

4. Viajes de lujo: Turismo espacial // ViajeJet [Recurso electrónico]. – Régimen de acceso: <http://www.viajejet.com/viajes-de-lujo-turismo-espacial/>. – Data de acceso: 12.04.2017.
5. Государственная корпорация по космической деятельности РОСКОСМОС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.roscosmos.ru/>. – Дата доступа: 10.04.2017.

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

М. Э. Амбражей, Е. Ю. Денисенко

На протяжении последних десятилетий в мире наблюдается повсеместное распространение таких процессов, как информатизация и компьютеризация. Считается, что именно этот этап человеческого прогресса означает начало формирования информационного общества. Такое общество предполагает развитие электронной торговли, упрощение доступа к информации, расширение возможностей общения и взаимодействия, а также использование информационно-коммуникационных технологий во всех сферах жизни людей, в том числе при самостоятельной организации путешествий [8].

Параллельно с научно-техническим прогрессом в жизни людей появился один абсолютно новый, но уже глобальный феномен – sharing economy, что в переводе с английского означает «экономика совместного потребления» или «экономика совместного владения». Идеи «шеринговой экономики» распространились в массах по следующим причинам: из-за увеличения населения планеты и из-за мирового финансового кризиса 2008 года, который показал, что заимствование выгоднее, чем покупка. В основе этих идей лежит аренда или обмен услугами и товарами на деньги, то есть, по существу, это всё еще рыночная экономика, при которой нет уничтожения частной собственности или массового установления общественного владения. Так, все большее число лиц за определённую плату, а иногда даже бесплатно, временно делится с туристами тем, чем они владеют [1].

Стоит понимать, что прогрессивные изменения происходят не только со стороны потребителей, но и со стороны производителей. Широкие возможности Интернета позволили им полностью или частично «перенести» свою деятельность в глобальную паутину, а в результате обострения конкуренции и перенасыщения отраслей, появились совершенно новые стратегии введения бизнеса, позволяющие достичь конкурентного преимущества. Например, концепция ведения «комфортного» бизнеса, которая называется «голубой океан», предполагает переход компаний из малоприбыльных рынков со множеством конкурентов («красный океан»)

к новым рынкам, где они практически отсутствуют («голубой океан»). В связи с этим, возрастет ценность инноваций, внедрение которых позволяет обеспечить организациям стабильное существование и непрерывное развитие на рынке, так как новинки всё чаще превращаются в товары и услуги массового потребления, в следствие чего растущая конкуренция окрашивает воды этого бизнес-океана в «алый» цвет [2].

Следует отметить, что новые технологии изменяют не только способ организации деятельности компании, но и учувствуют в создании и продажах товаров или услуг, что в свою очередь, приводит к появлению нетрадиционных и ранее неизвестных бизнес-моделей. Наиболее широко известной бизнес-моделью «sharing economy» является «Peer-to-peer» (P2P), в которой, товары или услуги распределяются между отдельными людьми, и компания выступает посредником между спросом и предложением. Также, используется модель Business-to-consumer (B2C), в которой компания не только занимается посредничеством, но и сама предоставляет товар или услугу клиенту [1].

Развитие информационно-коммуникационных технологий и изменения, происходящие в сфере туристического бизнеса привели к появлению специализированных интернет-площадок, которые, с одной стороны, являются примерами «голубых океанов», а с другой – способом реализации принципов экономики совместного пользования.

Одним из примеров таких интернет-площадок считается *Airbnb*, наиболее известный и крупный сервис бронирования жилья. Он представляет из себя онлайн-площадку, позволяющую сдать, найти и забронировать жилье в любой точке мира прямо на сайте или с помощью мобильного устройства или планшета [4].

Похожим сервисом является *CouchSurfing*. Это крупнейшее международное сообщество для людей, которые готовы принять у себя дома туристов из других стран совершенно бесплатно. Его участники предоставляют ночлег путешественникам из разных стран. Целью при этом является не только экономия на предоставлении жилья, но и активизация международное общение [6].

Известными Интернет-площадками по поиску попутчиков являются сервис *BlaBlaCar* и его белорусский аналог – *GoCar*, объединяющие водителей и пассажиров, которым по пути. Данные сервисы выгодны как для водителей личного транспорта, которые хотят компенсировать стоимость топлива, так и для людей, которые желают сэкономить на путешествии [3, 5].

Другим примером можно назвать *Uber*, которому так же в свое время удалось создать «голубой океан». Это международная компания из Сан-Франциско, позиционирующая себя не как такси, а как сервис личных

водителей, предоставляющий около двух десятков различных вариантов такси, услуг совместных поездок, и доставки [7].

Согласно результатам опроса, проведенного среди молодых людей из Беларуси и России (средний возраст составил около 20 лет) с целью выявления перспектив вышеупомянутых интернет-площадок и самостоятельного туризма в целом, выяснилось, что в настоящее время самостоятельный туризм в определенном сегменте людей является серьезным противником туристических фирм: 53,8 % опрошенных белорусов и 66,7% опрошенных россиян предпочитают самостоятельно организовывать свои поездки. При этом выяснилось, что по сравнению с белорусами, жители России чуть более осведомлены о перспективных возможностях интернет-площадок (45,9 % к 42,4 %). Площадкой, услугами которой активнее всего пользовались опрошенные из обеих стран, оказалась BlaBlaCar (27,7 и 34,5 %). Анализ результатов также показал, что в среднем, около 70 % опрошенных хотят впервые или повторно воспользоваться хотя бы одной из этих площадок, а те, кто уже пользовался ими, указали, что такие сервисы удобны для пользования, позволяют сэкономить и предоставляют возможность завести новые знакомства, однако, с другой стороны, многие потенциальные пользователи обеспокоены вопросами, связанными с безопасностью.

Из всего вышесказанного следует, что:

во-первых, самостоятельный туризм является перспективной альтернативой организованному туризму. На возникновение данной тенденции существенное влияние оказала не только сложная экономическая ситуация большинства регионов мира, но и непосредственное желание путешественников подбирать все компоненты отдыха с учётом личных приоритетов: от средства передвижения и маршрута до типа питания и экскурсий.

во-вторых, несмотря на то, что практически любой тур может быть подобран работником туристической фирмы индивидуально, с учетом всех пожеланий клиента, проникновение информационно-коммуникационных технологий в разные сферы общества позволяет всем желающим сделать это самостоятельно. Так, при организации своих путешествий люди начинают всё чаще пользоваться различными интернет-площадками, например, Airbnb, Couchsurfing, BlaBlaCar, GoCar, Uber, и об этом свидетельствуют результаты проведённого исследования. Эти сервисы объединяют спрос и предложение пользователей со всего мира, позволяя одной стороне заработать, а другой – сэкономить. Перечисленные площадки, помимо всего прочего, являются средством реализации принципов экономики общего пользова-

ния в сфере туризма и примерами новой формы ведения бизнеса с использованием стратегии «голубого океана».

Таким образом, развитие информационно-коммуникационных технологий, безусловно, оказывает существенное влияние на многие сферы жизнедеятельности человека, в том числе на сектор туристических услуг, формируя новые возможности как для потребителей, так и для производителей во всём мире.

Литература

1. *Demary V.* Competition in the Sharing Economy // IW Policy Paper of Institut der deutschen Wirtschaft Köln. 2015. № 19.
2. *Вичан К., Моборн Р.* Стратегия голубого океана / Пер. с англ. И. Ющенко; Под ред. М.Барабанова. М., НИРО, 2005.
3. Интернет-адрес: <http://www.gocar.by>.
4. Интернет-адрес: <https://www.airbnb.ru/about/about-us>.
5. Интернет-адрес: <https://www.blablacar.ru/kak-eto-rabotaet>.
6. Интернет-адрес: <https://www.couchsurfing.com/about/about-us>.
7. Интернет-адрес: <https://www.uber.com/ru-BY/our-story>.
8. *Чугунов А.В.* Развитие информационного общества: теории, концепции и программы / СПб., Ф-т филологии и искусств СПбГУ, 2007.

РОЛЬ ТНК В РАЗВИТИИ АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ В СТРАНАХ С ТРАНЗИТИВНОЙ ЭКОНОМИКОЙ

Е. П. Баяшко

Доминирующим фактором развития мировой экономики в настоящее время стали транснациональные корпорации (далее – ТНК), выступающие главной силой глобализации хозяйственной жизни. ТНК преобладают практически во всех сферах международных экономических отношений. Их доля в международной торговле, по оценкам специалистов, больше чем 50 %, а в экспорте/импорте отдельных стран достигает до 80 %.

В условиях научно-технической революции важнейшим требованием является интернационализация хозяйственной жизни. Рост эффективности достигается за счет роста международной специализации и кооперации, международного обмена технологиями. Однако в странах с разным уровнем экономического развития ТНК играют неодинаковую роль. Это касается и мотивации иностранных инвесторов, и политики, которую принимающая страна проводит по отношению к иностранным инвестициям.

Таким образом, ТНК являются важнейшими субъектами современного мирового хозяйства, находящегося в процессе глобализации. Рост масштабов их деятельности и влияния обусловлен расширением транс-