

крывают новые ниши для поставщиков услуг, связанных с анализом данных.

Практикой апробируются *новые каналы взаимодействия с клиентами*, позволяющие доносить информацию быстро и с минимальными издержками. Доведение клиента до заключения контракта происходит удаленно: достигнутые в мессенджерах договоренности считаются де-факто зафиксированными.

Сведения о клиентах накапливаются в специализированных базах данных и системах *управления отношениями с клиентами* (CRM-системах), позволяющих поэтапно фиксировать и отслеживать контакты и договоренности любого типа с клиентами и клиентские предпочтения. Обогащение баз данных о клиентах информацией из их профилей в социальных сетях, анализ детальных данных из CRM-систем позволяет операторам формировать пакеты предложений для новых сегментов клиентов, которые ранее получали сервис, значительно отстающий от их функций полезности (*подрывные инновации* [1]).

Заключение. Цифровые технологии предоставляют огромные возможности для инноваций, но также создают и вызовы. Актуальными становятся вопросы не только о тарифах на Интернет в роуминге, но и о защите персональных данных, защите прав потребителей, кибербезопасности, единых схемах сертификации поставщиков облачных услуг. Это требует глубокой интеграции экономистов и юристов в регулирование цифровых рынков.

Источники

1. *Christensen, C.M.* The innovator's solution: creating and sustaining successful growth / C.M. Christensen. — Harvard : Harvard Business Press, 2003. — 288 p.

Н. Пурчиков
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.И. Ерчак, канд. экон. наук, доцент

РАЗВИТИЕ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В ТУРКМЕНИСТАНЕ

Страна Великого шелкового пути и великой пустыни Каракумы, Туркменистан сегодня — одно из популярных туристических направлений Центральной Азии. Туристов привлекают сюда руины блистательных городов прошлого чуть ли не всех известных истории могущественных династий Азии и Персии, бескрайние степи и вечные «черные пески», основательно подзабытый в постсоветское время, но такой манящий быт: тюбетейки и плов, ахалтекинские скакуны и колоритные народные свадьбы, кызыл, зеленый чай, знаменитые ковры умопомрачительной красоты, легчайшие шелка и медовые дыни. Чего

стоят хотя бы золотая статуя президента, поворачивающаяся вслед за солнцем, пожизненное «шахство» и ежеутренняя обязательная клятва верности «отцу туркмен!»! Словом, ныне, как и прежде, Туркменистан знает, чем удивить.

Ежегодно турпредприятиями Туркменистана обслуживается около 60 тыс. туристов, в том числе более 10 тыс. зарубежных из примерно 60 стран мира. На сегодняшний день туристическими предприятиями Туркменистана заключено более 150 договоров о сотрудничестве в области туризма с зарубежными туристическими компаниями.

Программы развития туризма в Туркменистане:

1. Для целенаправленного развития туризма в Туркменистане разрабатываются государственные и местные программы развития туризма.

2. Программы развития туризма могут разрабатываться на краткосрочные (до 3 лет), среднесрочные (3–5 лет) и долгосрочные (более 5 лет) периоды.

3. В программах развития туризма определяются цели, задачи, сроки реализации, системы программных мероприятий, ресурсное обеспечение, механизм реализации и контроля, ожидаемые социально-экономические результаты.

4. Государственная программа развития туризма в Туркменистане утверждается Президентом Туркменистана.

В программах предусматриваются: создание условий для развития и обновления материально-технической базы туризма, в том числе посредством предоставления субсидий и субвенций юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, занимающимся развитием внутреннего и въездного туризма; определение приоритетных направлений развития туризма в Туркменистане и повышение эффективности использования существующей материально-технической базы туристической индустрии; разработка и принятие нормативных правовых актов в сфере туризма и деятельности субъектов туристической индустрии; проведение инвестиционной, ценовой и налоговой политики, стимулирующих развитие въездного и внутреннего туризма; расширение межотраслевой и межрегиональной координации в области туризма, а также контактов с иностранными государствами; научное и информационное обеспечение туризма; поддержка малого и среднего предпринимательства в сфере туризма; создание условий для профессиональной подготовки и повышения квалификации работников, занимающихся обслуживанием туристов.

Таким образом, сегодня получает практическое наполнение дальнейшее развитие основ, заложенных Президентом страны еще на начальных этапах реализации новой государственной политики в области туризма и сформулированных в концептуальных инициативах по интеграции Туркменистана в глобальный рынок как достойного и серьезного партнера.