

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ (НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЦЫ «БЕЛАРУСЬ»)

Гостиничное дело в Республике Беларусь развивается с большой скоростью. Для того чтобы предприятие имело потенциал, нужно учитывать все стороны его проектирования, включая и его стиль. Проблема формирования фирменного стиля — процесс, находящийся в сфере постоянного активного внимания. Это тот фактор, который влияет на конкурентоспособность гостиницы: маркетинговую позицию; ценообразование и имидж гостиничных услуг. Поэтому очень важно искать пути совершенствования фирменного стиля и продвигать бренд отеля.

Цель работы: исследовать фирменный стиль гостиницы «Беларусь» и определить пути его совершенствования для повышения экономической эффективности гостиницы. Предмет исследования — формирование фирменного стиля гостиницы. Объект исследования — гостиница «Беларусь».

По итогам проведенного исследования было выявлено, что основу фирменного стиля гостиницы «Беларусь» составляют цвето-графические элементы: логотип; уникальный дизайн предприятия; корпоративная униформа; фирменные цвета (синий и белый); рекламные сувениры (ручки, ежедневники, календари). Для совершенствования фирменного стиля в гостинице «Беларусь» предлагаются следующие мероприятия:

1. Внедрение аудиомаркетинга — это прекрасная возможность увеличить рентабельность гостиничного предприятия. Поэтому для гостиницы «Беларусь» было предложено обратить внимание на музыкальное сопровождение в холле гостиницы, сделать акцент на классической музыке и ранжировать ее в зависимости от времени суток. Ведь доказано, что музыка, в случае ее положительного воздействия, способствует выработке эндорфина (гормона удовольствия).

2. Event-marketing представляет собой целый комплекс инструментов, направленный на продвижение гостиницы с помощью проведения разного рода мероприятий: от корпоративов и семинаров до тренингов и мастер-классов, что, в свою очередь, способствует узнаваемости бренда гостиницы и повышению лояльности гостей.

3. Использование мультимедийных технологий — создание и использование электронных каталогов, мультимедийных справочников, а также виртуальных туров по гостинице.

4. Внедрение голосового помощника — Alexa for Hospitality от компании Amazon. Данный сервис реализован на базе умных колонок Echo, которые устанавливаются в каждом номере и настраиваются

непосредственно под специфику и потребности конкретного гостиничного объекта.

Для того чтобы оценить эффект от рассмотренных нововведений по фирменному стилю для гостиницы «Беларусь», был применен метод экспертных оценок. Анализируя баллы экспертов, было посчитано среднее арифметическое значение по каждому предложению. Наиболее эффективным предложением эксперты считают event-marketing, за ним следуют мультимедийные технологии, далее аудиомаркетинг. Голосовой помощник Alexa for Hospitality, по мнению экспертов, занимает последнюю строчку в рейтинге инноваций.

Таким образом, фирменный стиль необходимо подкреплять различными нововведениями, что улучшит качество и уровень обслуживания гостей, а также позволит повысить уровень рентабельности гостиницы.

А. В. Яниславская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. В. Кармызов

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, ФОРМИРУЕМЫЕ НА ОСНОВЕ ОБЛАДАНИЯ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ

Товарная политика является составной частью маркетинговой стратегии и представляет собой комплекс мероприятий по развитию ассортимента, созданию новых товаров и исключению из производственной программы тех товаров, которые утратили свой потребительский спрос, разработке новой упаковки и брэнда товара. Разработка товарной политики для каждой организации в современных условиях и выработка своей рыночной стратегии являются важным направлением в их деятельности.

Товарная политика — определенный набор действий или заранее обдуманных методов и принципов деятельности, благодаря которым обеспечивается преемственность и целеустремленность мер по формированию и управлению ассортиментом товаров.

Перечень формируемых конкурентных преимуществ включает в себя: формирование ассортимента товаров, максимально соответствующих предпочтениям потребителей, его своевременное обновление, что позволяет увеличить товарооборот и прибыль, обеспечить высокую рентабельность; сравнительно более высокий уровень лояльности клиентов, положительный имидж на рынке; наличие тактики и стратегии рыночного поведения и позиционирования реализуемой продукции (товаров, работ, услуг); наличие разработанных алгоритмов действий на случай возможных изменений.