

УДК 338.48

**О.А. Ковалевич**

аспирантка каф. управления, экономики и финансов  
Брестского государственного технического университета  
e-mail: kavalevka@mail.ru

## ИНВЕСТИЦИИ В ИННОВАЦИИ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

*Рассматриваются основные направления инновационного развития в сфере туристского бизнеса и современные технологии, применяемые в индустрии туризма. Инновации в туризме представляют собой разработку и внедрение нововведений в туристские услуги, продукты или виды туризма. Инновации относятся к таким областям, как информационные технологии, маркетинг, экология, строительство и др. Внедрение новшеств в турпродукт приводит к ускорению социально-экономического развития и улучшает репутацию страны на мировом уровне. Создание благоприятного инвестиционного климата – одно из важных условий для разработки и внедрения инновационных туристских продуктов.*

### Введение

Индустрия туризма в настоящее время – одна из самых привлекательных и динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства. Туристская сфера относится к высокодоходным и быстро окупаемым. По прогнозным оценкам экспертов туристская отрасль и в дальнейшем будет активно развиваться, поэтому все больше внимания уделяется ее формированию и развитию.

Туристская сфера оказывает положительное стимулирующее воздействие на развитие таких отраслей экономики, как индустрия гостеприимства, транспорт, розничная торговля и общественное питание, игровой бизнес, страхование, строительство и др.

С развитием процессов интеграции и глобализации, формированием международных партнерских связей ужесточаются требования, предъявляемые к качеству услуг, в том числе и в сфере туризма. В рассматриваемой отрасли появляются новые туристские объекты, центры, дестинации, услуги и товары, применяются новые технологии, изменяется сама структура отрасли. Жесткие требования потребителей к качеству предоставляемых услуг, желание туристов получить нестандартный продукт стимулируют предприятия на создание и применение инноваций и нововведений в индустрии туризма. В настоящее время повышение конкурентоспособности без использования инноваций невозможно. Применение инновационных продуктов и процессов для фирм, работающих в индустрии туризма, является одним из основных факторов, определяющих их конкурентоспособность.

Целью статьи является определение основных инновационных тенденций в индустрии туризма как фактора конкурентоспособности предприятий рассматриваемой отрасли. Актуальность исследования объясняется быстрым развитием инновационных процессов в туризме.

### Инновации в туризме

В настоящее время более половины мирового ВВП производится в сфере услуг. Индустрия туризма является одной из наиболее доходных отраслей в мировом хозяйстве. По данным Всемирной туристской организации, на отрасль приходится около 7% общего объема мировых инвестиций и около 5% налоговых поступлений [1]. Странам,

---

Научный руководитель – Ю.А. Власюк, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры мировой экономики, маркетинга, инвестиций Брестского государственного технического университета

которые стремятся развивать туризм и повышать экспорт туристских услуг, необходимо не только предоставлять налоговые льготы для предприятий, осуществляющих инновационную деятельность, формировать условия для создания новых продуктов и услуг, внедрения новых технологий в отрасль, но и создавать благоприятные условия для привлечения как внутренних, так и внешних инвестиций.

По степени готовности к созданию и внедрению инноваций выделяют три группы стран: креативные (характерно постоянное производство и внедрение инноваций), адаптивные (характерно внедрение уже разработанных инноваций для усиления конкурентной позиции) и консервативные (не характерно использование инноваций вследствие неразвитости туристского рынка, экономической отсталости и других причин; слабая конкурентная позиция на рынке туристских услуг) [2].

Креативные страны – это не всегда страны с богатым туристским потенциалом. Причины создания инновационных продуктов в туристской деятельности в каждой стране разные. Разработкой инноваций занимаются страны, имеющие ограниченные туристские ресурсы (недостаток культурно-исторических ресурсов), трудности в развитии традиционных видов туризма и другие сдерживающие факторы. Например, Бразилия, имея разнообразные природные (уникальные ландшафты Амазонии) и культурные (всемирно известные карнавалы) достопримечательности, уступает почти вдвое по объему экспорта туристских услуг Гонконгу. В основном для креативных стран характерна благоприятная экономическая ситуация, высокая доля производства услуг в экономике страны, значительные расходы на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР), высокий уровень жизни населения, участие страны в различных международных организациях и соглашениях. Креативные и адаптивные страны стремятся развивать внутренний туризм, сдерживать выездные потоки, предлагая стандартизированные глобальные продукты или уникальные нововведения. Следует отметить, что Беларусь имеет черты как адаптивного участника туристского рынка, так и консервативного [2].

Понятие «инновация» ассоциируется у потребителей с высокотехнологичными средствами, применяемыми предприятиями в своей деятельности. Однако данный термин имеет более широкое значение, применимое в том числе и к туристской отрасли. Положения Генерального соглашения по торговле и услугам определяют три основных вида инноваций:

- 1) организационные инновации (применение новых технологий в управлении, изменение самой структуры предприятия, инновации в кадровой политике и финансовой деятельности);
- 2) маркетинговые инновации;
- 3) продуктовые инновации (изменение потребительских свойств туристских товаров и услуг) [3].

Для организации является важным не только применение инновационных продуктов, но и их правильный, обоснованный выбор в соответствии с инновационной стратегией и существующим инновационным потенциалом. В современных условиях повышение конкурентоспособности многих организаций, работающих в сфере туризма, невозможно без применения нововведений. Туризм, являясь глобальным явлением, характеризуется большой степенью подверженности инновационным процессам, следование которым часто является основным фактором, определяющим конкурентоспособность туристских организаций. Применение инноваций не только привлекает потенциальных потребителей туристских услуг, но также создает благоприятный имидж и формирует круг лояльных потребителей. Сфера применения инноваций в турбизнесе достаточно разнообразна: практическое использование научно-технических разработок, перемены в продукте, процессах, маркетинге, организации и др.

Внедрение инноваций на предприятиях туристической индустрии целесообразно и необходимо, если оно обеспечивает достижение хотя бы одной из следующих целей [4]:

- 1) получение дополнительного дохода;
- 2) уменьшение издержек при производстве новых или улучшенных товаров, оказании усовершенствованных услуг;
- 3) увеличение доли рынка за счет применения инноваций;
- 4) получение конкурентных преимуществ на рынке по сравнению с другими организациями отрасли;
- 5) совершенствование процесса или улучшение качества оказываемых услуг;
- 6) повышение эффективности работы предприятия в целом или отдельных его подразделений.

Следует также выделить препятствия, которые существуют на предприятиях при внедрении новых технологий [4]:

1. Высокая стоимость инновационного товара делает новые технологии недоступными для большинства низкорентабельных предприятий, а также для предприятий малого и среднего бизнеса;
2. Необходимость адаптации предприятия к применению новых технологий влечет дополнительные затраты или приводит к нерациональному использованию продукта без применения специальных знаний. Многие владельцы и управляющие предприятий стремятся к получению дохода с текущей деятельности и не учитывают будущие доходы, которые может принести использование инновационных продуктов.

Инновационная деятельность в сфере туризма может относиться к таким областям, как информационные технологии, маркетинг, экология, строительство, система безопасности и др. Применение инноваций в хозяйственной деятельности позволяет предприятию не только повысить свою конкурентоспособность на рынке туристических услуг, но и развивать внутренний туризм в регионе в целом за счет увеличения спроса на новые виды туристических продуктов.

### **Виды инноваций на предприятиях индустрии туризма**

Туристическая индустрия объединяет предприятия, занимающиеся организацией туристической деятельности на основе полученной лицензии (туристские агентства и операторы), а также включает в себя гостиницы, объекты санаторно-курортного лечения и отдыха, предприятия торговли, питания и транспорта, музеи, театры, казино, парки развлечений, спорткомплексы, аквапарки, ботанические сады, страховые, банковские, информационные организации и др. [4]. Объекты, образующие рассматриваемую сферу, относятся к различным отраслям экономики, в том числе и к туристической.

Предприятия туристической индустрии подразделяются на две группы: основные и дополнительные [5]. Основные предприятия специализируются только на обслуживании туристов (туристские фирмы и предприятия индустрии гостеприимства). Именно инновации, характерные для основных предприятий сферы туризма, будут рассмотрены далее. Однако следует заметить, что инновационные тенденции затрагивают все организации, входящие в индустрию туризма. Для успешного развития всей отрасли должны успешно функционировать и соответствовать определенным стандартам все составляющие туристической инфраструктуры. Можно выделить четыре основных вида инноваций на предприятиях индустрии туризма.

#### **I. Применение новых технологий.**

Применение новой техники и технологий в индустрии туризма предполагает использование современных достижений в области информационных, коммуникационных, электронных технологий, широкое использование сети Интернет, в том числе электронной торговли. В настоящее время путешественники привыкли заказывать турист-

ские продукты (включая транспортные и гостиничные услуги) через Всемирную глобальную сеть. Туристы активно пользуются различными информационными онлайн-службами и системами, где не только содержится информация по вопросам, возникающим у покупателей туристских услуг, но где также можно в режиме реального времени составить индивидуальный маршрут, приобрести и оплатить его. Кроме информационных систем, предназначенных для туристов, также существуют туристские информационные системы, предоставляющие различные специальные сведения для туристских организаций.

Предприятия индустрии гостеприимства также активно используют в своей деятельности новые технологии с целью завоевания клиентов и создания круга лояльных потребителей. К основным информационным инновациям в гостиничной сфере можно отнести систему автоматизированной работы, компьютерную систему бронирования и использование видеогидов. Электронное управление, позволяющее менеджерам более эффективно следить за работой гостиницы, является одной из самых популярных инновационных разработок. Система позволяет создавать единое информационное пространство для всех подразделений гостиничного комплекса, объединять все подразделения в единое целое для организации и контроля работы пользователей и создавать базу, предоставляющую оперативную отчетность в любой момент времени [4].

В настоящее время многие крупные предприятия индустрии гостеприимства в своей работе применяют управляющие автоматизированные системы. С помощью таких систем через Интернет не только сотрудники гостиницы, но и будущие постояльцы могут получать необходимые сведения и актуальную информацию о ее функционировании. Эти системы могут также включать в себя различные дополнительные функции:

- 1) автоматизацию труда работников отдела продаж (планирование встреч, ведение делового календаря и расписания);
- 2) систему работы с клиентами (анализ размещения постояльцев, статистика по персональным данным клиентов, анализ данных по турагентствам);
- 3) программу лояльности (клубные и дисконтные карты, сертификаты);
- 4) управление мероприятиями (планирование загрузки, графики проводимых мероприятий на территории гостиницы) [6].

Также некоторыми предприятиями гостиничного комплекса применяются компьютерные системы, рассылающие информацию клиентам по подписке. Такие технологии в основном применяют гостиницы, работающие сезонно.

Использование электронной системы бронирования существенно влияет на конкурентоспособность гостиниц, повышая их привлекательность и доступность для клиентов возможностью в режиме реального времени получить информацию о наличии свободных мест для размещения в гостинице. Соответственно, такую систему также можно рассматривать и как элемент рекламы.

Электронное бронирование номеров уже давно применяется на практике и является популярным. Данная компьютерная система представляет собой единый управляющий комплекс, позволяющий руководить бронированием в онлайн-режиме по каналу продаж, причем гостиницы стремятся получить доступ сразу к нескольким каналам.

Видеогиды – еще одна инновация в области информационных технологий, которую также можно рассматривать как элемент маркетинга предприятий гостеприимства. Видеогид представляет собой видеоролик, размещенный на специализированном сайте видеогидов и не только. В таких видеороликах, как правило, представлен внешний вид, интерьер гостиницы, номеров. Такие видео облегчают постояльцам поиск и выбор гостиницы для временного проживания.

С перечисленными выше инновациями в области новых технологий турист сталкивается при выборе гостиницы. Существуют и товары отрасли высоких технологий,

применяемые в индустрии гостеприимства, которыми клиент пользуется непосредственно во время проживания в номере: система «умный номер», устройство связи с персоналом или роботизированная техника (робот-бармен, робот-уборщик).

Система «умного номера» по своим функциям схожа с системой «умных» домов, применяемой при строительстве. Такая система распознает голосовые команды, может сообщать проживающему текущую информацию о гостинице («говорящий компьютер»), реагирует на движения с целью создания наиболее комфортных для проживания условий. Инновационные компьютеризированные устройства для связи с персоналом, размещаемые в номерах, оборудованы встроенной технологией синхронного перевода, что позволяет не только связываться с различными обслуживающими подразделениями гостиницы, но и разговаривать при этом на родном языке.

Как правило, гостиницы, оборудовавшие номера различными компьютеризированными устройствами, повышающими комфортность проживания постояльцев, также заботятся и о безопасности своих клиентов. Номера оснащаются не только контролем доступа (система может вести учет рабочего времени сотрудников), но и охранной сигнализацией. Также большое внимание уделяется мерам по противопожарной защите.

В настоящее время существуют гостиницы, созданные по принципу технологии самообслуживания, когда постоялец с помощью сенсорного экрана-гида проходит регистрацию, оплачивает проживание, получает ключи от номера, а также справочную информацию по вопросам проживания.

Сенсорные экраны применяются не только при самообслуживании в гостинице. Такие инновационные разработки популярны в сфере ресторанного бизнеса. Даже в небольшой гостинице, не имеющей ресторана или кафе, есть комната, где постояльцам подают завтрак, обед или ужин. Среди самой популярной техники, используемой в сфере общественного питания, можно выделить:

1) интерактивное меню, встроенное в стол (позволяет ознакомиться с меню, увидеть фото готового блюда и сделать заказ; иногда с помощью электронного меню можно прослушать музыку, посмотреть фотографии; технология популярна не только в гостиницах и ресторанах, но и в казино);

2) планшеты, подключенные к Интернет, размещенные на столах (позволяют не только получить подробную информацию о гостинице, но и выйти в Сеть);

3) дисплеи, размещенные в холле (при размещении нескольких заведений общественного питания на территории гостиницы помогают клиентам определиться с выбором места питания; такие дисплеи используются гостиницами как элемент интерьера; обычно они также показывают информацию, связанную с гостиницей, схему города, карту маршрутов).

Применение инновационных разработок позволяет развивать ресторанный бизнес не только как сопутствующий гостиничному. Ресторан, оснащенный новыми технологиями, будет привлекать клиентов, не только являющихся постояльцами отеля [6].

Оценить рентабельность внедрения и использования автоматизированных программных систем и других продуктов отрасли высоких технологий достаточно сложно. Стоимость даже одной технологии значительная, а эффект от ее использования достигается не сразу. Тем не менее внедрение инновационных технологий позволит гостинице повысить качество и скорость обслуживания клиентов, поднять производительность за счет экономии затрат на обработку информации и оптимизации использования ресурсов, а также максимально эффективно использовать свои основные ресурсы – номерной фонд.

## II. Создание нового туристского продукта.

Создание нового туристского продукта связано с появлением новых услуг, предоставляемых предприятиями индустрии туризма, видов туризма, вовлечением новых

видов ресурсов в создание туристского продукта и его диверсификацией. На смену массовому туризму приходит туризм, отвечающий индивидуальным запросам путешественников. К инновационным туристским продуктам (видам туризма), предлагаемым турфирмами можно отнести:

- «необычный» туризм, когда путешественники знакомятся с паранормальными объектами и явлениями;
- гастрономический туризм;
- фитнес-туризм (позволяет отдохнуть и скорректировать вес и привычки);
- кинотуризм для желающих посетить места, связанные со съемками знаменитых кинокартин;
- инсентив-туризм (выступает как поощрение сотруднику предприятия за хорошую работу);
- бэкпэкер-туризм направлен на максимальную экономию путешественника.

К инновационным ресурсам, использование которых не характерно для туристской отрасли, можно отнести космические корабли, совершая полет на которых можно получить статус одного из первых «космических» туристов.

На сегодняшний день огромную роль в создании новых туристских продуктов и их диверсификации играет мифология туристских ресурсов. Кинематограф является одним из самых эффективных источников привлечения внимания и интереса к различным туристским объектам. После мирового проката фильма «Властелин колец» число туристических поездок в Новую Зеландию возросло на 30%. После выхода на экраны фильма «Хоббит» также наблюдался всплеск интереса к туристическим поездкам на Ближний Восток и в Новую Зеландию. Почти 10% туристов, посетивших Новую Зеландию, говорили, что фильм стал основной причиной выбора данной страны в качестве места для путешествия. Большинство туристов приезжало, чтобы посетить места, где проходили съемки [7]. После выхода саги «Сумерки» значительно выросло число туристов, посетивших Трансильванию (регион Румынии, знаменитый легендой о Дракуле). Город Фокс, где происходили основные события в книге и фильме, также стал популярным среди туристов – поклонников саги. А по мотивам сериала «Секс в большом городе» турфирмы организуют шоп-туры в Нью-Йорк.

Художественная литература также является эффективным источником создания мифологических ресурсов. Всплеск интереса к Великобритании наблюдался после выхода книг о Гарри Поттере, а также после их экранизации. После выхода книг Дэна Брауна «Код да Винчи» и «Ангелы и демоны» (в том числе после экранизации) наблюдался повышенный интерес к туристским ресурсам, описанным в романах. По роману Артура Конан-Дойля «Затерянный мир» были организованы туры в заповедные места в горах Южной Америки на стыке таких стран, как Бразилия, Гайана и Венесуэла. При посещении Шильонского замка, расположенного на берегу Женевского озера, туристы вспоминают одноименную поэму лорда Байрона [7].

Не ослабевает интерес к реальным объектам, изображенным на картинах известных художников. Многие туристы сравнивают современные фотографии с известными картинами: «Вид Тоledo» Эль Греко, пейзажи, изображающие виды города Плес на реке Волга Исаака Левитана, берег Женевского озера на картине Конрада Вица и др.

Формирование мифологии туристских ресурсов – маркетинговый метод привлечения туристов в регион. Если местность не располагает большим разнообразием туристских ресурсов, их можно заменить мифологическими. При специальном создании таких ресурсов проводится большая работа, которая требует значительного количества времени и капиталовложений. Тем не менее итогом такой деятельности является создание бренда, который будет привлекать туристов в долгосрочной перспективе и интерес к которому следует периодически оживлять.

«Дополнительные» услуги, не характерные для основного вида деятельности, предлагают предприятия сферы гостеприимства с целью привлечения клиентов и придания своему предприятию индивидуальности. Среди необычных инновационных услуг, предлагаемых гостиничными сетями своим постояльцам, можно выделить следующие: перевозка багажа от сбора и упаковки до доставки в номер или домой клиенту (осуществляется совместно с компанией по перевозкам грузов); предоставление личных телохранителей; обеспечение круглосуточного питания для домашних животных; предоставление полного набора рыболовного снаряжения и приготовление улова; вышивка на халатах инициалов постояльцев и другие услуги [6].

Удобные и уютные номера, красивая обстановка, современный интерьер, хорошая кухня и другие привычные гостиничные услуги сегодня отходят на второй план. Туристы предпочитают останавливаться в гостиницах, где есть спутниковое телевидение, массажный кабинет с новейшим оборудованием, беспроводной бесплатный Интернет и другие современные удобства. Внедрение таких инноваций – это наиболее эффективное средство для привлечения клиентов и залог успешного и конкурентоспособного состояния гостиницы в будущем.

### III. Создание (строительство) новых туристских объектов.

Создание новых туристских объектов, так же как и создание новых видов туристских услуг, характерно для рассматриваемой индустрии.

Создание новых объектов-дестинаций может происходить на основе мифологизации. К специально созданным и широко известным мифологическим ресурсам можно отнести строительство резиденции Деда Мороза в городе Великий Устюг и в Беловежской пуще, деревни Санта-Клауса в Лапландии. В основе создания некоторых знаменитых туристских объектов – популярные литературные герои. В Лондоне находятся два музея, посвященных знаменитым персонажам. На Бейкер-стрит 221b находится музей Шерлока Холмса. Именно по этому адресу и проживал знаменитый литературный персонаж Артура Конан-Дойля. Также в Лондоне находится музей, посвященный Гарри Поттеру, а на вокзале был установлен номер платформы, с которой уходил поезд в магическую школу в серии одноименных книг. Знаменитые Ромео и Джульетта жили в Вероне. Сейчас в этом городе туристы могут увидеть дворик, где якобы жила девушка, с выходящим на него знаменитым балконом.

Использование образов народных героев, вымышленных персонажей, связанных с конкретным географическим местом, является популярным источником мифологии. Главное требование к таким создаваемым ресурсам – наличие интереса и востребованность у туристов.

К данной группе инноваций также можно отнести строительство новых видов гостиниц: из песка, подводных, ледяных, с применением необычных архитектурных решений. Такие гостиницы существуют в Швеции, России, Франции, США, Японии, Мексике, Испании и в других странах. В Швеции есть гостиница, вся мебель и стены которой сделаны из льда. Во Франции в летний сезон можно остановиться в пузырях из прозрачного эластичного материала, расположенных в сосновом бору. В нескольких странах существуют миниатюрные и мини-отели (представляют собой мини-варианты европейского класса). Следует отметить и бутик-отели – самые дорогие и запоминающиеся гостиницы [4].

### IV. Применение экологических технологий.

Если турфирмы предлагают экотуризм и агротуризм, то предприятия индустрии гостеприимства в своей деятельности уделяют все большее внимание экологичности. Многие отели класса «люкс» участвуют в различных международных программах охраны окружающей среды. Экологичность технологий заключается не только в применении различных экологически чистых средств и материалов при создании и функциони-

ровании гостиницы, но и в уменьшении объемов потребления энергии (например, посредством использования светодиодных ламп), проведении семинаров с участием профессиональных биологов. Иногда энергосбережение заложено в применяемых электронных системах: благодаря датчику замка при выходе из номера может автоматически отключаться освещение и электроприборы, оставленные включенными; при выписке гостя через автоматизированную систему в номере может производиться отключение кондиционирования (или его регулировка в зависимости от того, кто вошел в номер).

Инновационное развитие в сфере туризма происходит одновременно по нескольким направлениям. Менеджеры и владельцы предприятий рассматриваемой сферы исходя из различных факторов выбирают, какие нововведения использовать в деятельности организаций. Например, на лояльность постояльца гостиницы могут повлиять даже простые мелочи, которые подчеркивают особое внимание руководства и персонала к своему гостю.

При рассмотрении основных направлений инновационного развития следует отметить их комплексный характер: современные системы безопасности базируются на электронных технологиях, многие новшества связаны с использованием сети Интернет, а интернет-технологии являются также и рекламным инструментом, позволяющим получить легкий доступ к информации всем желающим. Применяя в своей деятельности инновационные решения, основные предприятия туристской индустрии привлекают и заинтересовывают в применении новшеств и дополнительные предприятия, оказывающие услуги и для местного населения.

К основным сложностям, существующим в процессе внедрения инноваций, можно отнести:

- 1) высокую стоимость инновационных продуктов и технологий;
- 2) дополнительные расходы на обучение персонала;
- 3) нежелание изменений со стороны персонала в существующей работе организации, сложности с применением на практике инноваций;
- 4) медленную окупаемость нововведений.

### **Инвестирование в туризм**

Предприятия индустрии туризма и смежных с ней отраслей обеспечивают работой большое количество людей. Для многих стран, в том числе для мировых лидеров, индустрия туризма является важнейшим направлением экономического развития и одним из основных источников финансовых поступлений [8]. Инвестиции в туризм считаются перспективными вследствие динамичного развития отрасли. По оценкам экспертов, в настоящее время туризм обеспечивает до 12% ВВП, 11% потребительских затрат и 30% услуг мировой экономики [9]. Странам, стремящимся развивать экспорт туристских услуг, в том числе и Беларуси, необходимо и на государственном, и на уровне организаций туристского бизнеса поддерживать инновационные процессы и внедрять в отрасль новшества для повышения ее инвестиционной привлекательности как для внутренних, так и для внешних инвесторов.

Туризм является капиталоемкой отраслью с долгим сроком окупаемости инвестиций. Инвестором в зависимости от масштаба инвестиционного проекта может быть крупная компания или небольшое частное предприятие. Инвестиции в туризм не ограничиваются созданием новых туристских дестинаций. Это также и вложения в инфраструктуру туризма (гостиницы, рестораны, торговые центры, аэропорты, стадионы). Источником финансирования могут выступать предприятия смежных отраслей, задействованных в создании туристского продукта. Например, первоначально инициатором строительства гостиниц были транспортные компании; туроператоры финансируют развитие гостиничных комплексов, с которыми работают [10].

Для создания благоприятного инвестиционного климата государство может предоставлять инвесторам субсидии и налоговые поощрения, льготные займы, создавать специальные службы развития туризма, поддерживать НИОКР, может само выступать в качестве инвестора, привлекать к работе специалистов, имеющих опыт работы по привлечению инвестиций.

Однако не следует забывать и об отрицательном влиянии инвестиций в туризм. Привлекая в отрасль инвестиции, создавая инновационные продукты, необходимо учитывать возможные дополнительные расходы на поддержку окружающей среды вследствие изменения природных ландшафтов. Развитие туризма в регионе не должно приводить к оттоку рабочей силы из традиционных для страны отраслей экономики. В основном это характерно для отраслей с низкой заработной платой, например, для сельского хозяйства. Также следует учитывать, что туризм имеет сезонный характер, поэтому полная зависимость экономики только от этой отрасли нежелательна.

Инвестирование в туризм выгодно не только непосредственным инвесторам, но и государству, потому что приводит к росту занятости и доходов населения, а также поступлений обязательных платежей в бюджет. Развитие рассматриваемой отрасли происходит в разных направлениях, оказывая диверсификационное воздействие на экономику. Туризм также можно рассматривать как один из способов развития депрессивных регионов страны.

### **Заключение**

Индустрия туризма на сегодняшний день – одна из наиболее прибыльных и перспективных сфер экономики. Сфера туризма постоянно развивается и расширяется: изменяются формы и способы предложения услуг, внедряются современные технологии, открываются и осваиваются новые возможности. Предприятия туристской индустрии для повышения конкурентоспособности, создания и поддержания положительной репутации разрабатывают и внедряют инновационные продукты. Применение инновационных разработок в деятельности отдельных предприятий положительно сказывается и на состоянии отрасли в целом. Использование новшеств в туристских продуктах, видах увеличивает потребительский спрос на рынке. В регионе наступает экономический рост и улучшается качество жизни населения.

Туризм для многих развитых стран является одним из основных источников дохода и валютных поступлений. Поэтому странам, которые стремятся развивать туристский бизнес, необходимо оказывать содействие инновационным процессам, способствовать созданию новых туристских продуктов и использованию передовых технологий. Внедрение инноваций может приносить большие доходы предприятию, с одной стороны, но такая деятельность является высоко рискованной с определенными трудностями в прогнозировании, с другой стороны.

В Беларуси в настоящее время проводится работа, направленная на развитие различных видов туризма, совершенствование туристского потенциала и туристских ресурсов и более эффективного их использование. Страна стремится завоевать свою долю на международном рынке туристских услуг, что делает разработку и внедрение туристских инноваций особенно актуальным. В стране можно развивать нетрадиционные виды туризма, нематериальные туристские ресурсы (в том числе и мифологические) для продвижения белорусских туристских дестинаций.

Следует отметить определенные трудности, связанные с процессом внедрения инновационных продуктов. К основным можно отнести высокую стоимость приобретения инновационных технологий, дополнительные затраты на обучение сотрудников работе с новыми технологиями, нежелание изменений в налаженной работе организации и медленную окупаемость инноваций.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Всемирная туристская организация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/en>.
2. Решетников, Д. Г. Инновационный процесс в туризме: международный опыт и возможности для Беларуси / Д. Г. Решетников // Беларусь в современном мире : материалы I Респ. науч. конф., Минск, 22–23 окт. 2002 г. – Минск, 2002. – С. 292–296.
3. Новиков, В. С. Инновации в туризме : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. С. Новиков. – М. : Академия, 2007. – 208 с.
4. Ковалевич, О. А. Инновации в индустрии туризма / О. А. Ковалевич // Вестн. Брест. гос. тех. ун-та. Экономика. – 2016. – № 3 (99). – С. 82–84.
5. Тарасенок, А. И. Геоэкономика туризма : учеб. пособие / А. И. Тарасенок. – Минск : Новое знание ; М. : ИНФРА-М, 2011. – 272 с.
6. Ковалевич, О. А. Инновационные тенденции в сфере гостиничного бизнеса / О. А. Ковалевич // Инновации и инвестиции : сб. науч. ст. – М., 2014. – С. 158–161.
7. Ковалевич, О. А. Мифология туристских ресурсов как способ продвижения туристских дестинаций / О. А. Ковалевич // Сталий розвиток територій: проблеми та шляхи вирішення : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., Дніпропетровськ, 9 жовт. 2015 р. – Дніпропетровськ, 2015. – С. 82–84.
8. Малакшина, Л. Р. Инвестирование инноваций в индустрии туризма / Л. Р. Малакшина // Проблемы современной экономики : материалы II Междунар. науч. конф., Челябинск, окт. 2012 г. – Челябинск, 2012. – С. 205–207.
9. Инвестиции в туризм – выгоды и риски [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prostoinvesticii.com/drugie-investicii/investicii-v-turizm-vygody-i-riski.html>.
10. Романова, М. М. Инвестирование в индустрию туризма в России и других странах [Электронный ресурс] / М. М. Романова // Экономика и современный менеджмент: теория и практика : сб. ст. по материалам XXXIV Междунар. науч.-практ. конф., Новосибирск, 3 февраля 2014 г. – Режим доступа: <http://sibac.info/conf/econom/xxxiv/36784>.

Рукапіс паступіў у рэдакцыю 31.10.2016

**Kovalevich O.A. Investment in Innovation of the Tourism Industry**

*The article analyzes the main directions of innovative development in the sphere of tourist business and modern technologies used in the tourism industry. Innovations in tourism are the development and introduction of innovations in tourist services, products or types of tourism. Innovations include areas such as information technology, marketing, ecology, construction, and others. The introduction of innovations in tourism product leads to the acceleration of socio-economic development and improves the country's reputation in the world. Creating a favorable investment climate is one of the important conditions for the development and implementation of innovative tourism products.*