

СЕКЦИЯ 4

ТРЕНДЫ И ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

А. С. Андреев, К. С. Коробейко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н. В. Шутилина, канд. экон. наук, доцент

ОРГАНИЗАЦИЯ ИВЕНТ-МАРКЕТИНГА В ТУРИЗМЕ

Ивент-маркетинг, или событийный маркетинг, в настоящее время пользуется популярностью за счет того, что города, регионы нуждаются в новых маркетинговых инструментах, и страны вынуждены изобретать новые концепции, полностью отвечающие требованиям современной целевой аудитории. Ивент-маркетинг используется для продвижения того или иного объекта, продукции, территории с помощью различных событий: фестивалей, ярмарок, грандиозных праздников или презентаций национального продукта. Исходя из характеристик продукта организуются события.

События — важнейший мотивирующий фактор в туризме. Они заметно влияют на развитие, маркетинговые планы и конкурентоспособность большинства туристских территорий. Главная задача — разработать стратегию продвижения продукции как внутри страны, так и за ее пределами и с каждым годом совершенствовать имеющуюся технологию, адаптировать ее под социально-экономические условия. Эффективное продвижение национального продукта через туризм не только помогает популяризировать уникальные культурные богатства страны, но и способствует развитию местной экономики, сохранению традиций и стимулирует туристический поток.

Республика Беларусь уже очень долгое время организует различные ярмарки и выставки в сфере туризма и промышленности. Так, 10–12 апреля 2025 г. пройдет 27-я Международная выставка-ярмарка туристических услуг «ОТДЫХ-2025». Тут можно будет встретиться с представителями различных международных ассоциаций, организациями найти новых клиентов и партнеров и узнать о современных трендах туристической индустрии на мероприятиях программы выставки. Данная бизнес-площадка эффективна для рекламы туристических маршрутов, новых туров, встреч со старыми партнерами, налаживания новых деловых контактов.

Основная особенность таких мероприятий — быстрая узнаваемость о продукте и организации. Поэтому необходимо участвовать в различных выставках, как национальных, так и международных.

Республика Беларусь принимала участие в Китайской Международной выставке туризма и путешествий «СОТТМ 2024». По итогам выставки можно сказать, что белорусская продукция впечатлила многих посетителей, в особенности санаторно-оздоровительное направление, были подписаны соглашения о сотрудничестве с Белорусско-Китайским центром культуры и развития, что помогает продвигать туристический продукт в ближайшем будущем.

Ивент-маркетинг необходим для продвижения продукта не только внутри страны, но и на международный уровень. Новая продукция, которая высоко ценится за рубежом, позволяет привлечь новую аудиторию, показывая родину этого продукта. Это способствует улучшению инфраструктуры в тех местах, где ожидаются представления национального продукта.

Источники

1. Событийный маркетинг // SendPulse. — URL: <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/event-marketing> (дата обращения: 12.03.2024).
2. ОТДЫХ-2025 : 27-я Международная выставка-ярмарка туристических услуг : [сайт]. — URL: <https://tourexpo.by> (дата обращения: 14.03.2024).
3. Итоги Китайской Международной выставки туризма и путешествий СОТТМ // Официальный сайт о туризме в Беларуси. — URL: <https://www.belarustourism.by/news/itogi-kitayskoj-mezhdunarodnoy-vystavki-turizma-i-puteshestviy-cottm/> (дата обращения: 16.03.2024).

У. А. Анисенко, В. А. Соц
БГУФК (Минск)

Научный руководитель — А. А. Варвашеня, канд. экон. наук

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Современные технологии существенно меняют принципы управления в организациях туристической индустрии, делая его более эффективным и ориентированным на конкретные данные. Обсуждаются инновационные технологии, такие как искусственный интеллект, большие данные, блокчейн и Интернет вещей, которые трансформируют традиционные управленческие подходы, открывают новые возможности. В условиях цифровой трансформации менеджмент становится ключевой областью внедрения современных технологий. Динамика рынков и глобализация требуют от туристических компаний быстрой адаптации, поэтому важны оперативный анализ данных и автоматизация процессов. Сложность управления возрастает,