

дания адресных, персонализированных продуктов во многом сгенерированы происходящей в настоящее время цифровой трансформацией индустрии гостеприимства. Использование цифровых технологий позволяет компаниям совершенствовать свои клиентские базы, собирать больше данных о реальных и потенциальных клиентах через различные источники, преобразовывать эти данные в знания и предлагать продукты, соответствующие потребительским ожиданиям.

Эффективным инструментом для создания качественного клиентского сервиса становится омниканальность — взаимная интеграция разрозненных каналов коммуникации в единую систему для обеспечения непрерывной коммуникации с клиентом. Цель омниканальной стратегии — собрать больше данных из всех каналов и использовать их для улучшения клиентского сервиса.

В настоящее время процесс обслуживания в исследуемом секторе экономики должен базироваться на принципе «здесь и сейчас». Оперативность решения задач клиента, быстрое и результативное реагирование на его запросы становится ключевой составляющей эффективного клиентского сервиса.

К 2025 г. 40 % потребителей услуг будут составлять представители поколения Z, которые сформируют спрос и на туристическом рынке. Развитие клиентского сервиса индустрии гостеприимства будет связано с формированием новых форматов обслуживания с учетом запросов нового поколения потребителей. Характерной спецификой спроса с их стороны является то, что они чаще делают выбор не в пользу материальных вещей и утилитарных функций, а эмоций и впечатлений, что в сфере туризма и отдыха находит свое выражение в стремлении к активному времяпрепровождению (фестивали, необычные виды спорта, фитнес на свежем воздухе, квесты и др.). Для клиентов поколения Z клиентский сервис — это когда им интересно, а один из способов построения эмоциональной связи с ними — вовлечение в игру (геймификация). Для того чтобы вовлечь эту аудиторию, нужно дать ей новые позитивные переживания и ощущения, использовать нестандартные средства event-маркетинга.

В контексте происходящих изменений в подходах к обслуживанию клиентов сферы гостеприимства производители услуг в ближайшее время столкнутся с необходимостью персонализации клиентских запросов, формирования омниканальных коммуникаций, разработки особых условий предложения с учетом возрастных особенностей поведения потребителей.

<http://bseu.by/>

*Е.М. Янкевич, аспирант
yankevich_em@mail.ru
БГЭУ (Минск)*

РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗОВАННОГО ТУРИЗМА В ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ

Государственная политика Республики Беларусь направлена на региональное развитие. Это обуславливает использование различных ресурсов на местах, активизирует предпринимательскую деятельность, способствует развитию объектов общественного питания, средств размещения и совершенствует инфраструктуру региона, что приведет в свою очередь к росту других социально-экономических показателей, привлекательности территории для туризма и проживания. Целью исследования является оценка динамики организованных туристических потоков в Республике Беларусь и Витебской области.

Нами исследованы показатели организованного туризма по численности турпотоков в Витебской области и Республике Беларусь (табл. 1, 2).

Как показывают данные табл. 1, за 2016–2019 гг. наблюдается рост численности организованных туристов и экскурсантов в Витебской области. В 2019 г. организованный

Таблица 1 — Динамика и структура численности организованных туристов и экскурсантов по видам туризма в Витебской области за 2016–2019 гг.

Вид туризма	2016 г.		2017 г.		2018 г.		2019 г.		Изменение, 2019/2018 гг.	
	чел.	уд. вес	чел.	уд. вес	чел.	уд. вес	чел.	уд. вес	(+, –)	%
Въездной	34 111	20,6	37 280	19,8	37 625	19,0	33 959	16,4	–3666	0,90
Выездной	36 037	21,7	48 822	25,9	63 771	32,2	72 400	34,9	+8629	113,5
Внутренний	95 616	57,7	102 188	54,3	96 481	48,8	101 020	48,7	+4539	104,7
Итого	165 764	100	188 290	100	197 877	100	207 379	100	+9502	104,8

Источник: составлено автором на основании [1].

туристический поток увеличился на 9502 чел., или на 4,8 %. Данное увеличение сопровождается ростом въездного туризма на 13,5 % и снижением показателя численности въездного туризма на 10 %, что противоречит программе развития туризма, которой предусмотрено увеличение въездного и внутреннего туризма. Удельный вес внутреннего и въездного туризма снижается, а выездного — возрастает.

Таблица 2 — Динамика и структура численности организованных туристов и экскурсантов по видам туризма в Республике Беларусь за 2016–2019 гг.

Вид туризма	2016 г.		2017 г.		2018 г.		2019 г.		Изменение, 2019/2018 гг.	
	тыс. чел.	уд. вес	тыс. чел.	уд. вес	тыс. чел.	уд. вес	тыс. чел.	уд. вес	(+, –)	%
Въездной	217,4	12,7	282,7	14,2	365,5	16,4	405,5	16,3	+40,0	110,9
Выездной	495,7	28,9	727,5	36,6	850,7	38,3	982,9	39,4	+1322,0	115,5
Внутренний	1001,8	58,4	976,8	49,2	1007,8	45,3	1106,9	44,3	+99,1	109,8
Итого	1714,9	100	1987,0	100	2224,0	100	2495,3	100	+271,3	112,2

Источник: составлено автором на основании [1].

Данные табл. 2 показывают положительную тенденцию в динамике численности организованных туристов и экскурсантов в Республике Беларусь. Причем за последние два года прирост составил 12,2 %, или 271,3 тыс. чел. По республике за 2016–2019 гг. удельный вес въездного и выездного видов туризма постепенно увеличивается, а внутреннего — несколько снижается.

Сравнение динамики туристических потоков Республики Беларусь и Витебской области показал, что за четыре года численность туристов по Республике Беларусь растет большими темпами, чем в Витебской области (145,5 и 125,1 % соответственно). В дальнейших исследованиях будут детализированы показатели развития туризма в регионах Витебской области и указаны причины снижения привлекательности территории.

Итак, оценка численности организованных туристических потоков Беларуси и Витебской области показала значительный прирост численности туристов и экскурсантов за период 2016–2019 гг. Однако в Витебской области снизился показатель въездного туризма, что может указывать на снижение привлекательности территории или недостаточное развитие туристическо-рекреационного комплекса. Темпы роста выездных потоков и в Беларуси и Витебской области высокие, что может быть вызвано ростом доходов населения и уровнем благосостояния.

Источник

1. Развитие туризма, деятельность туристических организаций, коллективных средств размещения Республики Беларусь за 2019 год [Электронный ресурс] : стат. бюл. // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/>. — Дата доступа: 05.03.2020.