

Конструктивность проявляется в способности риска выполнять роль своеобразного катализатора, содействующего внедрению инноваций.

Деструктивный характер состоит в том, что принятие управленческих решений с необоснованным риском ведёт к авантюризму.

Предупредительная функция связана с тем, что специалисты в области закупок стараются выбрать более выгодное и менее рискованное решение.

Инновационная функция обуславливает необходимость принятия нетрадиционных, новаторских решений и способствует внедрению ресурсосберегающих технологий.

Стимулирующая функция стремится к развитию и обогащению творческой деятельности специалистов, инициирует тщательный анализ и поиск возможностей предотвращения риска.

Защитная функция нацелена на стабилизацию деятельности предприятия и реализуется в поиске средств и форм защиты от возможных нежелательных последствий решений.

Социальная функция позволяет обеспечить защиту работников, вовлечённых в рисковую деятельность.

Компенсационная функция проявляется в создании специальных фондов риска, предназначенных для преодоления последствий рискованных ситуаций.

И последняя, **контрольная функция**. Благодаря данной функции риски можно контролировать, чтобы не допустить полной потери прибыли [2].

Риски в экономической логистике можно классифицировать и по последствиям: **1) допустимые** (потери прибыли не превышают ожидаемый размер); **2) критический риск** – характеризуется опасностью потерь, которые превышают прибыль и могут привести к потере всех средств и **3) катастрофический риск** – возникает неплатёжеспособность предприятия.

Цифровое внедрение логистической деятельности позволяет существенно повысить эффективность функционирования логистических систем и закрепить их устойчивость. В результате, может привести к рискованным ситуациям. Однако этого можно избежать, постоянно контролируя и проектируя устойчивость и эффективность деятельности логистической отрасли.

Список цитированных источников

1. Афанасенко, И. Д. Цифровая логистика: учебник для вузов / И. Д. Афанасенко, В. В. Борисова. – СПб.: Питер, 2019 – 272 с.: ил. – (Серия «Учебник для вузов»).

2. Экономические эффекты цифровой логистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://journals.bsu.by/index.php/economy/article/download/2267/1912/> – Дата доступа: 04.06.2020

УДК 379.85

Карпук П. С., Совпель К. А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Зазерская В. В.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОДВИЖЕНИИ ТУРИЗМА

Туризм – это информационно насыщенная деятельность. Существует немало отраслей, в которых сбор, обработка, применение и передача информации были бы настолько же важны для ежедневного функционирования, как

в туристической индустрии. Именно поэтому информационные технологии (ИТ) играют ключевую роль в продвижении туризма.

Услуга в туризме не может быть выставлена и рассмотрена в пункте продажи, как потребительские или производственные товары. Ее обычно покупают заранее и вдали от места потребления. Таким образом, туризм на рынке почти полностью зависит от изображений, описаний, средств коммуникаций и передачи информации.

Успешное развитие туристического бизнеса предполагает широкое использование новейших технологий. Система глобальных технологий, используемая в туризме, состоит [1]:

- ❖ из компьютерной системы резервирования;
- ❖ системы проведения телеконференций;
- ❖ телефонных сетей;
- ❖ видеосистем, компьютеров;
- ❖ информационных систем управления;
- ❖ электронных информационных систем авиалиний;
- ❖ подвижных средств сообщения.

В туризме распространяется интегрированная система ИТ. Так как система технологий формируется не турагентами, гостиницами или авиакомпаниями каждым в отдельности, а всеми ими. Более того, использование каждым сегментом туризма системы ИТ имеет значение для всех остальных частей [2].

В туристической индустрии функционирует система взаимосвязанных компьютерных и коммуникационных технологий. Кроме того, отдельные компоненты туристической отрасли тесно взаимосвязаны друг с другом – ведь многие турпроизводители вовлечены в деятельность друг друга.

На сегодняшний день пик развития ИТ в туризме не наступил. Туризм продолжает развиваться и привлекать всё новые сферы деятельности и новые рынки сбыта. Использование Интернета происходит практически во всех основных бизнес-процессах внутри туристской компании. Реализация идеи привлечения туристических потоков основывается:

- 1) на тщательном изучении и оценке собственных туристских ресурсов и их потенциале;
- 2) особенностях объектов туристической индустрии;
- 3) использовании материалов для продвижения туристической компании при помощи глобальных технологий.

В настоящее время представление о туристических тенденциях играет важную роль в индустрии туризма, а также в сфере гостеприимства. Потребители услуг ожидают, что компании, к которым они обращаются, будут предлагать последние нововведения. Некоторые тенденции определяют туристическую отрасль в целом, сохраняя свою актуальность и в будущем.

Современные тенденции, основанные системами ИТ для продвижения туризма (таблица 1):

- ❖ Персонализация;
- ❖ Технология распознавания;
- ❖ Роботы;
- ❖ Искусственный интеллект (ИИ);
- ❖ Виртуальная реальность (VR).

Таблица 1 – Современные тенденции, используемые для продвижения туризма

Современная тенденция	Описание	Пример
Персонализация	Данное направление широко распространено в туристической отрасли, особенно в ее маркетинге. Персонализированный маркетинг собирает данные о клиенте и использует их для адаптации рекламы к определённому человеку.	Целевые объявления, которые появляются в веб-браузере при посещении определённых сайтов, использующих информацию, основанную на истории посещения человека в интернете, чтобы показать продукты, которые могут его заинтересовать.
Технология распознавания	Технология распознавания – широкая категория устройств, систем и протоколов. Одна из ветвей этой технологии использует индивидуальную биометрию для идентификации конкретных людей.	Технология распознавания лиц, используемая в аэропортах, голосовое управление, где произнесённые команды используются для управления системами в гостиничном номере: освещением, отоплением и т. д.
Роботы	Многие задачи, которые когда-то выполнялись людьми, теперь выполняются роботами или АСУ.	Чат-боты предназначены для того, чтобы помочь людям находить и бронировать туры, транспорт и размещение, задавая ряд вопросов.
ИИ	Многие виды искусственного интеллекта в настоящее время используются во всей индустрии туризма.	Существуют вышеупомянутые чат-боты, которые используют искусственный интеллект для автоматизации и оптимизации многих задач, связанных с продажами и обслуживанием клиентов.
VR	Виртуальная реальность осуществила переход от досуга к полезному инструменту для туристов.	Очки и шлемы VR облегчают планирование поездок и изучение мест назначения перед отправлением.

Большое значение в современной индустрии путешествий и туризма имеет опыт клиентов. У людей появляется все больше возможностей выбора, поэтому удовлетворённость клиентов предоставленными услугами является приоритетом многих туристических компаний. Все вышеперечисленные стратегии и технологии играют важную роль в улучшении восприятия клиентом своего путешествия или пребывания в месте назначения.

Сила туризма заключается в его непрерывном росте, географической распространённости, высоком уровне занятости населения, бесконечном потребительском спросе и мощном воздействии на экономику. Социальное и экономическое развитие страны все более зависит от экономики услуг, в которой туризм занимает центральное место.

Список цитированных источников

1. Иконников, В. Ф. Информационные технологии в индустрии туризма. Учебное пособие / В. Ф. Иконников, М. Н. Садовская. – Минск: РИПО, 2014. – 78 с.
2. Информационные технологии в туристской индустрии: учебник / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – Москва: КНОРУС, 2019. – 276 с.