Кулешова Т. М.
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна
Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Шикіна О. В.

СУТНІСТЬ ТА ПРИНЦИПИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Готельний бізнес – це динамічна та конкурентна сфера, де успіх залежить від здатності задовольнити потреби та очікування клієнтів. У цьому контексті маркетингова діяльність відіграє ключову роль. Основними задачами маркетингової діяльності готельного бізнесу виділяють вивчення ринку готельних послуг, його сегментів та конкурентного середовища. Це включає виявлення потреб та очікувань клієнтів для розробки продукту, який їм дійсно необхідний. Важливим елементом маркетингової діяльності готельного підприємства стає формування ефективної цінової стратегії, яка буде конкурентоспроможною та прибутковою. Проведення необхідних заходів з метою донесення інформації про готель до цільової аудиторії за допомогою різноманітних маркетингових каналів допомагаю вирішувати питання сезонності та завантаження готелів. На наш погляд одним з найбажаніших результатів гідної роботи відділу маркетингу є підвищення лояльності клієнтів та забезпечення повторних візитів до готелю.

Сутність маркетингової діяльності підприємств готельного господарства полягає в розробці та впровадженні комплексних стратегій просування готельних послуг на ринку. Маркетингові зусилля спрямовані на привертання уваги потенційних клієнтів, збільшення їхньої зацікавленості у послугах готелю, а також на створення позитивного і стійкого сприйняття бренду. Крім того, маркетинг допомагає готелям підтримувати та розвивати відносини з постійними клієнтами, забезпечуючи їм високий рівень обслуговування та задоволення їхніх потреб.

Важливим аспектом маркетингової діяльності є аналіз ринкової ситуації, конкурентного середовища та поведінки споживачів для ефективного планування і реалізації маркетингових стратегій. Проведення аналізу ринкової ситуації дозволяє визначити розмір ринку, тенденції його розвитку, ключових гравців та сегменти споживачів. Аналіз конкурентного середовища також допомагає виявити сильні та слабкі сторони конкурентів, їхні стратегії та можливості для покращення власної конкурентоспроможності.

Вивчення поведінки споживачів допомагає зрозуміти, як вони приймають рішення про покупку, якими критеріями керуються при виборі товару чи послуги, як взаємодіють з брендами тощо. Ця інформація дозволяє побудувати ефективну маркетингову стратегію, спрямовану на задоволення потреб споживачів і побудову взаємовигідних відносин з ними.

До основних принципів маркетингової діяльності підприємств готельного господарства можемо навести орієнтацію на клієнта, комплексний підхід, системність, гнучкість та ефективність (табл. 1).

Таблиця 1

Принципи маркетингової діяльності
підприємств готельного господарства

Принципи	Опис
Орієнтація на клієнта	У сучасному конкурентному середовищі готельного бізнесу орієнтація на клієнта є життєво необхідною умовою успіху. Всі маркетингові зусилля готельного підприємства мають бути спрямовані на глибоке розуміння потреб та очікувань клієнтів, а також на їхнє задоволення та перевершення.
Комплексний підхід	До маркетингової діяльності готельного підприємства передбачає врахування всіх аспектів, що впливають на успішну роботу бізнесу. Це означає, що маркетингові стратегії повинні охоплювати не лише розробку продукту, його ціноутворення, просування на ринку, але й ефективний механізм збуту. Важливо забезпечити гармонійну взаємодію всіх цих складових, щоб забезпечити конкурентоспроможність та успішну діяльність готельного бізнесу.
Системність	В маркетинговій діяльності готельного підприємства передбачає, що всі її елементи повинні бути взаємопов'язані та діяти послідовно для досягнення поставлених цілей, стратегії розробки продукту, ціноутворення, просування та збуту повинні бути узгоджені та спрямовані на спільний результат. Системний підхід дозволяє створити цілісну маркетингову стратегію, яка оптимізує всі аспекти діяльності готельного підприємства і сприяє його успішному функціонуванню на ринку.

Закінчення таблиці 1

Принципи	Опис
Гнучкість	Очікування клієнтів, конкурентне середовище, економічні та політичні фактори– все це постійно змінюється. Тому маркетингова стратегія готельного підприємства має бути гнучкою, щоб швидко адаптуватися до нових умов.
Ефективність	Маркетингова діяльність готельного підприємства полягає в тому, щоб досягати максимальний результат при мінімальних витратах. Усі маркетингові заходи повинні бути ретельно сплановані та орієнтовані на досягнення поставлених цілей за найбільш ефективними шляхами. Важливо враховувати ресурси, які витрачаються на маркетинг, і забезпечувати їх оптимальне використання для досягнення успіху на ринку. Постійний моніторинг та аналіз результатів дозволяють забезпечувати їх ефективність у майбутньому.

Джерело: складено автором за [1]

Завдяки ефективній маркетинговій діяльності готельні підприємства можуть збільшити завантаження готелю, розширити свою клієнтську базу, підвищити рівень прибутку, створити стійкі конкурентні переваги на ринку.

Підсумовуючи вищевикладене, можна зазначити, що маркетингова діяльність є ключовою складовою успішної роботи будь-якого готельного підприємства. Завдяки ефективним маркетинговим стратегіям, готель може не лише задовольнити потреби своїх клієнтів, але й досягти своїх цілей та здобути конкурентні переваги на ринку. Важливо розробляти комплексний та системний підхід до маркетингу, який буде спрямований на максимальну ефективність та оптимальне використання ресурсів. Аналіз результатів та постійне вдосконалення стратегій допомагають готелям бути успішними у сучасному конкурентному середовищі.

Список використаних джерел

1. Іоргачова М.І., Шикіна О.В., Коцюрубенко Г.М., Нєчева Н.В., Ворнік А.В. Маркетинг підприємств сфери готельно-ресторанних послуг. Ефективна економіка. 2023. Вип. 11. DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.11.53