

местом, а иногда наоборот — разбивает предрассудки (например, айдентика г. Порту (Португалия), в которой дизайнерам удалось избежать клише, а свое место нашли гастрономические специалитеты, фестиваль Sao Joao, портвейн и даже особый акцент северной Португалии) [1].

Примером туристического бренда для нашей столицы может стать «Город Зеленых Аллей», «Место встречи истории и будущего». Эти образы подчеркивают красоту природы города, его зеленые парки и скверы, создавая образ экологически чистого и уютного места для отдыха. Такой бренд может привлечь туристов, которые ценят природу, спокойствие и комфорт в путешествиях. Одним из вариантов возможной айдентики г. Минска может стать работа Nice to Minsk you, созданная компанией Fabula [2], которая, по нашему мнению, является очень удачным примером.

Таким образом, развитие туристического бренда г. Минска может быть полезным направлением в развитии туризма для привлечения большего числа туристов, увеличения доходов от туризма, повышения узнаваемости города на мировой арене и создания позитивного имиджа.

Источники

1. *Мурашко, А.* Брендинг городов: 5 классных примеров / А. Мурашко // 34travel.me. — URL: <https://34travel.me/post/city-branding> (дата обращения: 11.04.2024).

2. Брендинг города Nice to Minsk you // Fabula. — URL: <https://fabula.by/portfolio/brending-prostranstva/nice-to-minsk-you/> (дата обращения: 11.04.2024).

СНИЛ «Тураналитик»

Д. В. Бардашевич, В. А. Буховец

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н. Л. Матусевич

ОНЛАЙН-СЕРВИСЫ БРОНИРОВАНИЯ

В современном мире онлайн-системы бронирования являются неотъемлемой частью повседневного быта. Упрощенный поиск жилья может потребоваться человеку, если он планирует путешествие в незнакомый город или страну. Онлайн-бронирование — удобный и практичный способ бронирования жилья, так как вся информация об отелях собирается и постоянно обновляется внутри системы. Пользователю не нужно заходить на сайт каждого отеля и просматривать его характеристики — за него это сделали алгоритмы системы. Про-

цесс работы в системе заключается в том, чтобы подстроить поисковые запросы человека под его личные нужды и найти ему подходящее жилье. За определенную плату пользователь получает исчерпывающий список, полностью подстроенный под его предпочтения [1].

Основные типы запросов в такой онлайн-системе: стоимость жилья за сутки / месяц, типы номеров, наличие дополнительных удобств или развлечений (например, кондиционер, парковка или бассейн), тип жилья, (например, с отдельной душевой или общей кухней), класс жилья, наличие свободных мест для размещения с определенной даты.

Как известно, наш рынок покинул и сервис бронирования отелей Booking. В пресс-службе объяснили, что компания приостановила работу в Беларуси и России из-за возрастающей сложности ведения бизнеса в этих странах. Несмотря на то что Booking является одним из самых масштабных сервисов по предоставлению туристических услуг, его уход с рынка может стать хорошей возможностью продвинуть свой продукт. При этом в Беларуси и России уже существует несколько платформ, которые в будущем смогут стать полноценной заменой Airbnb и Booking.

Yandex Travel — платформа для бронирования отелей, авиабилетов и туров, которая предлагает удобный интерфейс для поиска и бронирования различных видов размещения и транспорта, организации путешествий и возможность их сравнения. Согласно статистике платформу Yandex Travel посещают миллионы пользователей, оформляется более 20 млн бронирования отелей, билетов и туров каждый месяц. Популярность набирает в России, Испании и Турции.

Agoda — международная онлайн-платформа для бронирования отелей, апартаментов и других видов размещения. Она предлагает широкий выбор вариантов по всему миру, включая авиабилеты, трансферы и активности. Платформа поддерживает 39 языков и предоставляет круглосуточную поддержку клиентов. Agoda была основана в 2005 г., ее штаб-квартира находится в Сингапуре. По данным сайта, за месяц ее посещают более 84 млн чел. (данные на май 2023 г.).

Tripadvisor — отличный инструмент для планирования путешествий. На данном сайте можно купить авиабилеты туда и обратно, забронировать отель и узнать, какие рестораны и достопримечательности находятся поблизости. Кроме того, на сайте размещено огромное количество фотографий и отзывов. По данным, за август 2024 г. Tripadvisor посетили примерно 157 млн раз, оставлено более 1 млрд пользовательских отзывов и оценок [2].

Таким образом, онлайн-бронирование обеспечивает удобство и доступность для пользователей, значительно упрощает процесс планирования поездок, мероприятий и услуг, экономит время, а также способствует повышению эффективности работы компаний.

Источники

1. Где искать отели? — 5 лучших сайтов по бронированию отелей 2023 // Дзен. — URL: <https://dzen.ru/a/ZTi4JibbbRTOB5JG> (дата обращения: 17.11.2024).

2. Любавина, Н. А. Бронирование гостиничных услуг / Н. А. Любавина. — М. : Феникс, 2020. — 327 с.

СНИЛ «Тураналитик»

Д. В. Бардашевич, В. А. Буховец

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **Н. В. Шутилина**, канд. экон. наук, доцент

СУЩНОСТЬ БРЕНДИНГА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ПРОДВИЖЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Брендинг — создание положительного образа компании, распространение и закрепление его в памяти клиента. Брендинг включает целый комплекс маркетинговых мероприятий, направленных на создание, развитие и управление брендом организации. Основные мероприятия, которые часто включаются в стратегию брендинга компании:

- проведение исследований рынка, анализа конкурентов, изучение потребностей и предпочтений целевой аудитории, определение уникальных особенностей и преимуществ компании;
- определение миссии, ценностей, позиционирования и обещания бренда, разработка бренд-платформы, создание бренд-архитектуры;
- разработка логотипа, фирменного стиля, цветовой гаммы, шрифтов, упаковки продукции и других элементов визуальной идентификации;
- производство рекламных материалов, видеороликов, фотографий, текстов для сайта и социальных сетей, контента для маркетинговых кампаний;
- разработка стратегии коммуникаций, проведение PR-кампаний, участие в выставках и конференциях, взаимодействие с журналистами и блогерами;
- проведение маркетинговых и рекламных кампаний, участие в спонсорских проектах, организация мероприятий для клиентов и партнеров;
- мониторинг отзывов и реакций на бренд, работа с обратной связью, управление кризисными ситуациями [1, 67 с.].

Эти мероприятия помогут создать сильный бренд компании, который будет узнаваемым, доверенным и привлекательным для целевой аудитории. Благодаря мероприятиям создается уникальный стиль,