

Стамат В. М.

*к.е.н., доц. кафедри менеджменту та маркетингу,
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна*

МАРКЕТИНГОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Індустрія гостинності є специфічною галуззю, яка постійно змінюється через розвиток технологій та зміни очікувань споживачів. Сучасні клієнти, гості, туристи цінують автентичність, зручність та персональне обслуговування. Це означає, що готелі, курорти, ресторани повинні запропонувати унікальні враження та сформувати коло лояльних клієнтів. Майбутнє сфери гостинності полягає у тому, щоб не відставати від бажань гостей: від технологічних, інноваційних рішень до формування стійких практик обслуговування, незабутніх вражень. Тому актуального значення набувають маркетингові тенденції у даній галузі.

Маркетинг в індустрії гостинності являє собою діяльність, спрямовану на формування попиту на послуги та досягнення цілей підприємств галузі гостинності через задоволення потреб гостей. Скільки індустрія гостинності в основному зосереджена на створенні та підтримці позитивного досвіду та стосунків з клієнтами, маркетинг стає важливим для забезпечення успіху галузі. Розробка та реалізація правильної маркетингової стратегії гостинності мають вирішальне значення для отримання довгострокового успіху бізнесу у даній галузі. Для того, щоб досягти цього, потрібно знати та розуміти основні маркетингові тенденції [1].

На підставі дослідження літературних джерел, можемо виділити основні тенденції маркетингу в індустрії гостинності, які характерні як для України, так й інших країн світу.

1. Сталий розвиток та екологічно чисті технології обслуговування: використання відновлювальних джерел енергії, переробка відходів, використання місцевих інгредієнтів у ресторанах, ефективне використання електроприладів; висвітлення даних практик у маркетингових контентах для клієнтів, які дотримуються концепції соціальної відповідальності та екологічності [2].

2. Інноваційні технологічні рішення: мобільна реєстрація, голосове управління номерами, інформаційні програми, що пропонують місцеві заходи, чат-боти штучного інтелекту для бронювання номерів у готелях або для швидкого надання відповідей; віртуальні тури для туристів; доповнена реальність – зміна уяви людини про своє фізичне оточення через комп'ютерні технології [2, 3, 4].

3. Персоналізований досвід гостей, маркетинг клієнтського досвіду: важливо розробляти комплексні маркетингові плани обслуговування

клієнтів, використання даних для гостей, пропонування індивідуальних пакетів номерів у готелях або спеціальні пропозиції [3,4].

4. Штучний інтелект у сфері гостинності: залучення штучного інтелекту до оптимізації процесів обслуговування та надання цінної інформації; дана тенденція передбачає використання чат-ботів для обслуговування клієнтів, персоналізованих рекомендацій та прогнозного технічного обслуговування, для розробки рекламних стратегій [4,5].

5. Розвиток кулінарного досвіду, оздоровлення (wellness-технології), отримання розкішних вражень, культурне занурення та автентичний місцевий досвід. Це дозволяє відчувати місцеві традиції, історії, кухню, які роблять відвідувані місця унікальними [3].

6. Безпека маркетингових заходів та спілкування з гостями: дана тенденція залишається актуальною не лише для України, але й для інших країн через наслідки пережитої пандемії коронавірусної хвороби Covid-19, яка сприяла набуттю досвіду безпечних комунікацій під час задоволення бажань клієнтів [1,4].

Отже, маркетингові тенденції у сфері індустрії гостинності через інновації, екологічні програми обслуговування клієнтів, персоналізований клієнтський досвід, використання штучного, автентичні особливості місць відвідування туристами сприяють успіху у підприємницькій діяльності та досягненню довгострокових конкурентних переваг.

Література:

1. Стамат В. М. Маркетинг ресторанного господарства: світові тенденції розвитку. *Новітні підходи до забезпечення економічної стабільності* : матеріали міжнар. наук.-практ. конференції (м. Суми, 14 червня 2024 р). Суми: Research Europe, 2024. С. 97-101. URL : <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/18791>

2. 10 Hospitality Trends in 2025. URL : <https://www.shms.com/en/news/top-hospitality-trends/>

3. Martijn Barten Hospitality Marketing Trends: 19 Must-Know Upcoming Trends in 2025. URL : <https://www.revfine.com/hospitality-marketing/>

4. Стамат В. М., Пелюшкевич А. С. Використання цифрового маркетингу для відновлення галузі гостинності та туризму в Україні у повоєнний період. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України* : зб. тез доповідей II міжнародної наук.-практ. конф. (26-27 листопада 2024 року, м. Харків). Ч. 1. Харків : НТУ «ХПІ», 2024. С. 332-335. URL : <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/19692>

5. Reshmidilova, S., Mykhaylyova, K., Savchuk, A., Stamat, V., & Oslopova, M. (2024). Utilisation of artificial intelligence technologies in developing marketing communication strategies. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences (PJLSS)*, 22(2). DOI : <https://doi.org/10.57239/pjlss-2024-22.2.00682>.