Рекомендуется:

● для международных сетей — адаптировать глобальные стандарты к локальным каналам (включить Telegram, Viber);

● государственных отелей — провести аудит АСУ, в первую очередь внедрить системы мониторинга соцсетей и электронного документооборота, выделить ответственного за цифровую кризисную готовность;

● частных мини-отелей — использовать облачные PMS со встроенными модулями управления отзывами, настроить уведомления на смартфон, вести базу лояльных гостей в CRM;

● всего персонала — проводить тренинги по работе с системами. При недовольстве гостя сотрудник обязан зафиксировать эту ситуацию в PMS, CRM с пометкой «потенциальный кризис».

Таким образом, цифровая трансформация гостиничного бизнеса требует пересмотра традиционных подходов к кризисным коммуникациям. Скорость распространения негатива в локальных социальных медиа (Telegram, Instagram, Viber) настолько высока, что любые решения, не подкрепленные автоматизированными системами сбора, анализа и согласования данных, оказываются заведомо неэффективными. Без внедрения единого цифрового контура репутация гостиницы остается уязвимой перед первым же вирусным инцидентом.

Источники

1. *Бобров, В. В.* Автоматизированные системы управления в гостиничном бизнесе : учеб. пособие / В. В. Бобров. — Мн. : БГЭУ, 2022. — 212 с.

2. Отчет об исследовании: уровень автоматизации гостиниц Минска / Ассоциация «Туризм и гостеприимство». — Мн., 2025. — 48 с.

В. В. Пиотка, А. В. Зизико
Научный руководитель — кандидат экономических наук К. Н. Сонич
БГЭУ (Минск)

МИФОЛОГИЗАЦИЯ МЕСТ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

Поскольку природные и архитектурные объекты Беларуси (замки, озера, леса) внешне мало отличаются от польских, литовских или украинских, решающим конкурентным их преимуществом становятся нематериальные активы – легенды, предания, фольклорные образы, которые превращают рядовую экскурсию в приключение, а туриста приобщают к древней истории. Для Беларуси, имеющей самобытную мифологическую традицию, технология мифологизации пространства является стратегическим механизмом повышения привлекательности ее регионов.

Однако, как справедливо отмечают исследователи, географический миф, являясь средством привлечения туристов, имеет высокий потенциал, но на практике часто остается лишь фольклорным фоном, не работающим на туристический поток.

Несмотря на наличие ярких одиночных проектов, десятки уникальных легенд Беларуси остаются невостребованными. Отсутствует системный подход, а методики трансформации этнографического материала в современные туристические продукты проработаны недостаточно.

Цели работы — на основе анализа успешных и неуспешных кейсов выявить системные проблемы мифологизации туристического пространства Беларуси и предложить конкретные механизмы превращения «спящих» легенд в действующие туристические активы.

В работе использованы методы сравнительного и системного анализа. Исследованы четыре типа туристических объектов: успешные (Мирский и Несвижский замки, музейный комплекс «Дудутки», фестиваль «Шлях Цмока»), проблемные (Святая криница в Беловежской пуще, озеро Свитязь, Борисовы камни), этически сложные («вампирские» захоронения в д. Паре Пинского района) и общественные инициативы (проект «Страна цмоков»). Анализ каждого типа объектов позволил выделить как факторы успеха, так и типовые риски.

Основные результаты работы следующие.

1. Успешная мифологизация доказывает, что легенда превращает рядовую экскурсию в приключение даже при отсутствии археологических подтверждений. Черная панна Несвижского замка, 40-километровый тоннель-фантом Мирского замка, ежегодный фестиваль «Шлях Цмока» вызывают интерес именно благодаря силе нарратива. «Дудутки» показывают, что даже искусственно сконструированный миф при правильной его «упаковке» становится национальным брендом.

2. Выявлены ключевые системные проблемы: отсутствие информационной навигации (Святая криница в Беловежской пуще не имеет даже указателя на основной тропе); неиспользование уникальных природно-мифологических объектов (озеро Свитязь с легендой об «утопленном» городе остается просто местом для пикников); страх перед темными темами без этичной «упаковки» (уникальные «вампирские» захоронения в д. Паре не включены ни в один маршрут); отсутствие цифровой активации (Борисовы камни — просто геологические объекты без AR-точек и аудиогидов).

3. Проект «Страна цмоков» демонстрирует успешную общественную инициативу (созданы карта с 20 локациями, цмок-туры, сувениры), но ее масштаб остается ограниченным из-за отсутствия государственной поддержки. Это обстоятельство доказывает необходимость системного, межведомственного подхода.

4. Системное решение проблем мифологизации туристического пространства включает пять конкретных направлений: первое — создание реестра и сказочной карты мифологических объектов с привязкой к маршрутам; второе — запуск национального конкурса «Легенда моего места» с малыми грантами для

школьников и библиотекарей (для выявления забытых преданий); третье — внедрение AR-приложений и QR-кодов на объектах (для оживления рун на Борисовых камнях, имитации подводного звона на озере Свитязь); четвертое — разработка этичных историко-этнографических программ для темных легенд (на тему «Средневековые страхи: как наши предки боролись с вурдалаками») вместо хоррор-тура; пятое — проведение малобюджетных событийных форматов (костер на берегу, квест, реконструкция древних обрядов без элементов неоязычества).

Мифологизация не заменяет качественного сервиса, но именно легенда превращает еще одно озеро в место, которое хочется посетить, сфотографировать и порекомендовать друзьям. Предложенные меры не требуют строительства отелей или дорог — достаточно стендов, QR-кодов, сценариев и конкурсов. При системном применении эти меры способны в течение одного-двух сезонов изменить туристическую привлекательность малых городов и сельской местности.

Ключевой вывод: от разрозненных «спящих» легенд необходимо перейти к брендированным маршрутам («Путешествие за Цмоком», «Тропой Лесуна»), превратив мифы в реальный туристический капитал Беларуси.

Источники

Лосев, А. Ф. Диалектика мифа / А. Ф. Лосев // Философия. Мифология. Культура / А. Ф. Лосев. — М. : Политиздат, 1991 — С. 21–186.

Кашенкова, И. Функциональный аспект мифологизации в экскурсионном обслуживании / И. Кашенкова // Пермский государственный национальный исследовательский институт. — URL: https://press.psu.ru/index.php/git/article/view/6548 (дата обращения: 11.04.2026).

С. К. Чубковец, Я. С. Шкулькова
Научный руководитель — кандидат экономических наук, доцент О. В. Ежель,
БГЭУ (Минск)

ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В БЕЛАРУСЬ

Въездной туризм является значимым фактором развития национальной экономики, способствующим росту валютных поступлений, созданию рабочих мест и формированию позитивного имиджа страны на международной арене. Актуальность исследования определяется тем, что за последние пять лет объем въездного туристического потока в Республику Беларусь сократился более чем в пять раз. Это обстоятельство связано с эпидемиологическими ограничениями, геополитическими факторами, снижением транспортной доступности и сокращением международного авиасообщения.