

Основные финансовые риски санаторно-курортных учреждений включают непредвиденные перерасходы и неэффективное использование бюджета, излишние затраты на материалы, оборудование и услуги, а также ошибки в планировании и учете тарификации, что приводит к несоответствию доходов и затрат; к ним также относятся риски, связанные с устареванием основных фондов и неправильной эксплуатацией оборудования, вызывающей дополнительные расходы на ремонт и обновление. Значимыми являются риски закупок, проявляющиеся в задержках, повышении цен и снижении качества материалов и услуг, а также проблемы с дебиторской задолженностью, негативно влияющие на ликвидность и платежеспособность учреждения [2].

Для эффективного управления этими рисками необходим систематический финансовый анализ, использование показателей ликвидности, финансового и операционного рычагов, а также внедрение бюджетирования с контролем исполнения [1]. Таким образом, к управлению финансовыми потоками санаторно-курортных учреждений Республики Беларусь требуется комплексный подход, включающий планирование бюджета, учет доходов и расходов, оптимизацию затрат с учетом сезонности, управление финансовыми рисками и поиск финансирования для обеспечения устойчивого развития и эффективности работы организаций в условиях неопределенности.

Источники

1. *Гаранин, А. В.* Управление финансовыми потоками организации: ключ к устойчивости и росту / А. В. Гаранин, Н. В. Шолохова // КиберЛенинка. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-finansovymi-potokami-organizatsii-klyuch-k-ustoychivosti-i-rostu/viewer> (дата обращения: 24.10.2025).

2. Управление финансами санатория // SandSoft. — URL: <https://sandsoft.info/upravlenie-finansami-sanatoriya> (дата обращения: 24.10.2025).

В. А. Бурунова, А. В. Кури
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н. Л. Матусевич

СОВРЕМЕННЫЕ ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СТИМУЛ РАЗВИТИЯ КРАЕВЕДЧЕСКИХ МУЗЕЕВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В современном мире цифровые технологии кардинально меняют подходы к сохранению культурного наследия. Для Беларуси, облада-

ющей значительным историко-культурным потенциалом, цифровизация открывает новые перспективы развития музейной сферы. Переход от традиционных методов работы к созданию цифровых копий экспонатов делает культурные ценности более доступными для широкой аудитории, включая тех, кто не имеет возможности посещать музейные учреждения очно.

Сегодня музеи Беларуси активно превращаются в настоящие порталы в прошлое. Дополненная и виртуальная реальность становятся мощными инструментами, которые помогают оживить историю и сделать ее понятной и интересной для людей любого возраста. Дополненная реальность (AR) активно используется в региональных музеях. Например, в Гомельском дворцово-парковом ансамбле с помощью мобильного приложения посетители могут «восстановить» первоначальный облик интерьеров дворца Румянцевых — Паскевичей. В Музее Славы Могилевской области главные фигуры белорусской истории обретают голос благодаря ИИ.

Виртуальная реальность (VR) открывает впечатляющие возможности. Национальный исторический музей Республики Беларусь в 2024 г. представил VR-проект «Несвиж XVI века», позволяющий полностью погрузиться в атмосферу эпохи Радзивиллов. За первые три месяца проект привлек более 15 тыс. посетителей, причем 65 % из них составили молодые люди до 35 лет [1].

Для образовательных целей цифровые технологии предлагают инновационные решения. Так, например, государственное предприятие «Издательство «Адукацыя і выхаванне» разработало следующее: в их книгах и журналах они используют опцию дополненной реальности (AR) под названием «AIV — дополненная реальность». Школьники, получая пособия, скачивают приложение, наводят камеру мобильного устройства на страницу, и она «оживает». На экране телефона или планшета разворачивается анимация или интерактивная игра. За первый год реализации проекта охват аудитории увеличился на 70 %, а среднее время пребывания на образовательном портале составило 25 мин против 8 мин при традиционных формах работы.

Постепенное внедрение подобных технологий показывает, что музейная отрасль нуждается в дальнейшей комплексной цифровой модернизации. Поэтому для расширения возможностей и повышения доступности культурного наследия мы предлагаем следующие направления развития цифровых проектов:

1. Создание единого информационного пространства «Виртуальный музей Беларуси», объединяющий оцифрованные коллекции 25 региональных музеев. Платформа будет привлекать пользователей, в том числе и из-за рубежа.

2. Создание проекта смешанной реальности (MR), который позволит посетителям взаимодействовать с голографическими проекциями исторических персонажей. Это создаст эффект полного погружения и откроет новые возможности для инклюзивного образования.

Одной из основных проблем краеведческих музеев является их восприятие как скучных и статичных учреждений. Внедрение интерактивных технологий позволяет преодолеть этот стереотип.

Таким образом, цифровые технологии становятся важнейшим инструментом обновления музейной сферы Беларуси, усиливая доступность и привлекательность культурного наследия. Они помогают музеям перейти от статичных форматов к интерактивным и иммерсивным, что особенно важно для молодого поколения. В результате цифровизация выступает ключевым стимулом развития краеведческих музеев и их интеграции в современное культурное пространство.

Источник

1. Новый проект — музей заповедник «Несвиж» // Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж». — URL: https://niasvizh.by/news/novyyu_proekt/ (дата обращения: 11.11.2025).

Ю. В. Вергейчик, Е. В. Бондарь
БГЭУ (Минск)

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

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Для Беларуси цифровой маркетинг может стать важным фактором развития въездного и внутреннего туризма, особенно среди молодого поколения. В отличие от традиционных медиаканалов, таких как телевидение, он обеспечивает эффективное взаимодействие с целевыми аудиториями при относительно низких затратах. Цифровые инструменты способствуют презентации аутентичных туристических предложений, ориентированных на поиск уникального опыта, отличного от форматов all inclusive.

Для успешного продвижения туристического продукта необходимы современные цифровые технологии:

- поисковая оптимизация (SEO) — комплекс мер для появления на первых строчках в поисковой системе;
- маркетинг в социальных сетях (SMM) — ведение страниц компании, которое поможет созданию сообщества вокруг бренда;
- контент-маркетинг — создание и распространение полезного контента;
- инфлюенс-маркетинг — сотрудничество с блогерами и лидерами мнений. На сегодняшний день это один из самых мощных трендов;
- таргетированная и контекстная реклама (PPC): платные объявления, которые показываются строго определенной аудитории.