

**Мижевич О.М.**, канд. филос. наук, доцент

Белорусский государственный университет физической культуры

Республика Беларусь, Минск

**Mizhevich O.**, Cand. of Philos. Sciences, Associate Professor

Belarusian State University of Physical Culture

Republic of Belarus, Minsk

## **ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**Аннотация.** В статье анализируются социальные и экономические особенности развития туристического бизнеса в Республики Беларусь. Констатируется исчерпание традиционных возможностей развития туристической отрасли. Делаются выводы об отраслевых рисках, возникающих при внедрении информационных технологий. Показано, что ключевым вопросом, связанным с эффективным развитием туризма в Республике Беларусь, является разработка новых коммуникативно-информационных инструментов функционирования и управления организациями туристической индустрии. Обосновывается содержание, сущность и базовые принципы инновационного пути развития туристической индустрии.

**Ключевые слова:** туризм и гостеприимство; коммуникативно-информационные технологии; отраслевые риски; инновационное развитие.

## **THE IMPACT OF INFORMATION TECHNOLOGIES ON THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY IN THE REPUBLIC OF BELARUS**

**Abstract.** The article analyzes the social and economic features of the tourism business development in the Republic of Belarus. The exhaustion of traditional opportunities for the development of the tourism industry is stated. Conclusions about industry risks arising from the introduction of information technology are drawn. It is shown that the key issue related to the effective development of tourism in the Republic of Belarus is the development of new communication and information tools for the functioning and management of tourism industry organizations. It substantiates the content, essence and basic principles of the innovative way of development of the tourism industry.

**Keywords:** tourism and hospitality; communication and information technologies; industry risks; innovative development.

В современном мире человечество переживает очередной виток развития, находясь под воздействием информационных технологий, которые приводят к изменениям все стороны жизни общества, создавая новую реальность.

На наших глазах формируется новая реальность, социальные последствия развития которой, к сожалению, изучены плохо. Причин для этого много, обозначим основные. Во-первых, сложность анализа заключается в том, что все работавшие ранее теории по описанию и прогнозированию действительности не срабатывают в новой реальности. Во-вторых, среди ученых не выработан единый понятийно-категориальный аппарат для описания данной реальности. В-третьих, существует очень малое число ученых, которые могли бы системно объяснить происходящие трансформации с социальной и технологической точек зрения. В существующих условиях важно изучить именно социальные последствия внедрения технологий в жизнь общества и отдельного человека [1].

Ведущие мировые исследовательские центры высказывают различные версии о дальнейшем технологическом развитии. Среди перспективных технологий чаще всего называют робототехнику, искусственный интеллект, новые медицинские и биотехнологии, ядерную энергетику, криптографию, квантовые компьютеры. Но далеко не все страны могут позволить себе заниматься столь дорогостоящими проектами, чаще всего выбирается одно из приоритетных направлений. Вопрос стратегии технологического развития государства поднимается на уровне правительства.

В Республике Беларусь был принят ряд государственных нормативно-правовых актов, касающихся развития информационных технологий и цифровизации экономики: Декрет №8 от 21.12.2017 «О развитии цифровой экономики», подписанный Президентом Республики Беларусь А.Г. Лукашенко; Указ Президента Республики Беларусь от 16 декабря 2019 г. № 460 «Об общегосударственной автоматизированной информационной системе»; Стратегия сотрудничества стран – участников СНГ в построении и развитии информационного общества» и т. д. Согласно данным документам перед Беларусью поставлена амбициозная задача – в ближайшем будущем реализовать концепцию «Общество 5.0».

К сожалению, «Беларусь отстает от мировых лидеров коммуникативно-информационных технологий на 3–4 года» [2]. Такое отставание характерно и для белорусской индустрии туризма и гостеприимства, что не способствует ее развитию и усилению позиций на мировом рынке. Тем не менее, несмотря на указанный недостаток, процессы, протекающие в данном секторе экономики Республики Беларусь, схожи с общемировыми.

Серьезным испытанием для туристического бизнеса стала сложная эпидемиологическая обстановка, вызванная пандемией COVID-19. За последние полгода из-за долгов перед клиентами разорилось множество белорусских туроператоров, особенно стремительно и массово это происходит в областных и районных центрах Беларуси.

Стремясь увеличить доходы, белорусские туристические фирмы необоснованно завышают стоимость услуг. Недельная аренда дома на Браславских озерах летом 2021 года обходилась дороже чем поездка в Турцию или Египет. Как результат – белорусские туристы предпочитали поездку на отдых за границу.

Серьезным ударом для туристической индустрии в Беларуси стало ухудшение демографической ситуации в стране, что связано в первую очередь с низкой рождаемостью, старением населения и большим оттоком работающего населения за пределы республики. Крайне мало наблюдается туров с гибкими пенсионными скидками, скидками для людей с ограниченными возможностями и для обучающихся в школьные каникулы.

Следует также отметить достаточно низкую цифровую грамотность работников белорусских туристических компаний и предпочтение традиционных (привычных) форм ведения бизнеса. При этом все понимают, что индустрия туризма и гостеприимства именно благодаря информационным технологиям получила уникальную возможность расширить свою клиентуру и улучшить качество обслуживания. Те фирмы, которые поняли все плюсы коммуникативно-информационных технологий, добились впечатляющих результатов от использования таких технологий, как большие данные (Big Data), облачные вычисления (Cloud Computing), блокчейн (Blockchain), когнитивные вычисления (Cognitive Computing), роботы и т. д. Очевиден факт, что туристические компании, которые не могут по каким-либо причинам применить вышеуказанные технологии, не смогут выстоять в конкурентной борьбе и обанкротятся.

Туризм представляет своим клиентам комплекс услуг и является, в первую очередь, информационным видом деятельности. Люди отправляются в путешествия, прежде всего, за впечатлениями, за положительными эмоциями. В наше время путешествие – это своеобразный цикл, включающий в себя ряд этапов. Первый этап данного цикла «идея» – случайно увиденная или услышанная реклама, просмотр кинофильма заставляет человека задуматься о месте и времени путешествия. Второй этап – «поиск», что включает в себя поиск места путешествия, транспорта и гостиницы, пакета туристических услуг. Именно на этом этапе будущий турист сталкивается с большим количеством цифровых взаимодействий. Третий этап – «бронирование», что невозможно в наше время без технологий бронирования, Web-сайтов и т. д. Четвертый этап туристического цикла – это достаточно короткий период «перед поездкой», когда потребители продолжают с помощью цифровых технологий подстраивать под себя будущее путешествие, повышая уровень номера в гостинице, класс перелета в авиакомпании, заказывая дополнительные услуги. Пятый этап – «поездка», в которой турист продолжает сталкиваться с цифровыми технологиями, когда совершает регистрацию («check-in») в аэропорту, отправляет багаж, проходит паспортный контроль. Во время перелета, подключаясь к Wi-Fi, путешественник может уже перед приземлением знать, на какой «карусели» выдачи будет находиться его багаж. Цикл завершает шестой этап – «после поездки», когда потребитель имеет возможность сделать пост в социальных сетях, поделившись впечатлением о поездке, оставив отзыв на сайте туристической компании, тем самым ориентируя последующих туристов.

С помощью каких технологий будут определяться впечатления туристов в ближайшем будущем? Уже сейчас более 60 % поисковых запросов осуществляется

с помощью мобильных приложений, установленных на смартфонах. Процент покупок туристических услуг с использованием мобильных устройств в настоящее время превысил использование персональных компьютеров. Сокращается скорость принятия решения. Особенно это хорошо видно на поколении Z, т. е. на той возрастной группе молодых людей, которые выросли в эпоху распространения интернета.

Туристические фирмы в настоящее время переориентируют с собственно производства турпродукта на потребителя и качество предоставляемых услуг. Ускоренными темпами идет процесс индивидуализации услуг и недалек тот час, когда с помощью больших баз данных, искусственного интеллекта компьютеры смогут распознавать лицо потребителя на экране, считывать его эмоции и предлагать те услуги, которые подходят именно ему.

Что же необходимо предпринять мировой индустрии туризма и гостеприимства и в обязательном порядке в Республике Беларусь? Приоритеты расставлены исходя из анализа белорусского туристического рынка и могут быть подвержены критике.

1. Адаптация системы образования в области спорта, туризма и гостеприимства к цифровой экономике. Изменить систему подготовки и переподготовки кадров в сфере туризма с учетом цифровой революции.

2. Провести переобучение в области цифровой трансформации профессорско-преподавательского состава университетов и институтов, готовящих специалистов в индустрии туризма.

3. Интеграция белорусского туристического бизнеса, создание корпоративных университетов для обмена опытом.

4. Повышение уровня экономической и предпринимательской грамотности абсолютно всех работников туристических компаний.

5. Перевод работы белорусских туристических компаний на цифровые технологии.

6. Развитие «виртуального туризма».

7. Поиск новых форм и видов путешествий и экскурсий, что связано с повышенным спросом, особенно среди молодых людей на эпатаж, риск, эксцентричность, нетрадиционность и даже маргинальность развлечений.

1. Садовая, Е. С. Формирование новой социальной реальности: технологические вызовы: моногр. / Е. С. Садовая, В. А. Сауткина, А. Р. Зенков. – М.: ИМЭМО РАН, 2019. – 190 с.

2. Ковалев, М. М. Цифровая экономика – шанс для Беларуси: моногр. / М. М. Ковалев, Г. Г. Головенчик. – Минск: Изд. центр БГУ, 2018. – 327 с.

3. Вишневецкая, Е. Г. Влияние цифровых технологий на развитие туристического рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-tsifrovyyh-tehnologiy-na-razvitie-turistskogo-rynka>. – Дата доступа: 08.03.2022.

4. Мошняга, Е. В. Основные тенденции развития туризма в современном мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyye-tendentsii-razvitiya-turizma-v-sovremennom-mire/viewer>. – Дата доступа: 08.03.2022.