

ru/contents/tekuchest-personala-normy-po-otrasliam-i-dolzhnostiam-koeffitsient-tekuchesti-kadrov-formula/ (дата обращения: 21.11.2024).

2. О начисленной средней заработной плате работников Республики Беларусь в июле 2024 г. // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — URL: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/stoimost-rabochey-sily/operativnyedannye/o-nachislennoy-sredney-zarabotnoy-plate-rabotnikov/o-nachislennoy-sredney-zarabotnoy-plate-rabotnikov-respubliki-belarus-v-iyule-2024-g/> (дата обращения: 21.11.2024).

3. Сколько белорусов работает в сфере торговли и какие у них зарплаты // Myfin.by. — URL: <https://myfin.by/article/money/skolko-belorusov-rabotaet-v-sfere-torgovli-i-kakie-u-nih-zarplaty> (дата обращения: 25.11.2024).

М. Д. Марукова

Финансовый университет при Правительстве РФ (Москва)

Научный руководитель — М. Е. Беломестнова, канд. пед. наук, доцент

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ СЕРВИСА В ГОСТИНИЦАХ: ФОКУС НА ГОСТЯХ ИЗ КИТАЯ

В настоящее время вследствие неуклонного роста числа гостиниц повышается конкуренция; чтобы выделиться, компании ориентируются на актуальные тренды. Персонализация становится ключом в достижении успеха, так как учитывает потребности различных групп путешественников. Китайские туристы являются многочисленными, заметными и активными участниками мирового туристского рынка, поэтому представляют для российских отелей особый интерес.

Глобализация и динамичное развитие международного туризма диктуют свои условия, необходимость адаптации средств размещения к требованиям китайских гостей становится очевидной. За изменениями идут положительные результаты, и гостиницы, готовые учитывать культурные особенности и предпочтения своих клиентов, смогут не только повысить уровень обслуживания, но и значительно увеличить свою прибыль.

С восстановлением туристской индустрии после пандемии COVID-19 наблюдается увеличение интереса китайцев к поездкам в Россию. По данным пограничной службы Российской Федерации, с января по сентябрь 2024 г. было зафиксировано 731,8 тыс. визитов китайских туристов [1]. Такой спрос связан с открытием границ, улучшением туристской инфраструктуры и облегчением визового режима. Китайские граждане, составляющие значительную часть населения мира, обладают значительным покупательским потенциалом. Еще в допандемийный период ЦБ заявил, что за I квартал 2019 г. туристы

из Китая потратили в России 264 млн долл. США [1]. Таким образом, чтобы развиваться, отелям необходимо обращать внимание на желания и вкусы китайских гостей.

Во время поездок китайские туристские группы стремятся к безопасности и комфорту, поэтому выбирают отели категорий 3–5 звезд. Они предпочитают те из них, где могут получить высокий уровень обслуживания по доступным ценам.

Знание китайского языка персоналом обеспечивает гостеприимный и уважительный сервис. Не стоит также забывать про этикет и традиции, которые могут в значительной степени повлиять на впечатление отдыхающих. Наличие рекламных брошюр и буклетов на родном языке станет приятным бонусом для китайцев. Китайская кухня может стать важным фактором при выборе отеля. Туристы из Китая часто ищут знакомую еду, поэтому включение в меню традиционных китайских блюд расположит к себе гостей. Жители Китая активно взаимодействуют с цифровым пространством. Так, использование чат-ботов и размещение бронирования на китайских платформах, сайтах, в социальных сетях улучшает взаимодействие и положительно влияет на репутацию бизнеса.

Гостиничная индустрия стоит на пороге значительных преобразований, обусловленных новыми тенденциями и растущим интересом со стороны китайских туристов. Таким образом, чтобы гостиничному бизнесу развиваться, необходимо принимать во внимание национальные характеристики и менталитет клиентов из Китая.

Источник

1. Ассоциация туроператоров : [сайт]. — Москва, 2007–2024. — URL: <https://www.atorus.ru/> (дата обращения: 25.11.2024).

А. Н. Марченко
БГУФК (Минск)

Научный руководитель — А. А. Варвашеня, канд. экон. наук

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ КАК УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО БРЕНДА

Разнообразные виды туризма в Беларуси представляют собой широкий спектр возможностей для развития и повышения привлекательности страны как туристического направления.

Событийный туризм в Республике Беларусь характеризуется значительными перспективами, обусловленными наличием множества национальных праздников, что создает возможности для организации разнообразных мероприятий. Одними из ярких примеров явля-