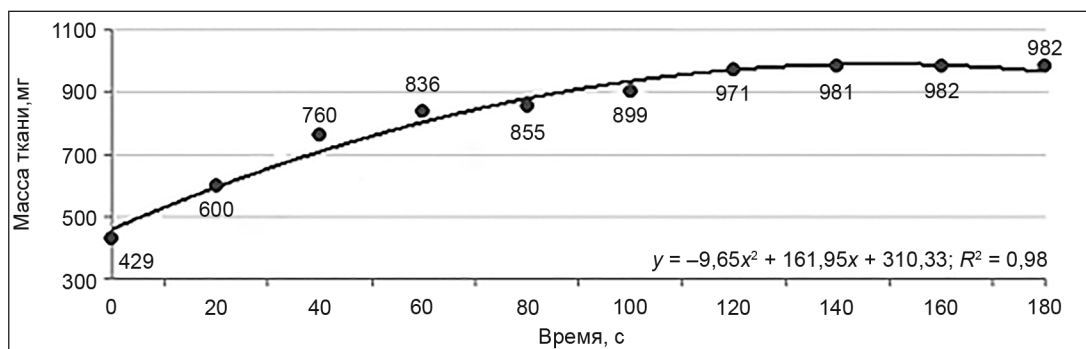


а)



б)

Изменение массы образцов в зависимости от времени увлажнения:
а) нити; б) ткани

Таким образом, было установлено, что для полного насыщения нитей влагой достаточно 1 мин, а тканей — 3 мин.

З. М. Горбылёва, канд. экон. наук, доцент
paumovich14@yandex.by
И. А. Шамардина, канд. экон. наук, доцент
gorira@yandex.by
БГЭУ (Минск)

ТУРИЗМ И ЕГО ТРАНСФОРМАЦИЯ В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Несмотря на декларируемую приоритетность туризма, его влияние на развитие экономики в Республике Беларусь пока незначительно [1]. Вместе с тем оно адекватно вкладу государства в развитие данного сектора. Ни один современный бизнес в силу последствий пандемии, экономического кризиса не сможет существовать сейчас и в долгосрочной перспективе без разработки стратегии *цифровой трансформации*. Внедрение цифровых инноваций в отрасли национальной экономики является приоритетным направлением со-

циально-экономического развития республики до 2025 года, а также Стратегии развития туризма на период до 2035 года.

Цифровая экономика непосредственно связана с процессами развития и внедрения цифровых компьютерных технологий во все сферы экономического производства и потребления. Среди новейших и выступающих платформой цифровизации в экономике выделяют технологии Big Data, «облачные» сервисы, искусственный интеллект (ИИ), «умные» технологии, технологии определения местонахождения, интернет вещей и др. Эти технологии — следствие развития четвертой промышленной революции, соответствующие концепции «*Индустрия 4.0*».

Бизнес-процессы в туризме также все больше переходят в цифровое пространство. Каково цифровое будущее туризма? В настоящее время цифровой туризм осуществляет свое развитие в разнообразных формах. Большая часть используемых средств — это компьютерные системы и мобильные приложения. Но в мире постоянно появляются новые тестируемые технологии во всей индустрии туризма, что позволяет утверждать о сформировавшемся и набирающем темпы тренде цифровизации.

Из игроков рынка, связанных с туризмом, наиболее гибкими оказываются авиакомпании. Например, авиакомпания Lufthansa уже настроена на использование блокчейна в своей работе. По мнению аналитиков, технология блокчейн в ближайшее время получит повсеместное распространение в индустрии туризма. В Беларуси именно «Белавиа» первая из белорусского турбизнеса освоила прием платежей за авиабилеты посредством интернет-эквайринга. Путешественники массово покупают авиабилеты с помощью сервиса SkyScanner. Booking.com также изменил традиционный рынок бронирования номеров в отелях. В рамках цифровизации HiltonHorus тестирует технологию, где клиент оплачивает проживание и адаптирует его под собственные потребности. Внутри компаний туристической индустрии продолжается тенденция по развитию CRM-систем, автоматических инструментов для постановки задач и планирования, а это один из факторов конкурентоспособности организации. В планировании поездок проявляется тенденция использования искусственного интеллекта. В приложения «уходят» перевозчики и сервисы по поиску достопримечательностей, трансфер, в т.ч. по международным направлениям. При оформлении страховки уже используется автоматизированное приложение Tripinsurace.

Таким образом, новейшие технологии, порожденные цифровизацией, — это реалия современного мира, состояния бизнеса, фактор конкурентоспособности. Кто первым начнет и будет уверенно двигаться в этом направлении, активно работать, тот и получит рынок в будущем. Принимая во внимание новые тенденции, игроки рынка туристических услуг, как показал наш опрос, планируют бороться за клиента в цифровом пространстве. Это не их выбор, а следствие глобализации. Учитывая актуальность и значимость тенденций, связанных с цифровизацией, Министерству спорта и туризма Республики Беларусь следовало бы разработать Концепцию цифрового развития индустрии туризма. При этом следует учесть достигнутый уровень «цифровой зрелости» в отрасли по всем составляющим как основы дальнейших цифровых преобразований; мировые тенденции; технические и финансовые возможности; провести работы по формированию республиканской информационно-образовательной среды (электронные образовательные продукты, обучающие семинары и др.).

Источник

1. Шамардина, И. А. Кризис COVID-19 и новые возможности в развитии международного туризма / З. М. Горбылева, И. А. Шамардина // Пути и методы адаптации экономики региона и предприятий в условиях пандемии и связанных с ней кризисных явлений : сб. науч. ст. по материалам междунар. науч.-практ. конф., Калуга, 11 дек. 2020 г. / под ред. В. А. Матчинова, О. Н. Сусяковой. — Калуга, 2020. — С. 214–226.