

В индустрии туризма большие данные могут использоваться в ряде направлений:

- 1) выявление наиболее актуальных трендов и драйверов развития индустрии;
- 2) уточнение сезонных изменений в потребительской активности туристов;
- 3) поддержание решений при инвестировании в проекты комплексного развития, связанное с возможностями прогнозировать те проекты, которые будут востребованы среди клиентов в обозримом будущем;
- 4) продвижение основных и вспомогательных услуг туристической отрасли среди целевых групп: авиабилетов, горячих туров, экскурсий и т. п.;
- 5) сбор информации о потребительских привычках: платежах, наиболее популярных туристических маршрутах, времени активности и т. д.;
- 6) реализация целей продвижения невостребованных услуг за счет наглядной демонстрации экономии [2].

Вместе с тем, говоря о широкой интеграции и повсеместном применении Big Data в белорусской туристической индустрии можно выделить следующие проблемы:

- 1) для эффективного управления развитием туристских пространств необходимо формирование единой методологии сбора, обработки и анализа данных, отражающий уровень развития сферы;
- 2) высокий уровень инвестиционных вложений в интеграцию Big Data доступен не для каждой организации, так как окупаемость инвестиций может растянуться на продолжительный период времени;
- 3) существует риск утечки данных или кибератаки. Ввиду этого возникает потребность создания усиленной защиты хранилищ данных [3].

Список использованных источников

1. Фадеев, Р. Н. Потенциал больших данных и предикативной аналитики в индустрии туризма / Р. Н. Фадеев // Физическая культура и спорт, туризм и гостеприимство: взгляд студенческого научного сообщества : Сборник материалов XVII студенческой научно-практической конференции с международным участием. Москва, 2023. – М. : Московский государственный университет спорта и туризма, 2023. – С. 174–178.
2. Яншин, А. В. Большие данные в индустрии туризма / А.В. Яншин // Modern Economy Success. – № 3. – 2023. – С. 76–83.
3. Вострова, Е. И. Большие данные как инструмент преобразований в туристической области / Е.И. Вострова // Социально-гуманитарные знания. – № 4. – 2022. – С. 157–164.

З. М. Горбылева,
канд. экон. наук,
БГЭУ (г. Минск)
e-mail: naumovich14@yandex.by
И. А. Шамардина,
канд. экон. наук,
БНТУ (г. Минск)
e-mail: Shamardina.i@bntu.by

СЛАГАЕМЫЕ УСПЕХА И РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ БЕЛОРУССКОГО ТУРИЗМА

Мировой рынок туристических услуг в очередной раз подтвердил свою значимость в качестве крупнейшего быстрорастущего сектора экономики. Согласно Мировому отчету о развитии туризма за 2024 год, составленному ООН Туризм на основании статистики и опроса ведущих специалистов, туризм зарабатывает уже вдвое больше, чем до пандемии.

Отмечается, что лидеры на мировом рынке туризма – Ближний Восток, Африка – добились его роста соответственно на 29 и 6% по сравнению с 2019 годом. Достигнутые успехи в очередной раз подтверждают, что этот вид деятельности еще в большей мере продемонстрировал гибкость, силу и устойчивость к внешним воздействиям.

Относительно быстрыми темпами восстанавливается туризм и в Республике Беларусь. По большинству его видов достигнуты доковидные объемы. Основной тенденцией развития этого сектора экономики 2024 и начала 2025 года является сохранение положительных темпов роста и дальнейшая трансформация. Приоритеты туризма в границах страны, так же, как и во всем мире сосредоточены на содействии ему в целях устойчивого развития. Поэтому главной стратегической целью в Проекте национальной стратегии устойчивого развития РБ на период до 2040 г. (НСУР-2040) определено развитие потенциала внутреннего туризма, ключевыми составляющими фундаментальной сущности которого являются: повышение благосостояния людей; стимулирование экономического развития; охрана окружающей среды; содействие международной гармонии. Кроме всего прочего, туризм – фундаментальный инструмент развития, так как он активизирует многие виды деятельности (более 30).

Уровень развития сектора туризма во многом определяется направлениями государственной политики, что отражено в программах социально-экономического развития страны, деятельности правительства, отраслевой программы, национальной стратегии, стратегии развития туризма до 2035 г. и других документах. Проведены различные мероприятия экономического характера (повышение инвестиционной привлекательности субъектов туристического рынка; их стимулирование; удешевление стоимости санаторно-курортных услуг; оказание помощи туристическому рынку на отдельных территориях и др.). Они сохраняют свою актуальность и в настоящее время. Однако достижение целевых индикаторов НСУР-2040 невозможно без расширения потенциала внутреннего туристического рынка и эффективного использования и развития его ресурсов. Это вероятно в рамках основных направлений стратегии туристической индустрии: создание развитой туристической инфраструктуры; внедрение IT-технологий и цифровых маркетинговых инструментов в сферу туризма и гостеприимства; наращивание экспорта туристических услуг и повышение имиджа Беларуси на международном уровне.

Достижимы ли поставленные цели и возможна ли реализация выделенных основных направлений? Несомненно, однако, на наш взгляд, первостепенное действие должно быть направлено на раскрытие экономической природы туризма, то есть утверждение его экономического статуса. Для этого следует четко определиться с категориальным аппаратом и привести ключевые понятия к единому толкованию и согласованности во всех заинтересованных министерствах и ведомствах; определиться с системой учета и отчетности на всех уровнях, включая Национальный статистический комитет и Национальный банк; определить тематику научных исследований, создать возможности и условия для их проведения, что позволит, в свою очередь, повысить уровень компетенций и устранить существующие пробелы между отраслевой практикой, туристическим бизнесом и образованием.

И. И. Гуторова,
ассистент,
БГЭУ (г. Минск)
e-mail: nauka_ie_nan@mail.ru

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Развитие общественного питания определено в ряде программ и стратегически важных документах: «Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2040 г.», «Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года», «Инновационной стратегии формирования собственного стиля Минска и его узнаваемости международного облика для популяризации города среди иностранных туристов до 2035 года» и иных документах.

В общественном питании Республики Беларусь достигнуты определенные параметры развития, отразившиеся в определенных тенденциях в контексте развития числа объектов общественного питания по Беларуси и г. Минску (таблица 1).