

Индивидуальные предприниматели являются лидерами роста. Товарооборот за 5 лет вырос в 5 раз (507,3 % к 2018 г.), средний темп роста — 135,6 %. Малые предприятия также демонстрируют высокую динамику: рост в 2,4 раза (240,1 %), средний темп — 119,1 %. Крупные организации показывают стабильный рост: увеличение почти в 2 раза (194,9 %), средний темп — 114,2 %. Они проявили наибольшую устойчивость к кризису 2020 г.

Средние предприятия демонстрируют наименьший темп роста: за 5 лет лишь 112,2 %, средний темп — 102,3 %. Этот сегмент значительно пострадал в 2020 г. и восстанавливался медленнее всех.

Можно сделать вывод о том, что самый высокий темп роста товарооборота имеют индивидуальные предприниматели, на 2-м месте находятся субъекты малого предпринимательства, на 3-м — крупные организации, последнее место занимают субъекты среднего предпринимательства.

Д. Д. Белая, В. С. Прибыльская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. И. Гуторова

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Цифровые технологии становятся важным инструментом развития туристических компаний, однако многие организации сталкиваются с трудностями в оценке эффективности инвестиций. Туристический бизнес Беларуси работает в условиях ограниченных ресурсов, поэтому компании опасаются вкладываться в CRM-системы или AR-продукты без уверенности в экономической отдаче. Проблема состоит в том, что цифровые решения приносят эффект постепенно, а значительная часть выгод выражена в нематериальной форме: улучшение клиентского опыта, снижение нагрузки на менеджеров, рост лояльности. По данным McKinsey, многие предприятия недооценивают долгосрочный эффект цифровизации, фиксируя только первоначальные расходы и не учитывая такие показатели, как сокращение операционных затрат и повторные продажи [1]. Это формирует осторожные инвестиционные стратегии и замедляет цифровое развитие отрасли.

В качестве решения проблемы предлагаются два направления цифровых инвестиций.

Во-первых, целесообразно рассматривать внедрение CRM-систем, что позволяет улучшить управление клиентской базой, ускорить обработку запросов и повысить конверсию. По данным Salesforce, внедрение CRM увеличивает конверсию заявок на 20–30 %, а операционные затраты снижаются до 25 % [2]. Это может обеспечить туристическим

компаниям рост продаж и оптимизацию нагрузки на сотрудников без увеличения штата.

Во-вторых, перспективным направлением является развитие AR-гидов и других альтернативных решений, позволяющих предложить туристам интерактивные маршруты, 3D-объекты и виртуальные под-сказки. Исследования Европейской туристической комиссии показывают, что AR-технологии повышают вовлеченность на 40–50 % и стимулируют дополнительные продажи сопутствующих услуг [3]. Такие продукты могут расширить линейку экскурсий и повысить маржинальность услуг.

Для обоснования цифровых проектов рекомендуется использовать показатели ROI, срока окупаемости, NPV и индекса прибыльности. Важно учитывать не только прямые доходы, но и косвенные эффекты: улучшение качества обслуживания, сокращение времени обработки запросов и укрепление конкурентных позиций компании.

Таким образом, инвестиции в цифровизацию могут стать важным инструментом повышения эффективности туристического бизнеса. Внедрение CRM-систем и разработка AR-гидов обеспечивает оптимизацию процессов, улучшение клиентского опыта и создание новых возможностей для роста при грамотной оценке и поэтапной реализации.

Источники

1. McKinsey & Company : [website]. — 1996–2026. — URL: <https://www.mckinsey.com> (date of access: 20.11.2025).
2. Salesforce : [website]. — San Francisco, 2026. — URL: <https://www.salesforce.com/research> (date of access: 20.11.2025).
3. European Travel Commission : [website]. — 2026. — URL: <https://etc-corporate.org> (date of access: 20.11.2025).

А. А. Белов
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С. О. Белова, канд. экон. наук, доцент

ПУТИ УКРЕПЛЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Успешное функционирование предприятия во многом зависит от его финансового состояния, которое определяет конкурентоспособность предприятия, его потенциал в деловом сотрудничестве, оценивает, в какой степени гарантированы экономические интересы самого предприятия, его партнеров по финансовым и другим отношениям. Финансовое состояние в экономической литературе рассматривает-