

сти персонала и созданием условий для массового внедрения инновационных технологий. Входя в новую цифровую эпоху, белорусский рынок сможет существенно повысить эффективность бизнеса, улучшить качество обслуживания и получить конкурентное преимущество на рынке.

Источники

1. *Стасюкевич, С. В.* Цифровые инновации как вектор развития ресторанного бизнеса / С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы XIV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 20 мая 2021 г. / Бел. гос. экон. ун-т. — Мн., 2021. — С. 255–256.

2. *Стасюкевич, С. В.* Цифровая трансформация ресторанного бизнеса посредством использования сервисов агрегаторов заказа и доставки еды / С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы XVI Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19 мая 2023 г. / Бел. гос. экон. ун-т. — Мн. : ГУ «БелИСА», 2023. — С. 195.

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

Научный руководитель — Е. Ю. Ракова, канд. экон. наук

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ВЫСТАВОК В БЕЛАРУСИ

Международные туристические выставки — один из наиболее эффективных инструментов продвижения туристических продуктов. Они позволяют формировать деловые контакты, демонстрировать услуги в наглядной форме и привлекать внимание аудитории. Зарубежный опыт подтверждает потенциал таких мероприятий: например, ITB Berlin ежегодно собирает более 100 тыс. посетителей и тысячи экспонентов [1], WTM London обеспечивает значимые коммерческие сделки [2], а FITUR Madrid демонстрирует устойчивый рост количества посетителей [3]. Эти данные показывают, что выставочная деятельность способна формировать экономический эффект и служить драйвером продвижения национального туристического продукта.

В Беларуси проводятся на регулярной основе туристические выставки, а также специализированные мероприятия, такие как «ОТДЫХ-2025» (наиболее известная площадка — BELEXPO). При этом, несмотря на устойчивую организационную базу, потенциал белорусских выставок реализован не полностью. Мероприятия характе-

ризируются ограниченной международной представленностью, низкой степенью цифровизации, а также доминированием демонстрационной функции над деловой. Иными словами, выставки выполняют роль площадки для ознакомления, но не всегда становятся инструментом активного продвижения и взаимодействия с профессиональной аудиторией. Это снижает возможности привлечения новых партнеров и ограничивает экспорт туристических услуг.

Для повышения эффективности выставок целесообразно сосредоточиться на нескольких направлениях. Во-первых, важным шагом является усиление визуального и содержательного представления туристического продукта через создание интегрированного национального стенда. Он позволит представить Беларусь как единый туристический бренд и снизит затраты участников. Во-вторых, перспективным направлением является внедрение современных цифровых инструментов: видеороликов, виртуальных туров, цифровых буклетов и элементов сторителлинга, которые повышают вовлеченность и делают информацию доступнее для иностранной аудитории. В-третьих, важно усиливать деловую составляющую выставок: предварительное формирование календаря переговоров, ранняя рассылка приглашений и коммерческих предложений потенциальным партнерам, проведение коротких деловых презентаций на стендах. Такие форматы позволяют перейти от простой демонстрации к реальному взаимодействию и повышают вероятность установления деловых контактов. Дополняющим решением может стать активное продвижение в социальных сетях, сотрудничество с инфлюенсерами и создание медиа-контента во время выставок.

Таким образом, для развития туристических выставок в Беларуси требуется модернизация организационных и маркетинговых подходов. Усиление национального представления, использование современных цифровых инструментов и расширение информационной поддержки способны увеличить эффективность участия, повысить узнаваемость туристического бренда страны и создать условия для активного продвижения белорусского туристического продукта на международной арене.

Источники

1. Successful ITB exhibitions in Berlin // ITB Berlin. — URL: <https://www.itb.com/en/itb-berlin-for-visitors/exhibitor-list> (date of access: 09.11.2025).
2. \$2.75 billion in deals at WTM London // TTN — Travel & Tourism News Middle East. — URL: <https://www.ttnworldwide.com/Article/> (date of access: 09.11.2025).
3. FITUR 2024 wraps up its 44th edition with outstanding attendance figures, surpassing 250,000 participants, and strengthens its global influence // IFEMA MADRID. — URL: <https://www.ifema.es/en/fitur/news/balance-fair-24> (date of access: 09.11.2025).