

Поскольку новые турпродукты развиваются так же быстро, как и новые технологии, можно привести еще несколько примеров технологий, относящихся к smart-туризму [2]:

- использование социальных сетей и онлайн-систем бронирования, поскольку зачастую, при выборе дестинации, туристы полагаются на отзывы и рейтинги, оставленные в соцсетях и таких сайтах, как Booking.com;

- использование информационных технологий в отелях, например, замена роботами обслуживающего персонала или использование гостем смартфона для открытия номера (такую технологию используют в сети отелей Hilton);

- необычные средства размещения, такие как капсульные отели, которые были придуманы в Японии в 1970-х гг., однако обрели популярность в наше время за счет приемлемых цен и возможности оставаться на короткое время.

Таким образом, smart-туризм — это большой шаг в развитии информационных и коммуникационных технологий в туризме, поскольку он интегрирует общество и помогает правительствам стран развивать сферу туризма, тем самым помогая конкурентоспособность одновременно на рынке как туристских услуг, так и рынке информационных технологий.

### Источники

1. *Кормягина, Н. Н.* Smart-туризм как часть smart-концепции [Электронный ресурс] / Н. Н. Кормягина // Маркетинг и логистика : науч.-практ. журн. — 2017. — № 6 (14). — Режим доступа: <https://marklog.ru/smart-turizm-kak-chast-smart-konceptcii/>. — Дата доступа: 25.11.2020.

2. *Tüzünkan, D.* The Relationship between Innovation and Tourism: The Case of Smart Tourism [Electronic resource] / D. Tüzünkan // Research India Publications. — Mode of access: [https://www.ripublication.com/ijaer17/ijaerv12n23\\_108.pdf](https://www.ripublication.com/ijaer17/ijaerv12n23_108.pdf). — Date of access: 25.11.2020.

3. Smart tourism: foundations and developments [Electronic resource] / U. Gretzel [et al.] // Springer Link. — Mode of access: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12525-015-0196-8#Sec1>. — Date of access: 25.11.2020.

*2-е место по результатам работы секции  
СНИЛ «Тураналитик»*

**О. П. Мусская**  
БГЭУ (Минск)

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

## СЕРТИФИКАЦИЯ БЕЗОПАСНОСТИ В ГОСТИНИЦАХ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

В близких к катастрофическим условиях, с начала коронавируса COVID-19, гостиницы вынуждены «бороться» за существование на

рынке как никогда усерднее. С введением ограничений на передвижение практически во всех странах количество туристов и посещений сократилось до минимума. Залог успеха любого средства размещения «сместился» к тому, чтобы как можно быстрее адаптироваться в условиях всеобщего карантина и будущей неопределенности и сохранить хотя бы некоторый поток гостей. Многие гостиницы начали с внедрения отдельных санитарных мер, что сегодня привело к появлению сертификатов безопасности (сертификатов чистоты), наличие которых в отдельных странах стало обязательным условием ведения бизнеса.

Все известные сегодня программы (системы) сертификации безопасности можно условно подразделить на три группы:

1) государственные программы сертификации (SG Clean в Сингапуре, Clean & Safe в Португалии, We're Good To Go в Великобритании);

2) программы сертификации сетей отелей (Clean Stay в сети Hilton);

3) программы независимых сертифицирующих организаций (совмещение концептов Safety:Security:Sustainability от организации Green Globe).

Примером государственной программы сертификации является турецкая сертификационная программа Safe Tourism Certificate. Сертификат такого уровня разрабатывается местными агентствами по туризму (часто совместно с ассоциацией отельеров) и подтверждает соответствие условий проживания в отеле необходимым мерам безопасности, рекомендованным к соблюдению Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ). Наличие сертификата свидетельствует о том, что была проведена проверка соответствия отеля необходимым нормам соответствующими государственными органами.

Clean Stay в Hilton Worldwide, Four Seasons Lead With Care в отелях Four Seasons, Commitment to clean в Marriott International — примеры первых программ по безопасности, разработанных сетевыми отелями, которые послужили катализаторами к продвижению сертификации по безопасности для многих независимых отелей. Они также базируются на рекомендациях ВОЗ, местного управления, но кроме того дополняют список своими «мерами», относящимися скорее к продвижению продукта, нежели к реальной необходимости. Например, в рамках программы Clean Stay горничные после уборки и дезинфекции номеров обязаны оставить на входной двери специальную наклейку, целостность которой свидетельствует о том, что после уборки номера, первым, кто туда зайдет, будет сам гость. Это положительно воздействует на гостя, обеспечивая его необходимым чувством безопасности. В данном случае проверка на соответствие производится региональными офисами компаний.

Третья группа слабо развита для отелей, но встречается для средств уборки и антисептиков, используемых в объектах размещения. Популярным стало, например, сочетание мер безопасности с мерами, направленными на устойчивость развития объектов. При-

мером служит разработка соответствующего комплекса мер Safety:Security:Sustainability сертифицирующей компании Green Globe для своих клиентов.

Говоря об отечественных гостиницах, в Республики Беларусь концепция такой сертификации не развита в принципе. Тем не менее реализуются отдельные меры безопасности, принятые в качестве обязательных на уровне государства (масочный режим, установка дезинфекторов, дезинфекция при уборке номеров и пр.).

В целом сертификация безопасности — важная составляющая «текущего» отдыха в отелях. Однако будучи обязательной она также вызывает неудобства, связанные с постоянным контролем, увеличением затрат в кризисных для отелей условиях, а также усилением пагубного влияния на окружающую среду.

**А. А. Немогай**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — Е. А. Баханович*

## **ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

На сегодняшний день туристическая индустрия развивается очень быстрыми темпами. Развитие туризма является одним из важных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь. Туристическая индустрия играет большую роль во всех белорусских регионах. Одним из таких регионов является Гродненская область.

Гродненский регион обладает большим туристическим потенциалом. Расположение региона способствует не только увеличению количества транзитных туристов, но и целенаправленному приезду посетителей с познавательными, деловыми целями. В Гродненской области находится 57 специализированных средств размещения, из них 9 санаториев, 11 баз отдыха и 37 других специализированных средств размещения [1].

Среди сильных сторон Гродненской области как туристической дестинации следует отметить следующие:

- большое количество сохранившихся памятников истории и культуры, включая средневековые замки, храмы и архитектурные сооружения XVII — начала XX вв.;
- наличие на территории Гродненской области трех из четырех национальных памятников, внесенных в список Всемирного наследия ЮНЕСКО: Беловежская пуца, Мирский замок и Дуга Струве;
- выгодное географическое положение Гродненской области на пограничье Беларуси, Литвы и Польши, а также двух крупных гео-