

пать наставниками, а также авторитет среди коллег и партнеров. К их слабым сторонам относят устаревший опыт, низкую цифровую грамотность, негибкость мышления, состояние здоровья, медлительность, трудности в обучении, недостаточную восприимчивость к новому и отсутствие креативности.

На основании выявленных различий в сильных и слабых сторонах кандидатов разных возрастных групп работодатели начали расширять возрастные границы при найме: 47 % участников опроса отметили, что теперь привлекают как более молодых, так и более зрелых сотрудников. Ожидается, что эта практика останется актуальной и в дальнейшем.

Таким образом, преодоление эйджизма и эффективное управление сотрудниками разных возрастных категорий становится важной стратегической задачей для организаций. Это позволяет превращать возрастные различия из источника конфликтов в ресурс для повышения компетентности и стабильности коллектива.

Источник

1. Рынок труда по итогам 2024 года: что было и чего ожидать // Rabota.by. — URL: <https://rabota.by/article/33408?hhtmFrom=main> (дата обращения: 20.11.2025).

А. Е. Хмелькова, А. В. Попова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н. В. Савина, канд. филол. наук, доцент

ТЕНДЕНЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ И УСЛОВИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ БЕЛАРУСИ

Индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся и информационно насыщенных сфер экономики, где сбор, передача и обработка информации имеют решающее значение. Цифровая трансформация оказывает фундаментальное влияние на все аспекты туристического бизнеса, меняя способы планирования путешествий, бронирования услуг и взаимодействия с клиентами.

К новейшим цифровым технологиям, которые выступают в качестве основы цифровизации туристической деятельности, относятся технологии больших данных (Big Data), блокчейн, искусственный интеллект, Интернет вещей (Internet of Things — IoT, Industrial Internet of Things — IIoT), мобильные устройства и многое другое [1].

Цифровизация в туризме направлена на использование онлайн-инструментов и технологий для управления отраслью, создания, продвижения и реализации туристических продуктов. Данный процесс

определяется рядом ключевых тенденций, включая персонализацию предложений, которая достигается за счет сбора и анализа больших данных (Big Data) о предпочтениях туристов, что позволяет формировать уникальные, индивидуализированные маршруты. Важным аспектом является мобильность: широкое распространение смартфонов привело к развитию мобильных приложений для бронирования, навигации и предоставления гидов, повышая доступность и удобство услуг; при этом до 74 % туристов планируют поездки с использованием цифровых технологий [2].

Эффективный инструмент, популярный сегодня в туристическом бизнесе, — использование иммерсивных технологий: виртуальной (VR, позволяет создать сказочную среду или фантастическую реальность в любом помещении) и дополненной реальности (AR, совмещающей реальный и виртуальный миры, дополняя окружающую действительность нужными объектами, предметами или эффектами, а искусственный интеллект и персонализация, определяют настроения и пожелания посетителей, чтобы превзойти их ожидания, запросы, интересы и предпочтения) [3].

Для эффективного внедрения и использования цифровых технологий в туристическом бизнесе Беларуси необходимы развитая цифровая инфраструктура, включающая высокоскоростной интернет и соответствующие программные платформы, а также подготовка кадров и наличие квалифицированных IT-специалистов, готовность к изменениям бизнес-модели, переориентация на клиента и создание новых цифровых продуктов, при условии обеспечения безопасности данных и защиты конфиденциальной информации. Дополнительную поддержку обеспечивает государственная политика через разработку региональных и национальных стратегий цифровизации туризма и благоприятную нормативную правовую базу.

Цифровизация через внедрение передовых технологий повышает эффективность и персонализирует туристические услуги, повышает их качество, зависит от комплексного подхода, включающего инвестиции в инфраструктуру, обучение персонала и адаптацию бизнес-стратегий.

Источники

1. *Сергеева, Т. М.* Развитие индустрии туризма в условиях цифровизации / Т. М. Сергеева // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы XVII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 16 мая 2024 г. / Бел. гос. экон. ун-т. — Мн. : Колорград, 2024. — С. 219–220.

2. The role of technology in modern tourism management // Global Banking School. — URL: <https://globalbanking.ac.uk/blog/the-role-of-technology-in-modern-tourism-management/> (date of access: 19.11.2025).

3. *Савина, Н. В.* Иммерсивные технологии в туризме / Н. В. Савина // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, ин-

новационность, устойчивость: материалы XVI Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19 мая 2023 г. / Бел. гос. экон. ун-т. — Мн. : ГУ «БелИСА», 2023. — С. 190–191.

А. Е. Хмелькова, А. В. Попова
БГЭУ (Минск)

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

ФИНАНСИРОВАНИЕ РЕСТАВРАЦИИ ОБЪЕКТОВ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Реставрация и сохранение историко-культурного наследия являются важным компонентом стратегии развития туристической индустрии в Республике Беларусь. Уникальное историко-культурное и природное наследие Беларуси, включающее свыше 5600 объектов, внесенных в Государственный список историко-культурных ценностей, является важнейшим активом для привлечения туристов и повышения конкурентоспособности страны на мировом рынке [1]. Однако значительная часть этого наследия требует проведения реставрационных и восстановительных работ, что обуславливает необходимость разработки эффективных моделей финансирования.

Основным источником финансирования реставрации традиционно выступает государственный бюджет. Так, в 2025 г. выделено 6 млн р. из Фонда Президента на реставрацию и восстановление ряда историко-культурных объектов. Кроме того, значительные средства выделяются на региональном уровне. Так, в Минской области в 2024 г. на восстановление историко-культурного наследия было выделено около 17 млн р. Государственные программы, такие как «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 годы, также направлены на развитие туристической инфраструктуры. В рамках этой программы освоение бюджетных средств составило 98,2 % [2]. Экономический эффект ожидается от увеличения численности иностранных туристов на 108 % к концу 2025 г. по сравнению с 2020 г.

Учитывая ограниченность бюджетных средств, возрастает необходимость в альтернативных моделях финансирования, таких как государственно-частное партнерство (ГЧП) и привлечение частных инвестиций. ГЧП позволяет привлекать частный капитал и управленческий опыт для крупномасштабных и долгосрочных проектов, а государство может стимулировать инвестиции посредством преференций, включая налоговые льготы. Развитие туристической инфраструктуры является приоритетом, и привлечение частного сектора рассматривается как эффективный инструмент. Модель ГЧП также может предусматривать передачу объектов культурного наследия в долгосрочную