

Прикладами інновацій у сфері обслуговування можуть бути: персоналізовані послуги (рекомендації товарів та послуг на основі аналізу даних про клієнта), онлайн-сервіси (бронювання готелів, квитків, замовлення їжі тощо), мобільні додатки для управління фінансами, інвестування, пошуку роботи, штучний інтелект та блокчейн, що включає прозорі та безпечні транзакції.

Інноваційний розвиток сфери обслуговування - це динамічний процес, який постійно розвивається. Компанії, які зможуть адаптуватися до нових викликів та впроваджувати інновації, будуть мати успіх у майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Сервісна економіка. Теорія, сучасні виклики та глобальні тренди [Текст] : [монографія] / А. О. Вітренко. - Київ : Знання, 2016. - 413 с. : рис., табл. - (Сучасна наука). - Бібліогр.: с. 343-364.

2. Ангелко І., Самотій Н., Лех Г. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ. ВІСНИК ХМЕЛЬНИЦЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ №3. 2022. с. 187–191. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/07/2022-306-27.pdf> (дата звернення: 24.04.2024).

Іван ГАДЖА

ЗВО спеціальності 181 Харчові технології
Миколаївський національний аграрний університет
м.Миколаїв, Україна
*Науковий керівник - д-р екон.наук, професор
кафедри готельно-ресторанної справи та
організації бізнесу*

Ірина БАНЄВА

СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ТА ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРИЯХ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ

Маркетинг відіграє ключову роль у успішному функціонуванні готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. Ці галузі є високо конкурентними, і

лише підприємства, які приділяють належну увагу маркетинговим стратегіям, можуть досягти стійких конкурентних переваг та забезпечити довгострокове зростання та прибутковість. Ефективне маркетингове планування допомагає готелям, ресторанам та туристичним операторам краще розуміти потреби та очікування своїх клієнтів, розробляти привабливі пропозиції, ефективно просувати свої послуги та зміцнювати лояльність клієнтів[2].

У сучасному динамічному середовищі маркетинг стає ключовим фактором успіху для індустрії гостинності та туризму. Постійні зміни в уподобаннях та поведінці споживачів, посилення конкуренції, нові технології та тенденції ринку вимагають від підприємств галузі постійно адаптувати свої маркетингові стратегії, щоб залишатися актуальними та конкурентоспроможними. Таким чином, розуміння важливості маркетингу та впровадження ефективних маркетингових практик є життєво важливим для успіху готельно-ресторанних та туристичних підприємств.

Мобільні додатки та новітні технології відіграють все більш важливу роль у поліпшенні клієнтського досвіду в готельно-ресторанній та туристичній індустріях. Сучасні мандрівники очікують, що кожен аспект їхньої подорожі буде зручним, персоналізованим та інтуїтивно зрозумілим. Мобільні додатки готелів та туристичних компаній дозволяють гостям дистанційно керувати своєю поїздкою - від бронювання номерів та столиків до здійснення оплати та отримання інформації про додаткові послуги[3].

Використання технологій, таких як системи розпізнавання обличчя, голосові помічники та "розумні" кімнати, значно спрощує процес реєстрації, дозволяє персоналізувати обслуговування та підвищує загальний рівень зручності для клієнтів. Ці інноваційні рішення не лише покращують клієнтський досвід, а й дозволяють готелям та ресторанам збирати цінні дані про вподобання та поведінку своїх гостей, що, у свою чергу, допомагає їм підвищувати якість обслуговування та розробляти більш ефективні маркетингові стратегії.

Ефективні маркетингові стратегії в готельно-ресторанній та туристичній індустрії вимагають глибокого розуміння місцевих ринків та культур. Кожен регіон має свої унікальні особливості та традиції, які необхідно враховувати при розробці комунікацій, позиціонування та просування продуктів і послуг. Наприклад, у деяких азіатських країнах вибір кольорів або використання певних символів може мати значні культурні асоціації, які слід враховувати при створенні фірмового стилю та рекламних матеріалів. Так само в арабському світі важливо дотримуватись певних норм і традицій у спілкуванні з клієнтами, зокрема в одязі, жестах та інтонації [1].

Тому успішні компанії інвестують значні ресурси в дослідження місцевих ринків та культур, щоб адаптувати свої підходи до унікальних особливостей кожного регіону. Це включає глибокий аналіз потреб та вподобань споживачів, їхніх звичок та стилю життя, а також детальне вивчення конкурентного середовища та каналів комунікації. Лише з таким комплексним розумінням місцевого контексту можна розробити маркетингові стратегії, які резонуватимуть з цільовою аудиторією та допоможуть компаніям досягти стійких конкурентних переваг на цільових ринках[4].

Список використаних джерел

1. Грицевич В.Є. Маркетингові стратегії підприємств туристичного бізнесу.

URL: http://dspace.wnu.edu.ua/bitstream/316497/40929/1/%D0%93%D1%80%D0%B8%D1%86%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D1%87_%D0%92%D0%B0%D0%B%D0%B5%D1%80%D1%8F.pdf (дата звернення: 29.04.2024).

2. Guild of Marketing | Агенція Інтернет-Маркетингу.

URL: https://guildofmarketing.com/?gad_source=1&gclid=EAIaIQobChMI-qLIo5jnhQMVXrCDBx1L6g-hEAMYASAAEgLno_D_BwE (дата звернення: 29.04.2024).

3. Топ-15 Переваг Бази Знань: Ефективне та Якісне Обслуговування Клієнтів - All For Businesses. All For Businesses.

URL: https://allforbusinesses.org/top-15-perevah-bazy-znan-efektyvne-ta-iakisne-obsluhovuvannia-kliientiv/?gad_source=1&gclid=EAIaIQobChMIiZjXzZvnhQMVAamDBx1oMgqSEAAYAyAAEgIGWvD_BwE (дата звернення: 29.04.2024).

4. Інноваційні підходи до розвитку і підвищення ефективності маркетингу у соціальних мережах | МАРКЕТИНГ І ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ. МАРКЕТИНГ І ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/275> (дата звернення: 29.04.2024).