

кларном видеоклипе при помощи визуализации должно быть продемонстрировано удовлетворение таких туристических потребностей, как безопасность путешествия, доступность въезда в страну, творческое развитие, потрясающие виды.

Такая форма продвижения туристических продуктов, как work-shop эффективно действует на локальных рынках, позволяет работать точно с целевой аудиторией. Обычно организаторы подобных мероприятий — национальные туристические офисы. Локальный маркетинг, которому способствует work-shop, позволяет решить ряд задач: показать возможности конкретного регионального туристского рынка; проводить рекламные акции страны; проводить маркетинговые исследования; определить спрос на конкретные туристские продукты и услуги.

Организация рекламных и пресс-туров по Беларуси — это также мощное и эффективное пиар-средство, в рамках которого потребители получают информацию от первого лица.

Таким образом, для страны необходима эффективная рекламная концепция. По нашему мнению, реклама должна быть тщательно проработанной как в плоскости маркетинговых коммуникаций, так и в аспектах социально-психологического влияния на целевые аудитории.

<http://edoc.bseu.by>

А.А. Дудинская
ГрГУ им. Я. Купалы (Гродно)
Научный руководитель — Т.Н. Боярчук

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

В современном мире постоянно возрастает актуальность использования инновационных технологий, без которых невозможно повысить конкурентоспособность туристической отрасли экономики. Система общественного питания является одной из значимых услуг в системе туристического обслуживания, что позволяет путешествующим приобщиться к национальным традициям и культуре народов. Предоставляемые услуги общественного питания в туризме постоянно развиваются и совершенствуются. Для удержания постоянных клиентов и привлечения новых гостей владельцам предприятий питания необходимо обращаться к системе внедрения инноваций. От того, какой уровень сервиса посетители получают при посещении кафе, баров, ресторанов, во многом зависит общее впечатление туристов от путешествия. При выборе заведения посетители прежде всего обращают внимание на кулинарную специализацию, количество и качество предоставляемых услуг, уровень сервиса, а также соотношение цены и качества. Особые требования к питанию предъявляются для так

называемых гастрономических туров, где должна присутствовать национальная кухня с известными изысканными или экзотическими блюдами и напитками.

Развитие сферы услуг, рост конкуренции, а также востребованность развития туристического потенциала привели к поиску новых форм и технологий обслуживания в системе общественного питания, а также широкому использованию современных инноваций в области информационных технологий в маркетинге предоставляемых услуг и обслуживании клиентов. В частности, широкое применение в использовании информационных технологий отводится глобальной сети Интернет. Предприятия общественного питания применяют в своей деятельности такие интернет-услуги, как бронирование столиков on-line, размещение специальных предложений, визуализация меню с фото или видео, что позволяет потребителям сократить время выбора и ожидания блюд. Организация работы сайта, приложения для мобильных телефонов и их интеграция с социальными сетями позволяют расширить возможность цитирования предприятия в сети и тем самым повысить посещаемость конкретного предприятия общественного питания. Современные сайты ресторанов хорошо продуманы уникальными дизайнерскими решениями, где размещается интерьер ресторана в 3D-формате, галерея фото и видео-файлов с использованием эмоционального маркетинга. Концептуально новым инновационным решением в бизнесе общепита является применение мобильных терминалов и кухонных видеосистем, что способствует улучшению качества работы на всех этапах производственного процесса [1].

Таким образом, применение инновационных технологий в ресторанном бизнесе позволяет привлечь новых клиентов, увеличить прибыль предприятия и повысить качество предоставляемых услуг общественного питания в обслуживании туристов.

Источник

1. Быстрова, А.А. Инновационные технологии — основа конкурентоспособности предприятий общественного питания / А.А. Быстрова, Е.Е. Ходакова // Молодой ученый. — 2016. — № 11. — С. 289–291.

<http://edoc.bseu.by>

Л.А. Еремей, А.Ю. Костюкевич (Величко)
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — М.В. Пуренок, канд. биол. наук, доцент

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ SPA-, WELLNESS- И FITNESS-ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОЙ БЕЛАРУСИ

Оздоровительный туризм является одним из популярнейших и включает путешествия людей в страны или местности, отличные