

3. Реклама у блогеров. Блогеры – это люди, которые имеют влияние на широкую аудиторию. Люди доверяют им, а это очень важно. Вы можете привлечь известную персону, которая облегчит вам:

- узнаваемость компании;
- увеличение продаж;
- новых клиентов.

Одно из основных преимуществ SMM заключается в том, что при его использовании появляется возможность точно воздействовать на целевую аудиторию наиболее подходящими способами коммуникации, выбирать платформы и сервисы, где нужный контингент представлен в наибольшей степени. При этом не заинтересованные в определенной рекламе пользователи затрагиваются минимальным образом. Стоит заметить, что SMM применяется не только в отношении товаров и услуг, но и активно используется средствами массовой информации. СМИ создают аккаунты в социальных сетях, размещают свой контент и собирают подписчиков (читателей своего продукта).

На современном этапе развития рынка поиск и реализация новых и оригинальных идей являются важными условиями успешного продвижения. SMM дает возможность компании выделиться из большого количества конкурентов, привлечь внимание потенциальных потребителей, а также заметно снизить затраты на традиционную рекламу. Инструментарий для этого достаточно широкий, что позволяет компании выбирать наиболее подходящие методы и инструменты, основываясь на ее индивидуальных особенностях и потенциале. SMM – один из актуальных, нестандартных способов продвижения, позволяющих активно распространять информацию о компании или ее товарах и услугах в интернет-пространстве. Однако маркетологам не стоит забывать и о других возможностях Интернета, особенно в случае работы с более возрастной аудиторией.

Интернет «открывает двери» практически во все сферы, содействует социально-экономическому развитию, создает пространство, границы которого постоянно расширяются, влияя на мировые рынки. Это должно поспособствовать внедрению SMM-специалистов на белорусских предприятиях [3].

Л и т е р а т у р а

1. Вебер, Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети / Л. Вебер. – 2-е изд. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 320 с.
2. Влияние через социальные сети / В. Чернец [и др.]. – М. : ФОКУС_МЕДИА, 2010. – 200 с.
3. Buffer. State of social. A report by Buffer in partnership with Social Chain. – 2019. – Mode of access: <https://buffer.com/state-of-social-2019>. – Date of access: 02.04.2024.

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА (НА ПРИМЕРЕ ГОМЕЛЬСКОГО РЕГИОНА)

А. А. Деревяго

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

Научный руководитель О. В. Лапицкая

Рассмотрены рост гостиничной индустрии с упором на классификации гостиниц, коэффициент загрузки гостиниц, которые повлияли на ее развитие. Установлено, что за последние несколько лет количество гостиниц и аналогичных средств размещения в Гомельской области значительно увеличилось.

Ключевые слова: гостиницы, сертификация, классификация, размещение.

Цель исследования – анализ состояния гостиничного хозяйства Гомельского региона.

В Беларуси представлены гостиницы различного уровня сервиса. В настоящее время в стране проводится добровольная сертификация гостиниц с установлением международной категории классификации по «звездам» (от одной до пяти «звезд» в соответствии с требованиями международного стандарта «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц» в части требований к зданию, прилегающей территории, номерному фонду, техническом оснащении, набору предоставляемых услуги и т. д.).

Характерной чертой для большинства гостиниц Гомельской области является отсутствие единой классификации (большинство не имеют даже класса «однотрехзвездочной»). Работы по сертификации услуг гостиниц и их классификации в Беларуси начались в 1999 г. и носят необязательный характер. Среди гостиниц Гомеля и Гомельской области лишь четыре прошли аттестацию с присвоением «трех звезд». Что касается других, действующих в городе и областях гостиницах, то они не удовлетворяют требованиям действующего стандарта – от площади номеров (малая площадь) до подготовки гостиничного персонала. Некоторые направляют персонал на учебу в целях повышения квалификации.

Проведение сертификации с одновременной классификацией гостиниц по категориям и разрядам позволяет потребителям достаточно точно представлять уровень обслуживания и оказываемых услуг в гостинице. Сертификация гостиницы и присвоение ей определенного класса – главное условие привлечения иностранных туристов.

Рассмотрим таблицу распределение гостиниц, гостиничных и туристско-гостиничных комплексов по категориям Гомельской области по годам (табл. 1).

Таблица 1

Распределение гостиниц, гостиничных и туристско-гостиничных комплексов по Гомельской области в 2020–2022 гг.

Категории	Гостиницы		
	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Всего	53	52	52
*****	–	–	–
****	–	–	–
***	2	4	3
**	–	–	–
Без категории	51	48	49

Примечание. Источник [1, с. 22].

Проанализировав распределение гостиниц и аналогичных средств размещения по типам, можно сделать вывод о том, что указанные средства размещения без категории составляют наибольшее количество.

Гостиницы находятся в различных формах собственности и ведомственных подчинениях, а также отличаются по уровню обслуживания и ценам. При гостиницах, которым присвоена категория «три звезды», высший и первый разряды – распо-

лагаются рестораны и кафе. Такие гостиницы оказывают своим клиентам услуги по организации досуга, услуги спортивно-оздоровительного характера (спутниковое телевидение, экскурсионное обслуживание, фитнес-центры, залы совещаний, конференц-залы и т. п.). Необходимо отметить, что предоставление услуг по общественному питанию при гостиницах почти полностью отсутствует в районах области [2].

За последние несколько лет количество гостиниц и аналогичных средств размещения в Гомельской области значительно увеличилось (табл. 2).

Таблица 2

**Число гостиниц и аналогичных средств размещения
по Гомельской области за 2020–2022 гг.**

Год	Число гостиниц и аналогичных средств размещения в Гомельской области		
	Всего	Из них работают	
		Весь год	Сезонно
2020	75	74	1
2021	77	76	1
2022	77	76	1

Примечание. Источник [1, с. 23].

Из данных табл. 2 видно, что за 2021 г. на две гостиницы стало больше, однако за 2022 г. никаких изменений не наблюдается. Это может быть связано с тем, что число отелей продолжает увеличиваться – это приводит к критически низким показателям заполняемости.

Таблица 3

**Единовременная вместимость и коэффициент загрузки гостиниц
и аналогичных средств размещения по Гомельской области за 2020–2022 гг.**

Год	Единовременная вместимость гостиниц и аналогичных средств размещения, мест	Коэффициент загрузки гостиниц и аналогичных средств размещения, %
2020	4261	19,2
2021	4151	22,8
2022	4022	23,1

Примечание. Источник [1, с. 24].

Исходя из табл. 3 понятно, что коэффициент загрузки гостиниц и аналогичных средств размещения по Гомельской области растет (с 2020 г. по 2022 г. коэффициент загрузки гостиниц и аналогичных средств размещения увеличился на 4 %, что хорошо сказывается на выручке гостиничного хозяйства).

Базой для установления цен за проживание в гостинице по конкретным номерам и местам является средняя цена одного места проживания. Для определения цены за проживание в гостинице необходимо средний тариф умножить на коэффициент категорийности номеров.

Отообразим в табл. 4 сведения о размещенных лицах и выручке от размещения в гостиницах и аналогичных средствах размещения по Гомельской области за 2020–2022 гг. (табл. 4).

Таблица 4

**Сведения о размещенных лицах и выручке от размещения в гостиницах
и аналогичных средствах размещения по Гомельской области
за 2020–2022 гг.**

Гомельская область	Размещено, чел.			Предоставлено койко-суток, ед.			Выручка от размещения, тыс. руб.		
	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Граждане Республики Беларусь	99410	130950	126389	246941	290085	254159	6918	9114	9089
Граждане из других государств	19797	21527	36102	51931	54814	84859	2247	2752	4390
<i>Всего</i>	119207	152477	162491	298872	344900	339018	9165	11866	13479

Примечание. Источник [1, с. 28].

Исходя из табл. 4, сделаем вывод, что наибольшее количество размещенных лиц в гостинице – граждане Беларуси. Это свидетельствует о том, что заселение гостиниц осуществляется в основном благодаря внутренним туристам.

В 2023 г. в Республике Беларусь проходили II Игры стран СНГ. В Гомельской области для проведения данных игр определены две площадки – в Гомеле и Жлобине. Разместили участников Игр в двух городских гостиницах – отеле «АМАКС визит» (бывший «Уют») на улице Киселева и в гостинице «Турист» на улице Советской. В первую – заехали 45 человек, во вторую – почти 200. В Жлобине более 300 человек были размещены в гостиничном комплексе «Днепровская жемчужина». Благодаря Играм, которые проходили в Гомельской области, гостиницы полностью заполнились, вместе с этим выросла выручка от размещения [3].

На основе анализа деятельности гостиничного хозяйства Гомельской области можно заключить, что гостиничное хозяйство растет. Несмотря на COVID-19 в 2020–2022 гг., заполняемость гостиниц – высокая. Также благодаря проходившим II Играм стран СНГ заполняемость гостиниц выросла, в результате – увеличилась выручка размещения.

Литература

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. 2020–2022 гг. – Гомель : Белстат, 2022. – С. 22–28.
2. Карчевская, Е. Н. Анализ развития гостиничной инфраструктуры Гомельского региона / Е. Н. Карчевская // Вестн. Гомел. гос. техн. ун-та им. П. О. Сухого. – 2004. – № 1. – С. 55–60.
3. Гомельский областной исполнительный комитет. – Режим доступа: <https://gomel-region.by>. – Дата доступа: 11.02.2024.