

УДК 338.467.6

А.А. Черкасов¹, И.Г. Черкасова²¹аспирант 3 года обучения каф. инновационного менеджмента

Белорусского государственного университета

²магистрант 2 года обучения каф. туризма и страноведения

Брестского государственного университета имени А.С. Пушкина

**ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Проведена оценка роли сферы туризма в экономике Республики Беларусь. Изучен туристический потенциал на основе анализа структуры историко-культурных ценностей Республики Беларусь. Исследована динамика развития отечественного рынка мобильных технологий. Предложен один из способов интеграции мобильных технологий в сферу туризма Республики Беларусь.

Введение

Согласно постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 12.05.2016 № 372 «О приоритетных видах деятельности (секторах экономики) для осуществления инвестиций и признании утратившим силу постановления Совета Министров Республики Беларусь от 26 февраля 2014 г. № 197», сфера туризма является одной из приоритетных отраслей развития Республики Беларусь. Ей уделяется значительное внимание на государственном уровне, создаются благоприятные условия для государственно-частного партнерства. В частности, для координации действий между организациями, оказывающими туристические услуги, и органами власти, а так же с целью формирования и развития современного конкурентоспособного туристического комплекса, увеличения вклада туризма в развитие национальной экономики была создана и принята постановлением Совета Министров Республики Беларусь Государственная программа на 2016 – 2020 гг. «Беларусь гостеприимная». Данная программа ставит своей целью развитие сферы туризма и гостеприимства и состоит из двух подпрограмм: первая – «Кадровое, научное и учебно-методическое обеспечение в сфере туризма» и вторая – «Маркетинг туристических услуг». В задачи подпрограммы 2 входят:

- 1) формирование многоуровневой системы продвижения туристических услуг;
- 2) развитие информационной системы комплексной поддержки внутреннего и въездного туризма[1].

Цель данного исследования – разработка рекомендаций по подготовке и внедрению в систему продвижения туристических услуг инновационных технологий с учетом тенденции роста потребления услуг связи населением.

При оценке эффективности сферы туризма Республики Беларусь следует обратить внимание на мировые показатели. Так, по данным Всемирного совета по туризму и путешествиям, вклад отрасли в мировой ВВП приближается к 10% (для сравнения: химическая промышленность дает 8,6%, автомобильная промышленность 7%). Наряду с прямыми тратами туристов на проживание и транспорт стимулируются многие отрасли: от торговли до сельского хозяйства. Каждое одиннадцатое рабочее место на планете прямо или косвенно зависит от туризма; его доля в мировом экспорте составляет 5,4%, а в экспорте услуг достигает 30%. Число туристов в мире выросло с 25 млн в 1950 г.

Научный руководитель – В.Ф. Байнёв, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента Белорусского государственного университета

до 1,1 млрд в 2014 г. Доходы от туризма увеличились с 2 млрд долл. США в 1950 г. до 1,245 трлн долл. США в 2014 г. По прогнозам Всемирной туристской организации, количество туристов продолжит расти в среднем на 3,3% в год [2].

В то же время в Республике Беларусь доля туризма в ВВП страны составляет 3,3%, а если использовать спутниковый метод, то доля туризма возрастает до 6,4%, однако это ниже среднемировых показателей. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, число иностранных туристов, посетивших нашу страну в 2014 г., составило 276,3 тыс. человек, а число туристов, отправленных по маршрутам тура в пределах Республики Беларусь, в 2014 г. достигло 91,5 тыс. человек. Стоимость туров, оплаченных иностранными туристами, составила 260,4 млрд руб. В итоге выручка от оказания туристических услуг в Республике Беларусь в 2014 г. составила 1 129,6 млрд руб.

Однако Беларусь располагает значительным культурно-историческим потенциалом, что является одной из движущих сил развития сферы туризма и гостеприимства (таблица 1).

Таблица 1. – Материальные объекты наследия, включенные в Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь

	Всего					Из них памятники				
		Всемирного значения	Международного значения	Республиканского значения	Регионального значения	Искусства	Исторические и документальные	Архитектуры и градостроительства	Археологии	Заповедные места
Республика Беларусь	4 729	12	69	598	4 050	116	1 150	1 599	1 860	4
Брестская область	741	2	6	134	598	22	225	331	163	–
Витебская область	888	2	1	77	808	6	254	280	346	2
Гомельская область	844	1	3	32	808	8	278	181	377	–
Гродненская область	684	4	17	125	539	11	93	252	328	–
Минская область	984	2	37	199	745	65	171	434	312	2
Могилевская область	588		5	31	552	4	129	121	334	

Всего на территории Республики Беларусь зарегистрировано 4 729 объектов культурного наследия, которые, в свою очередь, различаются по значимости и видам. По значимости культурное наследие подразделяется на объекты всемирного значения – 12 объектов (0,25%), международного значения – 69 (1,46%), республиканские и региональные: 598 (12,65%) и 4 050 (85,64%) объектов соответственно.

По видам объекты культурного наследия делятся следующим образом: 116 – искусства, на долю которых приходится 2,45%; 1 150 – исторические и документальные (23,32%); 1 599 – архитектуры и градостроительства (33,81%); 1 860 – археологии (39,33%); 4 – заповедные места (0,08%) [3].

В то же время в Республике Беларусь наблюдается тенденция роста потребления услуг связи в целом и мобильного Интернета в частности (таблица 2).

Таблица 2. – Развитие сети передачи данных в Республике Беларусь (2010–2015 гг.) [4]

Показатель	Год					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Охват территории услугами сотовой подвижной электросвязи, %	97,8	98,1	98,2	98,4	97,6	98,1
Число абонентов всех видов передачи данных с выходом в Интернет, тыс.	5 432,2	6 804,8	8 360,5	9 433,1	9 690,8	10 300,1
Число абонентов – физических лиц по беспроводному доступу, тыс.	2 858,0	3 898,7	4 945,5	5 663,6	6 034,2	6 327,7
Число абонентов сети Интернет на 100 человек населения	57	72	88	100	102	108

Такая динамика развития показателей сети передачи данных способствует увеличению индекса информационно-коммуникационных технологий (далее – индекс ИКТ) Республики Беларусь с 6,89 до 7,18, что соответствует 36-й позиции в мировом рейтинге из 167 стран (в 2014 г. – 38-я; в 2013 г. – 41-я; в 2010 г. – 50-я). Кроме того, Беларусь вошла в десятку стран мира по темпу роста индекса развития ИКТ и заняла 1-е место среди стран СНГ по уровню развития ИКТ. Следует отметить, что в докладе Международного союза электросвязи Республика Беларусь относится к числу стран с высоким уровнем развития ИКТ [5]. Это подтверждает и постоянный рост пропускной способности внешних каналов доступа в сеть Интернет (рисунок).

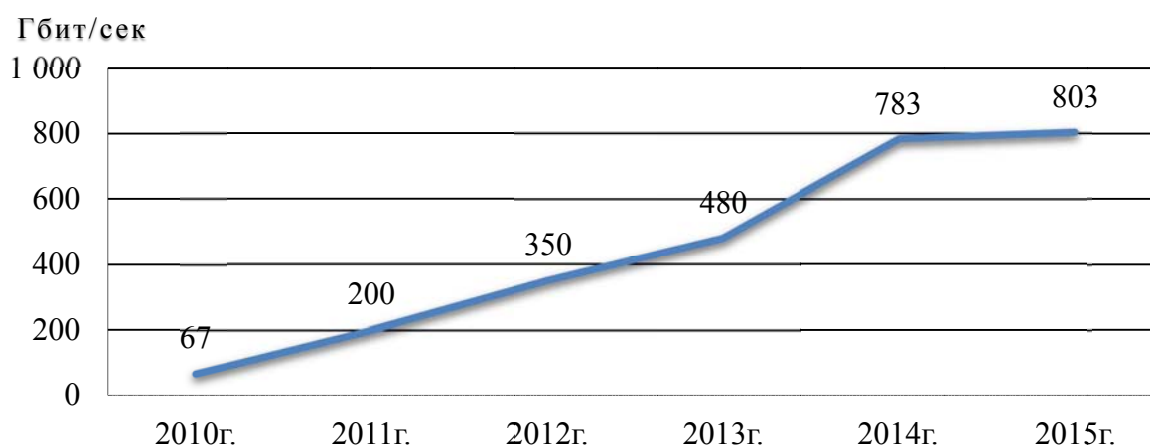


Рисунок. – Пропускная способность внешних каналов доступа в Интернет, Гбит/сек

Учитывая туристический потенциал Республики Беларусь, а также наметившиеся тенденции объединения инновационных технологий и жизни человека целесообразно предложить гипотезу, что эффективным способом продвижения туристических услуг будет симбиоз историко-культурных ценностей Республики Беларусь и пользующихся спросом мобильных технологий. Можно добиться повышения интереса к достопримечательностям, если интегрировать их в сферу мобильных приложений. Одним из вариантов такой интеграции является мобильное приложение-путеводитель.

Можно предложить вариант мобильного приложения-путеводителя, который будет совместим с геолокационными системами и будет способен отображать при определенном приближении к объектам их месторасположение. С учетом особенностей перемещения и плотности историко-культурных ценностей в крупных городах и негородской местности приложение будет оповещать пользователей о нахождении вблизи историко-культурных ценностей на расстоянии полукилометра в городах, в пригородах – на расстоянии 5 километров, а в сельской местности в радиусе 20 километров. После по-

ступления сигнала оповещения на экран смартфона будет выведена краткая информация об объекте, направлении и расстоянии до него. Соответственно, может быть показан кратчайший маршрут с возможностью выбора способа передвижения. После получения уведомления потенциальный турист может либо принять уведомление и следовать к указанному объекту, либо отклонить его и продолжить следовать по своему маршруту. При нахождении туриста вблизи объекта приложение может вывести на экран устройства полную информацию об объекте, а также предложить посетить расположенные неподалеку иные историко-культурные объекты.

Это базовый вариант приложения. Разумеется, его функциональные возможности могут быть увеличены, чтобы максимально учесть пожелания туристов. Вполне возможно добавление функции, которая на виртуальной карте отметит объекты, уже посещенные туристами, а также функции добавления фото- и видеоматериалов, относящихся к посещенному объекту. Кроме того, в приложении следует учесть особенности отдельных историко-культурных ценностей: при посещении мемориальных комплексов, например, Брестской крепости, возможность уменьшать радиус отображения объектов и подавать информацию порционно, в зависимости от перемещения по объекту.

Реализовать это предложение можно в форме как государственного заказа, так и государственно-частного партнерства. Следует учитывать, что белорусский рынок готов к появлению такого продукта, о чем свидетельствует информация от компании МТС – одного из крупнейших мобильных операторов Беларуси, что по состоянию на конец 2015 г. доля смартфонов достигла 38%.

Для установления стоимости разработки описанного приложения был использован метод незавершенной пробной покупки, т.е. компаниям, специализирующимся на Интернет-технологиях, были разосланы электронные письма с его описанием. В результате исследования выяснилось, что средняя стоимость разработки такого приложения обойдется примерно в 150 тыс. долл. США. Данная сумма обусловлена сложностью разработки, большим количеством объектов (4 729), на которые необходимо сформировать базы данных, и значительным объемом информации, а также мультиплатформенность, т.е. приложение должно одинаково эффективно поддерживаться и работать в разных операционных системах и устройствах.

Внедрение данного приложения позволит не только повысить осведомленность туристов о находящихся на территории Республики Беларусь историко-культурных объектах, но и увеличить срок их пребывания, а также будет способствовать повторному путешествию в нашу страну. Срок пребывания иностранных туристов на территории Беларуси в среднем составляет 4–5 дней. Зная выручку от оказания туристических услуг и общее количество туристов за год, можно вычислить средний расход одного туриста в день. По состоянию на 2014 г. данная сумма составляла 94,5 долл. США. Таким образом, при реализации проекта создания мобильного приложения для туристов (без привлечения частного капитала, а только через государственное финансирование) его окупаемость составит 1 588 человеко-дней дополнительного пребывания туристов на территории Республики Беларусь. Однозначно, что этот показатель полностью всех затрат прямым образом не покрывает, однако обеспечит в экономику страны приток денежных средств, который в результате мультипликативного эффекта будет расти.

Данное приложение может быть рекомендовано к установке мобильными операторами при подключении абонентов из других стран. Для его популяризации целесообразно использовать следующие способы продвижения:

- 1) установка рекламных щитов в районах пунктов пропуска через государственную границу Республики Беларусь, на железнодорожных и автовокзалах, в аэропортах;
- 2) размещение информации о данном приложении в печатном виде в журналах и буклетах, адресованных туристам;

3) размещение контекстной рекламы в сети Интернет для потенциальных иностранных туристов, интересующихся турами в Республику Беларусь.

Перечисленные выше способы продвижения являются наименее затратными для государства, т.к. могут быть отнесены к социальной рекламе. Согласно законодательству Республики Беларусь, информация будет являться социальной рекламой при наличии в совокупности следующих обязательных признаков: 1) объектами рекламирования являются права, интересы, обязанности, меры, явления (мероприятия) социального характера, направленные на защиту или удовлетворение общественных и государственных интересов; 2) информация имеет некоммерческий характер; 3) рекламодателем является государственный орган. В соответствии с пунктом 1 ст. 24 Закона Республики Беларусь «О рекламе» социальная реклама размещается (распространяется) на безвозмездной основе.

Таким образом, в случае реализации данного проекта за счет государственных инвестиций основные затраты будут связаны с производством и технической поддержкой мобильного приложения-путеводителя.

Заключение

Туризм является драйвером мировой экономики, а также одним из важнейших направлений развития национальной экономики. В то же время в Республике Беларусь стремительно развиваются инновационные формы связи (мобильная связь и беспроводная передача данных). С учетом такой тенденции в рамках развития туризма можно предложить использование инновационных технологий, которые позволят соответствовать мировому уровню развития новаций. Одним из возможных путей реализации данного направления является создание мобильного приложения-путеводителя, внедрение которого будет способствовать как повышению интереса зарубежных туристов к Республике Беларусь, так и развитию внутреннего туризма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 гг. [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 марта 2016 г., № 232. – Режим доступа: <http://www.government.by/upload/docs/file-68ad1ebe4275085e.PDF>.
2. Туризм больших чисел [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. – 2015. – Режим доступа: <http://kommersant.ru/doc/2821008>. – Дата доступа: 02.10.2016.
3. Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь / склад. В. Я. Абламскі, І. М. Чарняўскі, Ю. А. Барысюк. – Мінск : БЕЛТА, 2009. – 684 с.
4. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2016 / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева (предс.) [и др.]. – Минск, 2016. – 519 с.
5. Анализ состояния рынка услуг передачи данных [Электронный ресурс] / Оперативно-аналитический центр при Президенте Респ. Беларусь. – 2016. – Режим доступа: <http://oac.gov.by/ikt/regulator/analysis.html>. – Дата доступа: 02.10.2016

Рукапіс паступіў у рэдакцыю 12.10.2016

Cherkasov A.A., Cherkasova I.G. Application of Innovative Technologies as a Factor of Tourist Attractiveness of the Republic of Belarus

The evaluation of the role of tourism in the economy of the Republic of Belarus. Studied tourism potential based on an analysis of the Republic of Belarus of historical and cultural values of the structure. The dynamics of the development of the domestic market of mobile technologies. A one way of integrating mobile technologies into the sphere of tourism of the Republic of Belarus.