихимович, заместителя директора Нацагентства по туризму, в 2016-м году Беларусь была представлена на двух туристических выставках в Москве, выставках в Тель-Авиве, в Пекине, Баку, Тбилиси, Варшаве и Лондоне. На выставке в Тель-Авиве использовался рекламный слоган «Терра инкогнита в центре Европы». Очевидно, что Беларусь уже узнаваема в определенных регионах. В Москве, где Республика Беларусь хорошо известна, на выставке «Турбизнес» выставочный стенд был оформлен в виде вытинанки, внимание посетителей привлекала инсталляция аиста, парившего над экспонентами. Эта же тема была использована и на выставке в Лондоне. Позиционировали Беларусь как страну, в которой можно возродиться, найти новое место своего рождения – посетителям стенда вручали стилизованное свидетельство о рождении в Республике Беларусь. Это был символ отправной точки, после которой стоит посетить страну [2]. Кроме того, в 2016-м году было организовано 10 презентаций Беларуси за рубежом, 5 инфотуров, в которых приняли участие информационные агентства СНГ, СМИ России, туроператоры из ОАЭ, Израиля, России. Итогом пресстур для французских фотографов станет выставка фоторабот о Беларуси в Версале, которая будет организована при поддержке Посольства Республики Беларусь во Франции.

Национальное агентство по туризму Республики Беларусь планирует участие в выставках по MICE-туризму, а также посещение выставок во Франкфурте и Барселоне. Одна из главных новостей – в 2017-м году национальный стенд Беларуси снова появится на международной выставке ITB BERLIN 2017, одной из крупнейших туристических выставок в мире.

Приоритетными направлениями для продвижения белорусского турпродукта будут Россия, Израиль, Прибалтика. Впервые в инфотур в 2017-м приедут представители Канады и США. Ожидает Нацагентство приезда британского журналиста Найджела Робертса, который по итогам поездки подготовит путеводитель по Беларуси.

С целью продвижения туристических услуг за пределы страны создан сайт [belarus.travel](http://belarus.travel), на котором создаются страницы для разных целевых аудиторий. Кроме того, Нацагентство обновило сайт [belarustourism.by](http://belarustourism.by), который рассчитан на профессионалов области туризма.

Также в 2016 г. были сняты новые видеоролики, которые будут демонстрироваться на международных туристических выставках и презентациях за рубежом. Первый ролик «Звыш за чаканне» рассчитан на широкую аудиторию, его продолжительность – 5 минут. Снят студией VARVIS Production. Существуют также короткие 30-секундные тематические версии этого ролика: о людях, природе, истории, военно-историческом туризме и т.д. Второй ролик посвящен религиозному туризму и рассчитан на еврейскую аудиторию – паломников и сторонников ностальгического туризма. Автор ролика – Алексей Ракович.

При этом Национальное агентство по туризму пересмотрело концепцию и дизайн выпускаемой рекламно-печатной продукции. На восьми языках изданы две брошюры: «Найди свою Беларусь» и «100 вещей, которые нужно сделать в Беларуси».

Новое звучание приобретает конкурс «Познай Беларусь». В 2017 г. итоги конкурса будут подведены 8 декабря.

При осуществлении столь интенсивного инновационного продвижения туристических услуг на международный рынок самыми перспективными направлениями развития туризма в Беларуси могут быть MICE, медицинский, гастрономический туризм, направление квест-туров [2].

Анализируя современное состояние инновационного продвижения туристических услуг, необходимо отметить, что имеют место положительные тенденции формирования туристического имиджа страны, при реализации концепции маркетинга в сфере оказания туристических услуг четко прослеживается сбалансированность трех основных факторов: стремление к получению прибыли, учёт покупательских потребностей и интересов общества.

#### **Список использованных источников:**

1. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2016–2020 гг. [Электронный ресурс] – Минск, 2016. – Режим доступа: <http://www.tio.by>. – Дата доступа: 26.02.2017.
2. Нацагентство по туризму Беларуси подвело итоги 2016 года. [Электронный ресурс] – Минск, 2017. – Режим доступа: [dt.by](http://dt.by). – Дата доступа: 26.02.2017.