

Французские туристы могут также посетить Витебск и его *Губернаторский дворец*. В 1812 г. во время своего похода на Москву во дворце останавливался Наполеон. Здесь же Наполеон Бонапарт отметил свой 43-й день рождения.

Эти, а также другие факты историко-культурных связей между нашими странами, обнаруженные в результате исследования, могли бы стать важным элементом привлечения французских туристов в нашу страну. Такой туристический продукт с различными активностями и услугами создаст позитивный имидж нашей страны.

Источники

1. Чантурия, В.А. Атлас памятников архитектуры и мемориальных комплексов Белоруссии / В.А. Чантурия // Портал Tehne. — URL: <https://tehne.com/library/chanturiya-v-atlas-pamyatnikov-arhitektury-i-memorialnyh-kompleksov-belorussii-minsk-1983> (дата обращения: 31.03.2025).

2. Сражение на Березине: как Наполеон бежал из России // Кириллица. — URL: <https://cyrillitsa.ru/past/101677-srazhenie-na-berezine-kak-napoleon-bezh.html> (дата обращения: 31.03.2025).

3. Кулагин, А.Н. Архитектура дворцово-усадебных ансамблей Белоруссии второй половины XVIII — начала XIX в. / А.Н. Кулагин // Библиотека Orda.Of.By. — URL: <https://orda.of.by/.lib/kulagin/adua/1> (дата обращения: 03.04.2025).

А.Д. Клевко

*Научный руководитель — кандидат экономических наук З.М. Горбылева
БГЭУ (Минск)*

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ ПРИ ВНЕДРЕНИИ ЭКОЛОГИЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИЗМ

Внедрение экологичных технологий в туризм сталкивается с различными экономическими вызовами, что заставляет искать баланс между интересами бизнеса и экологическими приоритетами. Тем не менее такие технологии являются ключевыми для устойчивого развития туристической индустрии и снижения негативного воздействия на окружающую среду, что делает их актуальными в современных условиях.

Экологичные технологии (зеленые технологии) — технологии, производственные процессы и цепочки поставок которых являются экологически безвредными либо менее вредными по сравнению с традиционными способами производства. Такие технологии разрабатываются для снижения уровня загрязнений, экономии энергии и воды, переработки отходов и предотвращения истощения экосистем.

Сегодня большинство стран мира приняли модель, в которой экология выступает двигателем развития, т.е. перешли на зеленую экономику. Так, Республика Беларусь является активным участником более 23-х многосторонних международных договоров в области охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов, осуществляет сотрудничество по данному направлению с международными организациями (ООН, ЕЭК ООН, ЕАЭС, СНГ и др.) [1]. В 2024 г. агроэкотуризм в Беларуси продолжает привлекать значительное внимание туристов. Количество субъектов, предоставляющих услуги в этой сфере, достигло 1408, а число обслуженных туристов составило 427,6 тыс. чел. [2]. Такие показатели подтверждают, что агроэкотуризм становится важной частью туристической индустрии страны.

В Республике Беларусь осознана важность и целесообразность «озеленения» туризма. И для этого имеется огромный потенциал. На территории страны действуют четыре национальных парка и два заповедника, функционируют порядка 50 экологических троп, более 110 туристических стоянок, разработано около 180 экологических маршрутов для туристов. Развивается и виртуальный туризм — современное направление, востребованное после пандемии COVID-19, с уже созданными турами по белорусским заказникам [3].

Как правило, экологичные технологии в туризме играют ключевую роль в снижении негативного воздействия на окружающую среду. Например, в качестве туристического транспорта активно используются электромобили, электросамокаты и велосипеды, а для размещения туристов — энергоэффективные отели. Также развиваются экотуры и виртуальные путешествия. Широко применяются цифровые решения, включая мобильные приложения, которые помогают туристам делать экологически ответственный выбор.

Однако внедрение экологичных технологий в туризме сопровождается рядом экономических трудностей, особенно из-за высоких первоначальных затрат на оборудование и инфраструктуру. Несмотря на долгосрочную экономию, окупаемость таких инвестиций может занять значительное время. Хотя сегодня все большее количество туристов проявляют интерес к экологически ответственному туризму, готовность платить за зеленые услуги может варьироваться. Такие услуги часто стоят дороже из-за более высоких затрат на внедрение. Очевидно, что внедрение новых технологий требует обучения персонала их использованию, что влечет за собой дополнительные расходы на обучение или привлечение квалифицированных специалистов. Также в условиях конкуренции предприятия, не внедряющие экологичные технологии, могут выигрывать за счет более низких цен.

Чтобы успешно преодолеть экономические вызовы и способствовать развитию экологичного туризма, следует разработать комплексную стратегию. Важнейшую роль играет поддержка со стороны государства: субсидии, гранты, налоговые льготы и льготное кредитование. Необходимо создавать экологичные инвестиционные фонды и развивать государственно-частное партнерство. Обра-

зование и информирование туристов и персонала способствуют формированию ответственного поведения и повышению качества зеленых услуг. Кроме того, необходимо вести борьбу с «гринвошингом», обеспечивая достоверность информации о зеленых услугах. Стимулирование спроса на зеленые услуги, безусловно, требует разработки программ лояльности и зеленых туристических пакетов. Наконец, развитие инноваций невозможно без поддержки исследований в области экологических технологий для туризма.

Таким образом, внедрение экологических технологий в туризм, несмотря на очевидные долгосрочные преимущества, сопряжено с рядом серьезных экономических вызовов. При этом важно понимать, что успешное внедрение экологических технологий не только снизит негативное воздействие туризма на окружающую среду, но и повысит конкурентоспособность отрасли, привлекая все более требовательных к экологичности туристов. В конечном итоге это позволит создать устойчивую и процветающую туристическую индустрию, которая будет способствовать сохранению природных и культурных богатств нашей планеты для будущих поколений.

Источники

1. Зеленая экономика // Министерство экономики Республики Беларусь. — URL: <https://economy.gov.by/ru/test-18-ru/> (дата обращения: 20.03.2025).
2. О туризме в Республике Беларусь // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — URL: https://www.belstat.gov.by/upload-belstat/upload-belstat-pdf/oficial_statistika/2024/infografics-turism-2024.pdf (дата обращения: 20.03.2025).
3. Три белорусских заказника можно посетить онлайн благодаря проекту ПРООН по развитию туризма // БелТА. — URL: <https://www.belta.by/society/view/tri-belorus-skih-zakaznika-mozhno-posetit-onlajn-blagodarja-proektu-proon-po-razvitiju-ekoturizma-486099-2022/> (дата обращения: 20.03.2025).

А.А. Мехалян, А.В. Толокевич
Научный руководитель — Т.М. Сергеева
БГЭУ (Минск)

МАРКЕТИНГ ВПЕЧАТЛЕНИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ДЕСТИНАЦИЙ И ОБЪЕКТОВ ГОСТЕПРИИМСТВА

Современные потребители стремятся погрузиться в процесс покупки и использования товаров, сопровождаемый уникальными ощущениями, которыми они могут делиться с другими в социальных сетях. Это привело к появлению нового направления в маркетинге — маркетинга впечатлений, сосредоточенного