

**А. Д. КИРБАЙ**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. А. Казущик,**

канд. экон. наук, доц.

## **МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН РАЗВИТИЯ МУЗЕЙНО-ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА В ДЕРЕВНЕ ХАЛЬЧ ВЕТКОВСКОГО РАЙОНА**

Перспективным направлением развития въездного туризма Ветковского района является создание на базе деревни Хальч музейно-гостиничного комплекса.

Комплекс бывшей усадьбы в деревне Хальч является материальной недвижимой историко-культурной ценностью 2 категории и включает в себя дворец, хозяйственные постройки, парк [1].

Традиционный усадебный комплекс с пейзажным парком, фруктовым садом, фольварком и хозяйственными сооружениями был построен в XIX в. в стиле позднего классицизма [2, С. 130]. До наших дней сохранились лишь усадьба, требующая проведения ремонтно-реставрационных работ, и остатки пейзажного парка. Выгодное

территориальное расположение – на окраине деревни Хальч, в 15 км от областного центра, на кромке обрывистого спуска к реке Сож – делает возможным развитие на приусадебной территории различных видов туризма. Тем не менее проведенный анализ показал, что препятствующим фактором является наличие на участке других исторических ценностей, а именно: городища периода раннего железного века и братской могилы советских воинов. Согласно статье 109 Кодекса о культуре Республики Беларусь, осуществление деятельности, которая может оказать воздействие на материальную историко-культурную ценность, требует согласования с Министерством Культуры Республики Беларусь и получения соответствующего заключения Рады, если затрудняет обустройство приусадебного участка. С учетом особенностей территории наиболее перспективным направлением развития комплекса является адаптация усадьбы под музейно-гостиничную сферу с применением метода установления цены на основе текущих цен на рынке.

Непосредственно дворец представляет собой двухэтажное кирпичное сооружение пространственно-осевой композиции, с двумя трассами и пристройкой, общей площадью более 1033 м<sup>2</sup>. Следовательно, объем достаточный для размещения как выставочно-экспозиционных залов, так и для организации мест временного проживания туристов. Кроме того, объекты с внедрением подобных маркетинговых решений в Республике Беларусь не многочисленны, это предоставляет собственнику относительную свободу с точки зрения ценообразования и позиционирования на рынке.

Этапы маркетингового планирования по развитию музейно-гостиничного комплекса в деревне Хальч Ветковского района следующие.

1 Ситуационный маркетинговый анализ. Метод SWOT-анализа позволяет рассмотреть сильные и слабые стороны, которые характеризуют внутреннюю микросреду, а также возможности и угрозы, исходящие извне. Комплексный анализ рынка позволяет спрогнозировать показатели текущего и перспективного спроса, в том числе для резидентов и нерезидентов Республики Беларусь, показатели ёмкости рынка, эластичности спроса по цене и доходу. При проведении SWOT-анализа важно не просто обозначить все четыре составляющих метода, но также рассмотреть их во взаимной связи с точки зрения вероятности наступления события, достижения результата.

2 Постановка целей и задач, разработка миссии. Миссия – это цель, объединяющая в себе множество аспектов деятельности организации с учетом интересов потребителей, стейкхолдеров. Определение миссии является ключевым этапом процесса целеполагания.

3 Комплексный анализ рынка. Систематический анализ позволяет изучить информацию о складывающейся рыночной конъюнктуре, трендах развития туристического рынка, а значит, и быстро реагировать на колебания рынка.

4 Разработка маркетинговых стратегий поведения в конкурентной среде по направлениям: товарный, ценовой, коммуникационный аспект.

5 Создание и регулярное обновление сайта музейно-гостиничного комплекса в деревне Хальч Ветковского района. Рассмотрение возможности реализации SMM-маркетинга, в качестве приоритетных направлений – ведение аккаунтов в социальных сетях Инстаграм и Одноклассники.

6 Разработка и внедрение рекламной стратегии. Путем прямого и косвенного воздействия на целевую аудиторию рекламные мероприятия способствуют расширению потенциальной клиентской базы. При этом ключевым фактором в позиционировании является подбор рекламных каналов, а также создание стратегии продвижения в социальных сетях.

7 Реализация кобрендинга с существующими на данный момент брендами Ветковского района и создание новых, например, путем внедрения линейки новой сувенирной продукции на существующий рынок.

8 Систематический сбор контактов и расширение партнёрских связей на территории самой Республики Беларусь, и за ее пределами.

Таким образом, ключевой задачей для музейно-гостиничного комплекса в деревне Хальч Ветковского района Гомельской области является акцент на маркетинговую стратегию развития. Данный комплекс может позиционироваться как единственный в Беларуси объект, на базе которого возможно развитие различных видов туризма – от активного отдыха до культурно-познавательного, с одновременным предоставлением услуг по временному размещению.

#### Список использованной литературы

1 Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <http://gospisok.gov.by/?AspxAutoDetectCookieSupport=1>. – Дата доступа: 10.02.2021.

Збор помнікаў гісторыі і культуры Беларусі. Гомельская вобласць. / АН БССР, Інстытут мастацтвазнаўства, этнаграфіі і фальклору; рэдкал. С. В. Марцэлеў (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск: Беларуская савецкая энцыклапедыя, 1985. – № 4876. – С. 130.