

**ОРГАНИЗАЦИЯ СУВЕНИРНОГО КИОСКА
ПРИ ГОСТИНИЦЕ КАК СРЕДСТВО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА**

А. П. Равковская

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Л. Л. Соловьева, канд. экон. наук, доцент

Сувенирные киоски как дополнительный источник дохода для небольшой гостиницы – широко распространенное явление в различных курортных городах, туристических городах с множеством достопримечательностей. В сувенирной лавке клиенты смогут приобрести любые национальные сувениры на память о месте проживания прямо в гостинице. Это позволит клиентам сэкономить время на поиске сувениров, и принесет дополнительную прибыль гостинице [1].

Целью данных исследований является обоснование возможности открытия сувенирного киоска при гостинице.

Наша сувенирная лавка будет, например, находиться на ресепшене, а оплатить купленные сувениры можно будет у одного из администраторов гостиницы. Такой подход позволит сократить затраты на открытие сувенирной лавки за счет использования существующего кассового аппарата и отсутствия необходимости введения должности кассира. Следовательно, основные затраты на организацию сувенирной лавки при гостинице связаны с покупкой витрины для сувенирных изделий, а также с закупкой конкретных сувениров.

Сравнив цены на витрины для сувенирной продукции среди белорусских поставщиков, было решено купить витрину из ДСП серии «классик» у ЧПУП «Кузнецов-мебель». По желанию заказчика организация осуществляет поставки в разные города республики, а также гарантирует доставку товара в течение 5–10 дней.

В табл. 1 представлен примерный перечень сувенирной продукции, необходимой для открытия сувенирной лавки.

Таблица 1

Перечень сувенирной продукции для лавки

Тип сувенирной продукции	Цена закупки	Количество изделий	Стоимость сувенирной продукции
Календари карманные	0,2	100	20
Брелоки акриловые	0,6	30	18
Магниты малые	0,7	30	21

Окончание табл. 1

Тип сувенирной продукции	Цена закупки	Количество изделий	Стоимость сувенирной продукции
Блоки для записей на магните	1,2	30	36
Магниты большие	1,2	30	36
Брелоки-открывалки	1,2	30	36
Кружки	3,6	30	108
Блокнот (а5, 48 л.)	4,5	20	90
<i>Итого</i>			365

Приобретать сувениры для лавки стоит у ООО «ВиКоВест» – белорусского предприятия, которое занимается разработкой и поставкой белорусских сувениров, так как у этого производителя самые низкие цены на необходимую продукцию, бесплатная доставка по всей Беларуси, и к тому же при долгосрочном сотрудничестве фирма предоставляет скидки своим клиентам. Основные типы сувенирной продукции, которые предполагается реализовывать через сувенирную лавку при гостинице, приведены в табл. 2.

Таблица 2

Расчет приблизительных цен для сувенирных изделий

Тип сувенирной продукции	Цена закупки	Наценка, 40 %	Цена продажи
Календари карманные	0,2	0,08	0,28
Брелоки акриловые	0,6	0,24	0,84
Магниты малые	0,7	0,28	0,98
Блоки для записей на магните	1,2	0,48	1,68
Магниты большие	1,2	0,48	1,68
Брелоки-открывалки	1,2	0,48	1,68
Кружки	3,6	1,44	5,04
Блокнот (а5, 48 л.)	4,5	1,8	6,3
Среднее значение	–	–	2,31

Наценка на приобретенные сувениры может составлять 40 % на первоначальном этапе, в дальнейшем, когда гостиница получит скидку у производителя, наценку можно будет увеличить до 50 %.

Опрос клиентов гостиницы показал, что приобрести сувенирную продукцию хотел бы каждый третий клиент. В ходе опроса выяснилось, что совершенно точно в приобретении изделий в сувенирной лавке при гостинице заинтересованы 44 % клиентов гостиницы. При этом около 29 % постояльцев отметили, что хотели бы приобрести памятный сувенир, если на него будет установлена соответствующая невысокая цена. Таким образом, при сохранении среднемесячной загрузки гостиницы хотя бы в 60 человек, приобретать сувенирную продукцию в гостинице будут 26 человек в месяц (44 %), даже если они приобретут минимум по одному сувениру, то в месяц гостиница будет продавать примерно 26 сувенирных изделий.

Средняя цена на сувениры при продаже будет составлять 2,31 бел. р. Прибыль в год от сувенирной лавки составит:

$$\text{Пр} = \text{Ц} \cdot \text{К} \cdot 12, \quad (1)$$

где Ц – средняя цена сувенирных изделий; К – количество реализованных изделий, месяц.
Отсюда

$$\text{Пр} = 2,31 \cdot 26 \cdot 12 = 720,72 \text{ бел. р.}$$

Так как продажу будет осуществлять администратор, и отдельно приобретения кассового аппарата не требуется, то затраты на открытие сувенирного киоска при гостинице включают в себя только цену витрины для сувениров – 263 р. Годовой экономический эффект от открытия сувенирного киоска при гостинице рассчитаем следующим образом:

$$\text{Э}_{\text{эф}} = \text{Пр} - 3, \quad (2)$$

где Пр – дополнительная прибыль за год; 3 – затраты на покупку необходимого оборудования (витрины).

Отсюда

$$\text{Э}_{\text{эф}} = 720,72 - 263 = 457,72 \text{ бел. р.}$$

Годовой экономический эффект от открытия сувенирного киоска при гостинице равен 457,72 бел. р. Эти простые расчеты показывают экономическую эффективность открытия сувенирного киоска при небольшой гостинице или мини-отеле (загрузка всего 60 человек в месяц). Кроме того, работа указанного ларька при грамотной реализации концепта такого киоска и правильном подборе наименований – это один из эффективнейших способов рекламы отеля и завоевания лояльности клиента.

Л и т е р а т у р а

1. Щербаков Н. Сувенирный киоск: дополнительный доход и реклама отеля / Н. Щербаков // Акад. гостеприимства. – 2018. – № 1. – С. 56.