

УДК 323. 17

Кострова Т.В.
студентка гр. ДМП-МТ23мг
Українська інженерно-педагогічна академія
м. Харків, Україна
наук. кер. – к.н.держ. упр., доцент Андрющенко О.Б.

МАРКЕТИНГ І МЕНЕДЖМЕНТ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ: РОЗВИТОК ТА ТЕНДЕНЦІЇ

Індустрія гостинності є однією з найважливіших і швидкозростаючих галузей світової економіки. З кожним роком вона набуває все більшого значення

і вимагає від фахівців у галузі готельного бізнесу, ресторанного господарства та туризму навичок інноваційного маркетингу та ефективного менеджменту.

Індустрія гостинності включає в себе різноманітні види послуг, такі як готельний бізнес, ресторанне господарство, туризм, кейтеринг і багато інших. Вона забезпечує подорожуючих комфортними готелями, смачною їжею та незабутніми враженнями. За даними Всесвітньої організації туризму (UNWTO), індустрія гостинності до січня 2022 року внесла до глобального ВВП понад 10 трільйонів доларів США та створила понад 330 мільйонів робочих місць [1].

Маркетинг в індустрії гостинності відіграє важливу роль у залученні клієнтів і забезпеченні їхньої задоволеності. Це охоплює багато аспектів, від брендингу та реклами готелів до вивчення споживацьких тенденцій та розробки інноваційних послуг. Однією з ключових тенденцій є використання цифрового маркетингу, включаючи соціальні медіа, віртуальну реальність і мобільний маркетинг, що є дієвим інструментом для залучення та утримання клієнтів.

Ефективний менеджмент є не менш важливим для індустрії гостинності. Він включає в себе управління готелями, ресторанами, туристичними агентствами та іншими підприємствами у сфері гостинності. Запровадження технологій управління, які полегшують бронювання та облік клієнтів, є однією з актуальних тенденцій. Крім того, менеджери в індустрії гостинності повинні активно вивчати нові методи управління персоналом і розвивати програми навчання для свого колективу.

Зростання уваги до сталого розвитку і екологічної відповідальності стає важливим аспектом індустрії гостинності. Багато компаній в цій галузі впроваджують екологічно чисті практики, зменшують споживання ресурсів та розвивають програми збереження енергії [2].

Індустрія гостинності є сферою, яка постійно змінюється та пристосовується до нових вимог та тенденцій. Маркетинг і менеджмент грають ключову роль у цьому процесі, сприяючи конкурентоспроможності підприємств та задоволенню потреб клієнтів.

Однією з основних тенденцій у маркетингу гостинності є

персоналізований підхід до клієнтів. Завдяки збільшеній кількості даних про клієнтів та розвитку аналітичних інструментів, готелі, ресторани та інші підприємства можуть створювати індивідуальні пропозиції та рекомендації для кожного гостя. Це допомагає покращити клієнтський досвід та збільшити лояльність.

Соціальні медіа стали важливим інструментом для маркетингу та реклами в галузі гостинності. Ресторани, готелі та інші заклади активно використовують платформи, такі як Instagram, Facebook та TripAdvisor, для просування своїх послуг та залучення клієнтів. Відгуки та рейтинги на таких сайтах можуть суттєво впливати на репутацію бізнесу.

Завдяки зростанню конкуренції, багато підприємств в індустрії гостинності шукають можливості для співробітництва та партнерств. Це може включати об'єднання готелів та лояльність до бренду, спільні маркетингові кампанії або партнерство з місцевими туристичними агентствами [3].

Індустрія гостинності лишається однією з найважливіших галузей світової економіки, і її розвиток надалі залежатиме від ефективності маркетингу та менеджменту. Персоналізований маркетинг, активне використання соціальних медіа та стратегічне співробітництво визначають успіх сучасних підприємств гостинності. Крім того, сталість та екологічна відповідальність стають все важливішими аспектами управління в цій галузі.

Для подальшого успішного функціонування в індустрії гостинності підприємства повинні бути готові до неперервних змін та адаптації до потреб і вимог сучасних споживачів. Ті, хто вміло впроваджує інновації в маркетинг і менеджмент, матимуть перевагу на ринку і будуть відповідати потребам сучасного гостя.

Маркетинг і менеджмент у галузі гостинності - це невід'ємні складові успішного функціонування індустрії, і їх вплив продовжуватиме рости, надаючи підприємствам засоби для досягнення високої якості та конкурентоспроможності.

Таким чином, розвиток індустрії гостинності надалі залежатиме від

здатності підприємств до адаптації та інновацій, а маркетинг та менеджмент грають важливу роль у цьому процесі.

Література:

1. Звіти та публікації Всесвітньої організації туризму (UNWTO). URL : <https://www.unwto.org/> (дата звернення 30.10.2023).
2. Journal of Hospitality Marketing & Management URL : <https://www.tandfonline.com/toc/whmm20/current> (дата звернення 30.10.2023).
3. Cornell Hospitality Quarterly. URL : <https://journals.sagepub.com/home/cqx> (дата звернення 30.10.2023).