

УДК 656.228:640.4(476.6)

**АСАБЛІВАСЦІ РЭКЛАМНАЙ ДЗЕЙНАСЦІ ГАСЦІНІЧНАГА ПРАДПРЫЕМСТВА  
“КРОНАН ПАРК АТЭЛЬ” ГОРАДА ГРОДНА**

*А.А. Аляхновіч, 4 курс*

*Навуковы кіраўнік – У.А. Жылко, к.культ.н.*

*Гродзенскі дзяржаўны ўніверсітэт імя Янкі Купалы*

У апошнія дзесяцігоддзі сфера паслуг заняла дамінуючыя над вытворчасцю пазіцыі. Яна лідзіруе як па колькасці працоўных месцаў, так і па прыбытковасці. Немалаважнай часткай сферы паслуг з'яўляецца гасцінічны бізнес. У сучасных умовах, калі ўзровень развіцця рынку забяспечвае высокую ступень канкурэнцыі, кожны прадавец імкнецца прывабіць пакупніка і заняць сваю рынкавую нішу, рэклама можа паслужыць вырашальным фактарам канкурэнтнай барацьбы.

Картэр Г. вызначае рэкламу як від дзейнасці, альбо вырабленую ў яе выніку прадукцыя, мэтай якой з'яўляецца рэалізацыя збытавых і іншых задач прадпрыемстваў і грамадскіх арганізацый шляхам распаўсюджвання інфармацыі, сфарміраванай такім чынам, каб аказаць ўзмоцненае

ўздзеянне на масавую або індывідуальную свядомасць, выклікаючы зададзеную рэакцыю абранай спажывецкай аўдыторыі [1, с. 287].

Аналіз паказвае, што поспех гасцініцы вызначае клопат пра кліента. У турыстычным і гасцінічным бізнэсе набываецца паслуга. Гасцініца павінна гарантаваць гасцю такі комплекс паслуг, каб ён адчуваў сябе камфортна і спакойна. Рэклама сферы гасцінічных паслуг разлічана на патэнцыйных спажыўцоў-турыстаў – на асоб, якія жадаюць спыніцца ў гасцініцы па прычынах службовых камандзіровак, наведвання з'ездаў, кангрэсаў, сімпозіумаў, адпачынку, лячэння, забаў, вучобы, па сямейных і рэлігійных прычынах. У горадзе Гродна адным з папулярных гасцінічных прадпрыемстваў з'яўляецца “Кронан Парк Атэль”.

Гасцінічнае прадпрыемства “Кронан Парк Атэль” знаходзіцца ў лесапарку “Пышкі” – дастаткова маляўнічым месцы. Гэта запаветны лес, размешчаны на высокім правым беразе ракі Нёман, на ўскрайку горада Гродна. Улічваючы важную ролю рэкламы ў прамоцыі паслуг, гасцінічным прадпрыемствам “Кронан Парк Атэль” на працягу ўсяго тэрміну яго існавання ажыццяўлялася рэкламная дзейнасць, асаблівасці якой будуць разгледзены ў дадзеным артыкуле.

Для таго каб выдзеліцца на рынку, гасцініца павінна адабраць мэтавыя рынкі, даследаваць іх патрэбы, а затым асцярожна падрыхтаваць пасланне да сваіх патэнцыйных спажыўцоў, выбраўшы пры гэтым неабходныя сродкі рэкламы, якія найбольш эфектыўна паўплываюць на дадзены сегмент.

Да асноўных мэтаў арганізацыі рэкламных мерапрыемстваў “Кронан Парк Атэль” адносяцца:

- фарміраванне іміджу прадпрыемства;
- знаёмства патэнцыйных спажыўцоў з асаблівасцямі прапанаваных паслуг;
- пацверджанне іміджу і дасведчанасці спажыўцоў.

Арганізатарам і адказным за рэкламную дзейнасць разглядаемага прадпрыемства з'яўляецца маркеталаг гасцініцы “Кронан Парк Атэль”. Выступаючы ў ролі рэкламадаўцы, ім вядзецца наступная дзейнасць:

- вызначэнне мэтаў рэкламнай кампаніі;
- распрацоўка бюджэту рэкламнай кампаніі;
- ажыццяўленне выбару сродкаў рэкламы;
- падрыхтоўка зыходных рэкламных матэрыялаў;
- зацвярджэнне макетаў і рэкламных матэрыялаў рэкламных службаў;
- аплата рахункаў за рэкламныя паслугі.

Пры рэкламаванні паслуг гасцінічнаму прадпрыемству неабходна кіравацца прынцыпам, што рэклама сама па сабе не здольная кампенсаваць нізкую якасць паслуг. І, вядома, трэба мець на ўвазе, што задаволены абслугоўваннем кліент таксама адначасова выступае патэнцыйным рэкламным агентам.

Асаблівае месца ў гасцініцы нададзена рэкламе платных і бясплатных паслуг. Для гэтага часцей за ўсё выкарыстоўваюцца светлавыя стэнды з назвамі паслуг і дапоўненыя сімвалічным іх малюнкавым суправаджэннем, якія зразумелы кожнаму, а таксама фотастэнды з адпаведнымі надпісамі. Для зручнасці і арыентацыі ў незнаёмым горадзе турысту дапаможа спецыяльна аформленая мапа, на якой на аснове спрошчанай схемы горада пазначаныя найбольш вядомыя архітэктурныя і грамадскія будынкi і лініі транспарту ад гасцініцы да гэтых аб'ектаў. На дадзенай мапе сярод пазначаных аб'ектаў з'яўляецца і “Кронан Парк Атэль”.

Што датычыцца знешняй рэкламы, “Кронан Парк Атэль” рэкламуе сябе ў асноўным праз Інтэрнэт. Кампанія мае афіцыйны сайт, на якім размешчана інфармацыя аб паслугах, цэнах і месцазнаходжанні гасцініцы, а таксама прадастаўлена магчымасць забраніраваць нумар [2]. Сайт гасцініцы з'яўляецца важным каналам рэкламы і продажаў нумароў. Для большай зручнасці і для шырокага ахопу распрацаваны рэкламныя банэры.

Пры ажыццяўленні рэкламна-інфармацыйнай палітыкі “Кронан Парк Атэль” важна пастаянна падтрымліваць і развіваць канструктыўны дыялог з вядучымі сродкамі масавай інфармацыі. Маркеталагам гасцініцы гэтае патрабаванне ўлічана. На дадзены момант рэкламна-выдавецкім аддзелам час ад часу размяшчаюцца іміджавыя артыкулы ў СМІ і рэгулярна даецца бясплатная рэклама ў вялікай колькасці выданняў. Але дадзеная дзейнасць павінна быць пастаяннай. Асноўныя іншыя крыніцы, дзе можна сустрэць аб'явы атэля, гэта booking.com, газета “Наш горад Гродна”, газета “Вячэрні Гродна”. Уся рэклама “Кронан Парк Атэль” вытрыманая ў фірмовым стылі. Асаблівая ўвага надаецца рэкламе на электронных носбітах і ў сеціве Інтэрнэт, што з'яўляецца самым сучасным і перспектыўным сродкам рэкламы.

Таксама ў якасці рэкламы гасцініца “Кронан Парк Атэль” выкарыстоўвае мноства сувеніраў. Гэта і канцылярскія прылады, і іншыя прыемныя дробязі, якія гасцініца дорыць сваім кліентам. Прадметы побыту, спецыяльна зробленыя для дадзенага гатэля, таксама з’яўляюцца своеасаблівай рэкламай. Лагатыпы гатэля ставяцца літаральна на ўсё: на спецыяльныя флакончыкі для лазневых прыладаў, сурвэткі, запалкі, вокладкі меню ў рэстаране. Гэтая тэндэнцыя асабліва актуальная для рэчаў, якія турыст можа забраць з сабой: шампунь, мапа горада, падарункавы музычны дыск, нататнік, ручка, паштоўка. Гігіенічныя аксэсуары гасцінічнага нумара “Кронан Парк Атэль”: мыла, ручнікі, халаты – таксама пазначаны сімволікай гасцініцы.

Аналізуючы досвед рэкламнай дзейнасці “Кронан Парк Атэль”, можна зрабіць наступныя высновы:

- ў цэлым рэкламная кампанія паўплывала на пазнавальнасць прапанаванага прадпрыемствам брэнда;
- колькасць спажыўцоў паслуг кампаніі ўзрастае;
- гасцінічнае прадпрыемства “знаходзіць” свайго спажыўца.

Гасцінічная рэклама, перш за ўсё, павінна адказваць прызначэнню гасцініцы, яе мэта – дапамагчы гасцям лягчэй арыентавацца ў горадзе, на тэрыторыі і ў будынку гасцініцы, інфармаваць іх аб выгодах і паслугах, якія прадстаўляюцца прадпрыемствам, аб месцы знаходжання і часе працы розных звёнаў абслугоўвання (рэстарана, бара, цырульні, пошты, кіёскаў, пунктаў пракату).

Сярод рэкамендацый па ўдасканаленні рэкламнай дзейнасці разглядаемага гасцінічнага прадпрыемства можна назваць неабходнасць весці працу з журналістамі, каб у сваіх рэпартажах пра мерапрыемствы ў “Кронан Парк Атэль” яны абавязкова згадвалі, дзе праводзіцца гэтае мерапрыемства, давалі станоўчую ацэнку гасцініцы, як месца правядзення грамадска-дзелавых і культурных мерапрыемстваў і пашыралі давер кліента да кампаніі і яе дзейнасці. Правядзення ў гатэлі розных трэнінгаў і выставаў таксама будзе спрыяць прывабліванню новых кліентаў. Варта падкрэсліць, што

Такім чынам, можна заўважыць, што “Кронан Парк Атэль” рухаецца ў правільным накірунку ў рэкламнай галіне. Найперш, за кошт таго, што ў атэлі за рэкламу адказвае прафесійна падрыхтаваны адмыслоўца. Варта падкрэсліць разнастайнасць выкарыстоўваемых атэлем рэкламных сродкаў: у першую чаргу, гэта граматы і зручна аформлены сайт, прадстаўлены на розных мовах, дзе кліент атрымае цікавую для яго інфармацыю, без складанага і працяглага пошуку. Таксама прадпрыемства шырока прадстаўляе рэкламу па-за сецівам: у прэсе, на тэлебачанні, вонкавую рэкламу, друкаваную і сувенірную прадукцыю.

### **Спіс выкарыстаных крыніц**

1. Картер, Г. Эффективная реклама / Г. Картер. – М. : Перспектива, 2008. – 460 с.
2. Кронон Парк Отель [Электронный ресурс] / 2008. – Режим доступа: <http://kronon.by/ru/> Дата доступа : 3.03.2019.