

Создание благоприятной среды для привлечения инвестиций в цифровые проекты в туризме Республики Беларусь требует комплексного подхода, охватывающего различные аспекты:

- улучшение инвестиционного климата (снижение бюрократических барьеров, налоговые льготы и преференции компаниям, гарантии защиты прав интеллектуальной собственности для инвесторов);
- развитие инфраструктуры (обеспечение доступа к высокоскоростному интернету, расширение цифровизации);
- создание центров инноваций, специализирующихся на разработке цифровых решений для туристической индустрии;
- продвижение Беларуси для цифровых проектов в туризме на международном уровне [2].

Цифровизация способствует развитию инвестиционной привлекательности туристической индустрии Беларуси. Для улучшения развития необходимо применить соответствующие действия со стороны государства, а также устранить ограничения, затормаживающие развитие цифровых технологий. При устранении данных барьеров и обеспечении благоприятных условий для развития цифровизация сможет стать реальным двигателем роста инвестиций в туристический сектор Беларуси.

Источники

1. *Авдей, О. В.* Анализ инновационного потенциала экономики Беларуси / О. В. Авдей, Ю. В. Чайковская // *Oikonomos: Journal of Social Market Economy*. — 2016. — № 2 (5). — С. 56–65.

2. *Морозова, Н. С.* Информационное сопровождение туристического бизнеса / Н. С. Морозова, М. М. Морозов // *Туризм и региональное развитие*. — 2016. — № 9. — С. 60–64.

3-е место на заседании секции

М. В. Жуков

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. М. Микулич, канд. экон. наук, доцент

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА РЫНОК ТРУДА

Искусственный интеллект (далее — ИИ) — технология, которая имитирует поведение человека, чтобы выполнять задачи и постепенно обучаться, используя собираемую информацию [1]. Согласно исследованию Международного валютного фонда ИИ затронет почти 40 % рабочих мест по всему миру, заменив одни и дополнив другие. Очевидно, что некоторые профессии и вовсе исчезнут, что может повлечь рост безработицы [2].

С другой стороны, с помощью ИИ возможна автоматизация рутинных процессов, что позволит работникам сфокусироваться на более сложных и творческих задачах. Развитие ИИ будет способствовать повышению эффективности и производительности труда, созданию новых профессий, таких как ИИ инженер, инженер-робототехник, NLP-специалист, что в некоторой степени сократит отрицательное влияние развития ИИ на рынок труда.

Исследование посвящено оценке влияния, которое ИИ окажет на рынок труда в будущем, выявлению достоинств и недостатков внедрения ИИ на рынок труда; специальностей, которые находятся в зоне наибольшего риска, и выработке рекомендаций для максимизации эффективности использования ИИ с одновременной минимизацией негативных последствий.

В качестве методов исследования были использованы: анализ ИИ-продуктов, которые представлены на рынке; метод сравнения показателей организаций до и после внедрения искусственного интеллекта в хозяйственную деятельность; анализ процессов, которые наиболее часто автоматизируются с помощью ИИ; наблюдение за динамикой роста числа организаций, внедривших ИИ в хозяйственную деятельность.

В процессе исследования получены следующие результаты. ИИ позволяет автоматизировать различные процессы, но в то же время растут затраты на переобучение работников для работы с ИИ. Новейшие ИИ-продукты могут выполнять огромное множество задач, но не стоит забывать о том, что данная технология еще не настолько развита, чтобы выполнять все задачи автономно, иногда требуется вмешательство человека. Естественно, более важными и ценными для работодателя станут такие качества, как: умение работать в команде, творческий подход к решению различных проблем, гибкость в решении задач, так как на данный момент и вряд ли в обозримом будущем ИИ будет иметь такие же или превосходящие творческие способности человека [3].

Таким образом, нельзя однозначно сказать о позитивном влиянии развития ИИ на рынок труда. Имеются как положительные, так и отрицательные тенденции. ИИ — действительно эффективная технология, от которой зависит скорость развития и лимит развития всего человечества.

Источники

1. Что такое ИИ? Узнайте об искусственном интеллекте // Oracle Cloud Infrastructure. — URL: <https://www.oracle.com/cis/artificial-intelligence/what-is-ai/> (дата обращения: 18.11.2024).
2. *Georgieva, K.* AI Will Transform the Global Economy. Let's Make Sure It Benefits Humanity / K. Georgieva // IMF Blogs. — URL: <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2024/01/14/ai-will-transform-the-global-economy-lets-make-sure-it-benefits-humanity> (date of access: 18.11.2024).

3. *Лескина, Э. И.* Влияние искусственного интеллекта на рынок труда / Э. И. Лескина // *Державинские чтения* : сб. ст. XVI Междунар. науч.-практ. конф., Казань, 23–26 мая 2021 г. — М. : РПА Минюста России, 2021. — С. 82–84.

К. С. Жуковская, Н. Ю. Касьяненко
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель — **Е. В. Андрос**

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА И СФЕРЫ УСЛУГ

Современное состояние потребительского рынка и сферы услуг подвергается значительным изменениям, вызванным как экономическими, так и социальными факторами. В контексте туристической индустрии управление инвестиционной деятельностью становится ключевым аспектом, определяющим не только стабильность предприятий, но и их способность к адаптации в условиях быстро меняющейся среды [1].

Одной из главных тенденций развития потребительского рынка является активизация цифровизации. В условиях пандемии COVID-19 многие компании были вынуждены адаптироваться к новым реалиям, чему способствовало внедрение новых технологий. Например, использование онлайн-бронирования, виртуальных туров и мобильных приложений стало стандартом. Это не только увеличивает прозрачность, но и предоставляет клиентам удобство в процессе выбора и покупки услуг [2].

В то же время цифровизация создает новые вызовы, такие как необходимость защиты персональных данных и рост киберугроз. Компании должны инвестировать в системы безопасности для обеспечения доверия со стороны клиентов.

Еще одной важной тенденцией является изменение запросов потребителей. Современные туристы все больше предпочитают уникальный опыт, а не традиционные экскурсионные программы. В связи с этим предприятия должны ориентироваться на персонализацию своих предложений, создавать уникальные продукты и услуги, которые удовлетворяют потребности различных сегментов рынка.

Актуальной проблемой является нестабильность экономической ситуации, которая напрямую влияет на потребительское поведение. Кризисы, инфляция и колебания валют могут снижать покупательную способность населения, что, в свою очередь, сказывается на спросе на туристические услуги. Поэтому предприятиям важно грамотно