

УДК 379.85

Мінкова Р.М.¹, Журавльова С.М.²

¹ студ. гр. МТЕ-420 НУ «Запорізька політехніка»

² канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Маркетинг є інструментом соціального орієнтування сфери виробництва та послуг. Він зв'язує споживача з виробником і має забезпечити продаж товарів та послуг для максимально можливого задоволення потреб людей. З удосконаленням діяльності на ринках збуту в умовах цивілізованої економіки все більшого значення набуває один з функціональних блоків маркетингу – маркетингові комунікації, а зокрема така його складова як Інтернет. Сучасна цивілізована комунікація в Інтернеті не тільки інформує потенційних покупців та споживачів про можливості купівлі того чи іншого товару. Вона дає змогу раціональніше зробити цю купівлю, оскільки споживачі за допомогою Інтернет-ресурсів матимуть об'єктивну інформацію про якість, ціну, способи використання та інші деталі, які покупцям треба знати, щоб зробити правильний вибір.

Інтернет-технології відкривають перед підприємством безліч конкурентних переваг, що забезпечують:

- високий рівень конкурентоспроможності;
- економію фінансових та природних ресурсів;
- оптимізацію обробки великих обсягів даних;
- лояльність клієнтів;
- позитивне формування іміджу підприємства.

Для всіх учасників ринку стає все важливішою потреба змінюватися набагато швидше в контексті цифрової трансформації, ніж це відбувається наразі. Мінливість зовнішнього середовища вимагає від підприємств постійної відповідності усім світовим тенденціям та стандартам, щоб забезпечити конкурентні переваги, які дозволять тривалий та стабільний розвиток бізнесу. Саме швидкість та розуміння споживачів визначають доцільність трансформації, а також налагодження ефективних комунікаційних потоків. Підприємства, що активно стежать за останніми тенденціями в галузі цифрових та Інтернет-інновацій і готові до їх впровадження, мають можливість адаптуватися до більш гнучких бізнес-процесів та володіють великим потенціалом для досягнення успіху.

На сьогоднішній день, у готельному господарстві України наявні різноманітні інновації та технології, які допомагають покращувати якість обслуговування клієнтів та ефективність роботи готелів. Серед них:

Система онлайн-бронювання та платіжного обліку.

Система «розумних» номерів та інтернет речей.
Система віртуальної реалістичної подорожі.
Використання штучного інтелекту та аналіз даних.
Використання додатків та інтернет-платформ.
Система відеоспостереження та безпеки
Використання екологічних технологій.

Застосування інструментів інтернет-маркетингу у товарній, комунікаційній та політиці брендингу є цілком контрольованим процесом з боку підприємства. Основу збутової політики в інтернет-середовищі складають інтернет-системи бронювання, що домінують у формуванні умов співпраці та суттєво впливають на встановлення ціни на готель-ний продукт (послугу).

На вибір інструментів інтернет-маркетингу впливає ряд чинників. Склад інструментів, завдання, які перед ними висуваються, їх взаємодія та наявність ресурсу для пошуку можливостей розвитку інструментів обумовлюють унікальність впровадження системи інтернет-маркетингу для кожного підприємства. При цьому тип, категорія, місце розташування мають опосередкований вплив, а ключових значень набуває формування та реалізація готельного продукту (послуги) на основі взаємодії обраних інструментів.

У подальшому дослідження будуть зосереджені на прикладних аспектах застосування інструментів інтернет-маркетингу у формуванні складових маркетингової політики підприємств готельного господарства.