

2. Тренды: топ-6 тенденций развития глобальной интернет-торговли // СЭЗ «Гродноинвест». — URL: <https://grodnoinvest.by/press-center/trendy-top-6-tendencij-razvitiya-globalnoj-internet-torgovli/> (дата обращения: 16.11.2024).

3. Какие тенденции для электронной коммерции несет 2023 г. // Цифровой Элемент. — URL: <https://d-element.ru/about/blog/kakie-tendentsii-dlya-elektronnoy-kommertsii-neset-2023-god/> (дата обращения: 16.11.2024).

О. А. Касабуцкая
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — В. С. Голик, канд. экон. наук, доцент

КОНЦЕПЦИЯ МОЛОДЕЖНОГО ЭКОТУРИЗМА В РАМКАХ БЕЛОРУССКО-КИТАЙСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

На сегодняшний день взаимодействие Беларуси с Китаем открывает новые горизонты для развития белорусско-китайского туризма. В рамках данной работы рассматривается экотуризм, который предлагает гражданам Китая уникальные возможности для знакомства с белорусской культурой, традициями и природой. Ядром целевой аудитории выступают студенты и магистранты из Китая.

В целях развития белорусско-китайского туризма в 2022 г. был создан Комитет туристического сотрудничества с КНР Республиканского союза туристической индустрии. Открытие безвизового въезда для граждан Китая на срок до 30 дней стало значительным шагом к увеличению потока туристов. Расширяется и авиасообщение между нашими странами: 16 декабря «Белавиа» выполнит первый регулярный рейс по маршруту Минск — Урумчи — Минск.

Кроме посещения таких знаковых туристических объектов, как Минск и областные центры, о чем еще мечтают китайские туристы? Пожить в настоящей белорусской деревне! Большинство приехавших из Поднебесной — жители крупных городов. Они хотели бы переночевать в деревянном сельском доме, пообедать за одним столом с белорусской семьей, увидеть, как «гаспадарь» управляют по хозяйству. Также для китайцев важно пообщаться с живыми носителями нашей культуры, даже поучиться у них чему-то.

В БГЭУ обучается значительное количество студентов и магистрантов из Китая. Как показали результаты опроса, молодые люди заинтересованы в изучении культуры страны, в которой учатся, и могут стать активными участниками туристических программ, направленных на знакомство с уникальными природными ландшафтами и историческим наследием Беларуси. Учитывая их интерес к экологии и устойчивому развитию, экотуризм может стать для них не только способом отдыха, но и возможностью глубже понять белорус-

скую культуру и традиции. Студенты, возвращаясь из поездок, будут делиться своими впечатлениями и знаниями о белорусской культуре с родными и друзьями, тем самым привлекая туристический поток.

Увеличение потока туристов в малые населенные пункты будет способствовать:

- росту спроса на местные продукты и услуги, что окажет положительное влияние на доходы местных производителей;
- улучшению инфраструктуры, дорог, общественного транспорта, связи. Это создаст дополнительные возможности для инвестиций в регион;
- появлению новых стартапов и малых предприятий.

В свою очередь, белорусские студенты тоже имеют возможность путешествовать в Китай. Такие программы обмена могут способствовать укреплению межкультурных связей и развитию дружеских отношений между молодежью двух стран.

Таким образом, молодежный белорусско-китайский туризм имеет огромный потенциал для развития, может стать катализатором для позитивных изменений в малых населенных пунктах, способствуя их экономическому и социальному развитию, а также реализации Государственной программы «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 гг.

Источники

1. *Василевская, В. А.* Белорусско-китайское сотрудничество в области туризма: проблемы и перспективы / В. А. Василевская // *Современные наука и образование: достижения и перспективы развития* : сб. тр. по материалам II нац. науч.-практ. конф., Керчь, 1–4 июня 2022 г. / Керч. гос. мор. технол. ун-т. — Керчь, 2022. — С. 230–238.

2. Национальное агентство по туризму на Международном форуме по развитию сельского туризма в Люцине, КНР // *Официальный сайт о туризме в Беларуси*. — URL: <https://www.belarustourism.by/news/natsionalnoe-agentstvo-po-turizmu-na-mezhdunarodnom-forume-po-razvitiyu-selskogo-turizma-v-lyutsine/> (дата обращения: 10.11.2024).

Е. А. Кириллов
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С. В. Стасюкевич

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ ОАО «СЛОДЫЧ»

В условиях растущей конкуренции современным организациям все сложнее выделяться на фоне множества аналогичных предложений. Поэтому рекламная деятельность является важной составляющей, определяющей степень успешности предприятия. Она влияет на