

- в связи с упрощением коммуникаций между исполнителями бизнес-процесса сокращаются накладные и временные расходы, связанные с реализацией каждого бизнес-процесса в торговле;

- в современных условиях в связи с бурным развитием торговли, появлением внесистемных конкурентов в виде торговых сетей, когда скорость роста размеров бизнеса в торговле опережает скорость развития системы управления, для обеспечения потери управляемости бизнеса возникает необходимость поиска новых способов удержания ситуации под контролем, что возможно путем описания и автоматизации соответствующих бизнес-процессов организации;

- нацеливание всех участников соответствующих бизнес-процессов в розничной торговле в достижении их результативности способствует снижению влияния человеческого фактора при управлении компанией;

- использование процессного подхода к управлению организацией торговли позволяет построить максимально эффективную и справедливую систему материальной компенсации сотрудников, напрямую «привязанную» к размеру стоимости, созданной каждым сотрудником компании в зонах их ответственности.

Таким образом, учитывая несомненные преимущества процессного подхода к управлению деятельностью организаций торговли, можно сделать вывод, что в современных условиях развития использование его основ является наиболее актуальным. Наблюдаемые в настоящее время тенденции к расширению сетевой торговли и онлайн-торговли, автоматизации управления торговыми процессами, активизации сделок слияния и поглощения, увеличению числа собственных торговых марок, а также расширению способов оплаты вызывают необходимость организации управления на таком качественном уровне, который позволил бы быстро и эффективно реагировать на все происходящие во внешней среде изменения, а также прогнозировать возможные исходы каждого из рискованных событий.

Источник

1. *Владыко, А. В.* Моделирование как инструмент процессного управления / А. В. Владыко, И. Н. Шостак // Вестн. Белорус. гос. экон. ун-та. — 2018. — № 1 (126). — С. 34–41.

*Н. В. Шутилина, канд. экон. наук, доцент
shutilina.n@tut.by
БГЭУ (Минск)*

ВОЗМОЖНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ВИРТУАЛЬНОЙ И ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ В СФЕРУ ТУРИЗМА

Становление парадигмы цифровизации существенно изменяет коммуникации и модели ведения бизнеса в различных сферах деятельности. Повышенный интерес к цифровым технологиям со стороны потребителей вынуждает производителей товаров и услуг гибко реагировать на их запросы. Затрагивают эти тренды и туристическую отрасль.

В развитии инновационных технологий для сферы туризма выделяют расширение сфер применения виртуальной (virtual reality, VR) и дополненной (augmented reality, AR) реальности. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь на период до 2035 года одним из направлений формирования интегрированной цифровой среды в туристической индустрии определяет «внедрение в туристические маршруты, а также на объектах культурно-познавательного и экологического туризма технологий дополненной и виртуальной реальности, визуализации, аудиогидов».

Суть различий указанных технологий состоит в том, что виртуальная реальность заменяет реальный мир его визуальной цифровой моделью, а дополненная расширяет восприятие реальности пользователем. Для того чтобы воспользоваться AR-технологиями, достаточно иметь смартфон и доступ в интернет, что определяет их доступность и несложность в эксплуатации. VR-технологии для перехода из реального в виртуальный мир требуют наличия специальных устройств (VR-очков, VR-костюмов, VR-комнат), что делает их более сложными и дорогостоящими, но при этом еще более перспективными для применения в различных сферах сервиса.

Так, в сфере гостеприимства и туризма перспективы технологий виртуальной и дополненной реальности определяются их возможностями в части наполнения процесса коммуникации с потребителем, расширения маркетинговых возможностей по «материализации» услуги до момента ее предоставления, увеличения продаж туристических продуктов. Среди наиболее перспективных направлений внедрения VR- и AR-технологий можно назвать следующие:

- использование инструментов VR для совершения виртуальных туров с целью оценки туристической дестинации и ее инфраструктуры;
- создание мобильных гидов по дестинациям с применением AR-технологий, что позволяет туристам не только получить интересующие их сведения, но и оценить дестинацию в различные периоды ее существования;
- демонстрация объектов в AR-пространстве на выставках, в музеях для показа дополнительных характеристик или возможностей применения объекта в реальном мире;
- внедрение инструментов дополненной реальности в аэропортах, предприятиях гостеприимства для получения необходимой информации.

Таким образом, использование VR- и AR-технологий в туризме предоставляет возможность быстро и комплексно ознакомиться с интересующей дестинацией, культурными и природными достопримечательностями, экспозициями музеев, туристическими маршрутами, при необходимости дополнить экскурсионную программу, расширяет спектр туристических услуг для людей с ограниченными возможностями.

Вместе с тем, несмотря на перспективность и очевидные преимущества развития инструментов виртуальной и дополненной реальности в сфере туризма, эксперты отмечают ряд объективных сдерживающих факторов, таких как нехватка квалифицированных специалистов, обладающих компетенциями по разработке и продвижению VR/AR-технологий; отсутствие готовых продуктов с элементами VR/AR; стоимость внедрения VR/AR-технологий в производство.