

Современные методы продвижения событий в сфере туризма

Название подхода	Сущность подхода
Использование VR и AR	Создание интерактивных презентаций мероприятий, позволяющих потенциальным участникам «посетить» мероприятие заранее (например, презентации компании «Комбат-туры»)
Influencer-маркетинг	Сотрудничество с популярными блогерами и лидерами мнений (например, тревел-блогер Светлана Краснякова)
Устойчивое экоразвитие	Использование перерабатываемых материалов, минимизация отходов и поддержка местных производителей при организации мероприятия (например, цикл мероприятий «Мы за чистую планету» в заповеднике «Кузнецкий Алатау»)
Геймификация	Разработка приложений для взаимодействия участников и организаторов (например, в рамках квест-мероприятия «Юный турист Кузбасса» «Атвинта» разработала мобильное приложение для маршрутов, заданий и связи с организаторами)

Источники

1. Туризм // Федеральная служба государственной статистики. — URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 17.11.2024).
2. *Смирнов, С. Н.* Состояние и перспективы развития туризма в Российской Федерации / С. Н. Смирнов // КиберЛенинка. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 18.11.2024).

Д. А. Филипенко, В. Н. Черныш
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — П. А. Литвинов

ТРЕНД ЭКОЛОГИЗАЦИИ ОТЕЛЬНОГО БИЗНЕСА

Тренд на экологизацию в гостиничном бизнесе зародился в конце XIX в. из-за растущей осведомленности о проблемах окружающей среды. Однако активное развитие экологических инициатив стало заметным лишь в последние десятилетия, когда гостиничные компании включили экологические практики в свои стратегии, стремясь снизить негативное воздействие на окружающую среду и повысить конкурентоспособность. Экологизация отельного бизнеса проявляется через внедрение энергоэффективных технологий, водосберегающих

устройств, инновационных технологий в систему вентиляции, грамотную утилизацию твердых и жидких отходов, использование натуральных материалов, апсайлинг, стимулирование гостей к экологической ответственности, расположение экоотелей в уникальных природных комплексах.

Мы рассмотрели внедрение экологических технологий в гостиницах за рубежом и в Республике Беларусь с целью выявления используемых крупными гостиничными сетями экологических программ и технологий. Следует отметить, что особенность белорусских экоотелей, экопарков, парк-отелей заключается в том, что они расположены в тихом, вдаль от городской суеты месте, рядом с природными водоемами, что позволяет гостям наслаждаться отдыхом на природе. Вместимость таких отелей составляет от 10 до 50 чел. Питание организуется из экологически чистых продуктов местного производства. В отделке номеров используются преимущественно натуральные материалы (древесина, камень). Экоотель «Кветкі Яблыні» проводит мероприятия по стимулированию экологической ответственности гостей, экоотель «БелльКо» использует экологически чистые технологии для отопления, а экопарк «Акварель» развивает фермерство и агротуризм [1].

Что касается применения экологических практик за рубежом, то можно отметить, что для сети Marriott International характерно размещение табличек для гостей с призывом повторно использовать полотенца и постельное белье, установка дозаторов для мыла и шампуня в номерах. Сеть Shangri-La Hotels and Resorts применяет энергоэффективное оборудование и заменяет пластиковые контейнеры для продуктов на бумажные коробки, пластиковые пакеты — на бумажные. В Hilton London Bankside внедрена система управления освещением и кондиционированием воздуха, которая регулируется автоматически в зависимости от условий в помещении [2].

Таким образом, тренд экологизации отельного бизнеса представляет собой стремление гостиничных компаний к уменьшению негативного воздействия на окружающую среду и внедрению экологически устойчивых практик, которые помогают повысить конкурентоспособность бизнеса, привлечь новых клиентов, а также уменьшить эксплуатационные расходы и повысить эффективность использования ресурсов. Экологизация гостиничного бизнеса в Беларуси развивается относительно недавно. В стране можно внедрить программы по снижению потребления энергии, такие как установка энергосберегающего оборудования и датчиков движения, а также водоэффективные решения, включая водосберегающие сантехнические приборы и технологии очистки воды. Можно рассмотреть использование вторичных материалов для производства новой мебели и предметов. Инновационные системы вентиляции помогут оптимизировать энергозатраты и улучшить качество воздуха в помещениях.

Источники

1. Семейный отдых: экоотели и парк-отели Беларуси // Family.by. — URL: <https://family.by/review/mesto/22705-semeynyy-otdyh-ekooteli-i-park-oteli-belarusi.html> (дата обращения: 20.11.2024).

2. Корнеевец, В. С. Влияние экологических требований на технологии в сфере гостеприимства / В. С. Корнеевец, Д. Р. Кандрацкая // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. — 2022. — № . 4. — С. 5–16.

1-е место по итогам заседания секции

Е. В. Хурденко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **К. Н. Сонич**, канд. социол. наук

КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ГОСТЕПРИИМСТВА В РАЗНЫХ РЕГИОНАХ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИЙ ОПЫТ

Каждая страна обладает своими культурными особенностями, что и придает ей особую ценность. Они позволяют нам понимать и уважать другие культуры, тем самым расширяя кругозор и обогащая свой опыт. Гостеприимство — повсеместно распространенное общественное явление, предполагающее предоставление чужаку (гостю) защиты и заботы. Важные аспекты гостеприимства включают в себя комфорт и удовлетворение потребностей гостя. Гостеприимство играет ключевую роль в сфере туризма.

Создание положительного впечатления для путешественников. Гостеприимство способствует формированию комфортной и приветливой атмосферы, что помогает гостям чувствовать себя уютно и оставляет о месте отдыха самые хорошие воспоминания.

Привлечение и удержание клиентов. Качественное обслуживание и дружелюбие помогают укрепить связь туристов с отелем или другим видом размещения, что, в свою очередь, способствует повторным визитам и положительным отзывам.

Улучшение репутации и конкурентоспособности. Высокий уровень гостеприимства помогает создать имидж места как дружелюбного и приветливого, что привлекает больше клиентов и повышает конкурентные преимущества на туристическом рынке.

Для сравнения уровня гостеприимства в разных регионах рассмотрим Беларусь и Японию. Белорусы известны своим искренним и теплым отношением к гостям. Часто в домах принимают посетителей с большим удовольствием и угощают домашней едой. Одним из лучших примеров белорусского гостеприимства служит Республиканский