

матом. В музеях и туристических центрах — виртуальные гиды и AR-/VR-экскурсии. Это повышает интерес туристов и делает их путешествия более насыщенными [3];

5) безопасность. В аэропортах и гостиницах работают системы распознавания лиц, которые упрощают идентификацию и делают процесс регистрации быстрым. ИИ также выявляет подозрительные транзакции, фальшивые бронирования и попытки мошенничества, защищая туристов [2].

Искусственный интеллект помогает компаниям работать эффективно, улучшать обслуживание и делать путешествия удобными и безопасными. Вместе с тем важно понимать, что ИИ не должен полностью заменять человека — персональный контакт, внимание и забота о гостях остаются ключевой частью туризма [1]. Таким образом, будущее индустрии гостеприимства — гармоничное сочетание информационных технологий и человеческого участия, где искусственный интеллект станет помощником и инструментом для создания более качественного туристического опыта.

Источники

1. Искусственный интеллект в туризме // СберБанк. — URL: <https://developers.sber.ru/help/gigachat-api/ai-in-tourism> (дата обращения: 15.11.2025).

2. Трофимова, Н. В. Использование искусственного интеллекта в туризме: мировой и отечественный опыт / Н. В. Трофимова // Туристско-рекреационный комплекс в системе регионального развития : материалы XIII Международ. науч.-практ. конф., Небуг, 20–24 апр. 2025 г. / Кубан. гос. ун-т. — Краснодар, 2025. — С. 196–200.

3. Искусственный интеллект в туризме: проблемы и возможности // Costa del Sol and Malaga Blog. — URL: <https://blog.visitacostadelsol.com/ru/искусственный-интеллект-в-туризме> (дата обращения: 15.11.2025).

К. А. Бровка
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **П. А. Литвинов**

КАСТОМИЗАЦИЯ КАК МИРОВОЙ ТРЕНД РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Мировые тренды в развитии современного туризма играют ключевую роль в формировании национальных стратегий, направленных на устойчивое развитие и конкурентоспособность туристической индустрии. Социальная трансформация последних десятилетий кардинальным образом изменила ценностные установки и предпочтения современных туристов. В связи с этим одной из основных тенденций

развития рынка туризма становится кастомизация национальных туристических продуктов. Рассмотрим некоторые мировые тренды и их влияние на стратегическое планирование в туризме.

1. Участие туристов в создании персонализированной услуги посредством погружения в местную культуру. Кастомизация — индивидуальный подход к каждому путешественнику: от предпочтений в питании до особых сервисов в отеле (SPA-процедуры, местная культурная программа, тематические культурные квесты). Внедрение цифровых помощников — специальных мобильных приложений, которые анализируют предпочтения сотрудника и формируют персональные рекомендации. Явственно растет интерес к культуре и истории, однако знакомиться с традициями и обычаями мест отдыха путешественники предпочитают не во время экскурсий, а непосредственно общаясь с местными жителями и проводя с ними некоторое время. Например, дополнительная услуга в рамках агротуризма позволяет туристам, стремящимся к уникальным впечатлениям, посетить настоящие деревни с живописными домиками, ремесленными мастерскими, поучаствовать в кулинарных мастер-классах, праздничных мероприятиях и фестивалях и таким образом полностью окунуться в царящую там атмосферу. Набирают популярность *bleisure*-туры — объединение рабочих поездок с досугом. Компании могут стимулировать сотрудников оставаться на выходные, посещать экскурсии, повышая их лояльность и мотивацию.

2. Поиск уникального гастрономического опыта. Интерес путешественников к локальной кухне растет. Туристам уже мало просто попробовать местные блюда — они хотят получить уникальный кулинарный опыт, наслаждаясь красотой подачи, ароматом и вкусом еды, а также атмосферой места. Дегустации становятся похожи на иммерсивные спектакли. Многие туристы даже выбирают направление для поездки, ориентируясь в первую очередь на информацию об уникальных ресторанах и необычной кухне.

Организация кулинарных мастер-классов региональной кухни с шеф-поварами станет хорошим способом погрузить гостей в кулинарную культуру региона. Еще одна идея для туристов, которым хочется разнообразия, — гастрономические пакеты, включающие обеды или ужины в известных местных ресторанах. Туроператоры, в свою очередь, могут разрабатывать гастрономические туры и экскурсии, которые предусматривают посещение местных рынков, ферм и ресторанов. Гастрономическая тематика добавляет колорита и в рекламные кампании дестинаций. Также необходимо увеличить роль культурного позиционирования ресторанного бизнеса в национальном брендинге путем создания ресторанов, специализирующихся на создании новых блюд на основе классических рецептов с добавлением современных кулинарных техник, для получения эффекта *фьюжена*.

3. Современные подходы к развитию туризма, такие как *маркетинг впечатлений* и *медленный туризм* (англ. *slow movement*).

Вместо большого количества посещения достопримечательностей туристы замедляют темп, глубоко погружаются в местную культуру и атмосферу, общаются с местными жителями и проживают каждый момент поездки, что свидетельствует о том, что запросы путешественников становятся более осознанными, эмоционально насыщенными и персонализированными. Ожидания туристов включают не только качественный сервис, но и возможности для самореализации, самопознания, эмоциональной вовлеченности и формирования незабываемых впечатлений. Вслед за этим логично вытекает следующий подход — адаптация к трансформации потребительских предпочтений на рынке туризма с учетом теории поколений.

А. Р. Будникова, Е. С. Полторако
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. Ф. Косач, канд. экон. наук, доцент

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ ПОТОКАМИ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Исследование механизмов управления финансовыми потоками связано со сложностью организации финансовых взаимосвязей, несогласованностью информации и изменчивостью внешней экономической среды. Для их преодоления рекомендуется применять риск-ориентированный комплексный подход, объединяющий процессы планирования, учета и оптимизации финансовых потоков для повышения эффективности управления.

Планирование бюджета санаторно-курортных учреждений в Беларуси включает прогнозирование доходов, формирование статей расходов с учетом сезонных колебаний спроса, затрат на персонал, медицинское обслуживание, ремонт и маркетинг, а также согласование с руководством для прозрачности; после утверждения проводится мониторинг исполнения с анализом отклонений и корректировками, что обеспечивает финансовую устойчивость и создает условия для стабильного развития учреждений [1].

Учет доходов и расходов санаторно-курортных предприятий базируется на стоимостной оценке незавершенных услуг по путевкам с признанием доходов по окончании срока их действия для точного отражения финансовых результатов. Затраты учитываются с разделением на прямые, косвенные, переменные и условно-постоянные для прозрачности, а аналитическая система счетов облегчает формирование отчетности. Для оптимизации сезонных затрат используется гибкое управление расходами, персоналом и маркетингом, что позволяет балансировать между снижением издержек и качеством услуг.