

ЦИФРОВАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

В современном обществе технологические новшества занимают центральное место в преобразовании различных отраслей, в том числе и гостиничного бизнеса. Одной из важных технологий, доступных отелям на сегодня, является цифровая идентификация личности и платежей. Эта система позволяет автоматизировать проверку личности гостей, что гарантирует плавный процесс регистрации и оформления заезда/отъезда.

Недавнее исследование Глобального института McKinsey демонстрирует, что эффективный цифровой идентификатор представляет собой новый этап в создании ценности для отдельных людей и организаций по всему миру. Цифровой идентификатор охватывает все документы, подтверждающие личность, независимо от организаций, их выдавших, и необходимые для активации технологий. К таким данным относятся биометрические показатели, пароли, PIN-коды, QR-коды и устройства со встроенной идентификационной информацией. Они должны обеспечивать защиту конфиденциальности, контроль над личными данными, быть уникальными и устанавливаться с согласия пользователя.

Ярким примером успешного применения этой технологии является сеть отелей Marriott. Бренд Marriott считается одним из самых известных в гостиничном бизнесе благодаря неизменно высоким стандартам обслуживания и качества предоставляемых услуг. Основной особенностью сети отелей Marriott является постоянное стремление к улучшению качества обслуживания гостей с помощью инновационных технологий.

Так, в 2018 г. сеть отелей Marriott начала тестирование системы регистрации с использованием технологии распознавания лиц. В настоящее время эта технология применяется в отелях Hangzhou Marriott Hotel Qianjiang and Sanya Marriott Hotel Dadonghai Bay в Китае. Новый способ регистрации позволяет сократить время заселения до одной минуты и устранить очереди у стойки регистрации. Кроме того, система распознавания лиц, разработанная сотрудниками спецслужб для борьбы с террористическими угрозами, повышает уровень безопасности. Мобильное приложение Marriott International предоставляет гостям возможность общения с персоналом в режиме реального времени. С его помощью можно легко запросить различные услуги и удобства (например заказать дополнительные полотенца, подушки и т.д.) через приложение и получить мгновенные ответы от сотрудников.

Цифровая идентификация также может открыть новые возможности вне экономики, способствуя инклюзивности в здравоохранении, образовании и на рынках труда, а также увеличивая прозрачность и защиту прав. Более того, цифровая идентификация может способствовать защите прав человека, предотвращению дискриминации и расширению гражданской активности, упрощая участие в выборах и других формах общественного участия. Таким образом, цифровая идентификация не только способствует улучшению экономических показателей, но и вносит весомый вклад в социальное развитие и укрепление демократических процессов.

Источники

1. Мы — Marriott International: [сайт]. — URL: <https://www.marriott.com.ru/marriott/aboutmarriott.mi> (дата обращения: 24.11.2024).

2. Цифровая идентификация личности: преимущества перевешивают риски? // Forbes. — URL: https://forbes.kz/articles/tsifra_yatebya_znayu_1565016509 (дата обращения: 24.11.2024).

Ли Мэн

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. Ю. Остальцева, канд. экон. наук, доцент

РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И КИТАЯ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

Внешняя торговля является важным фактором экономического роста и развития стран, обеспечивая доступ к международным рынкам и ресурсам.

Торговые отношения между Республикой Беларусь и Китаем начали развиваться в начале 90-х гг. прошлого века после распада Советского Союза. На первом этапе белорусский экспорт в Китай преимущественно составляли сельскохозяйственные товары и сырье [1].

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, в 2022 г. объем торговли с Китаем составил около 6 млрд долл. США, что на 20 % больше по сравнению с предыдущим годом. Основные товары, способствующие росту объема торговли, — техника и продовольственные товары.

Пандемия COVID-19 оказала значительное влияние на международные торговые потоки. В 2020 г. наблюдалось временное снижение объемов торговли, однако уже в 2021–2022 гг. произошел резкий рост, обусловленный восстановлением экономик и увеличением потребительского спроса [2–3].