

Анна ХОМЧЕНКО

ЗВО спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
Миколаївський національний аграрний університет
м.Миколаїв, Україна

*Науковий керівник - канд.екон.наук, доцент
кафедри менеджменту та маркетингу*

Вікторія СТАМАТ

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Сучасний готельний бізнес в Україні змушений пристосовуватися до стрімких змін на ринку та дедалі більших потреб споживачів. Застосування маркетингових нововведень стає важливим чинником для підтримання конкурентоспроможності та збільшення рівня задоволення клієнтів.

Маркетинг – це управління та ухвалення рішень, що спрямовані на задоволення потреб суспільства. Щоб успішно та результативно розвивати готельний бізнес, необхідно вміти використовувати інструменти маркетингу у своїй діяльності.

Використання цифрових інструментів визначає ключову роль розвитку маркетингових інновацій у сфері готельного бізнесу. Сучасні готелі активно використовують мобільні додатки для зручного бронювання номерів та надання розширених послуг, суттєво підвищуючи рівень комфорту відвідувачів. Впровадження чат-ботів і віртуальних помічників відіграє важливе значення у покращенні взаємодії з гостями, забезпечуючи оперативну відповідь на їхні запити та підвищуючи якість обслуговування. Соціальні мережі та онлайн-платформи є потужними засобами для просування готельних послуг, залучення нових клієнтів та підтримання комунікації з постійними гостями.

Персоналізація послуг також виступає критичним компонентом маркетингових інновацій. Готелі активно застосовують методи збору та аналізу даних про переваги та поведінку гостей, щоб пропонувати індивідуальні пропозиції, що оптимально відповідають їхнім потребам. Розробка програм

лояльності, що адаптовані до індивідуальних потреб клієнтів, сприяє підвищенню їхньої задоволеності та стимулює повторні візити. Додатково, створення унікального досвіду перебування для кожного гостя, з урахуванням його попередніх візитів та вподобань, допомагає готелям будувати довгострокові відносини з клієнтами.

Екологічно сталі підходи також стають інтегральною частиною маркетингових інновацій у готельному бізнесі. Впровадження "зелених" технологій і практик, включаючи енергоефективність, використання відновлюваних джерел енергії та мінімізацію відходів, дозволяє готелям не лише знижувати операційні витрати, але й відповідати очікуванням екологічно свідомих споживачів. Сертифікація готелів за міжнародними екологічними стандартами, як-от Green Key або LEED, підвищує їхню репутацію та конкурентоспроможність на ринку. Розробка маркетингових кампаній, які підкреслюють екологічну відповідальність готелів, сприяє залученню клієнтів, які прагнуть підтримувати сталий спосіб споживання та вибирають готелі, що дотримуються принципів екологічної стійкості. Маркетингові інновації у готельному секторі також включають стратегії, спрямовані на всебічне покращення комунікації та взаємодії з клієнтурою.

Отже, інноваційні розробки дозволяють готелям не лише надавати високоякісні послуги, але й формувати позитивні емоційні враження від перебування. Ефективне поєднання цифрових інструментів і персоналізованого підходу створює сприятливі умови для глибшого залучення клієнтів та побудови тривалих відносин з брендом. Крім того, сучасні маркетингові стратегії роблять наголос на соціальній відповідальності бізнесу як на одному з ключових чинників привабливості для клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Буднікевич І.М., Благун І.І., Крупенна І.А., Бокучава В.Б. Напрямки застосування маркетингових інновацій у комунікаційній політиці готельних закладів. *Бізнес Інформ*. 2020. № 8. С. 266–277. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-8-266-277>

2. Воляник Г., Марушко Н. Сучасні маркетингові стратегії у готельному бізнесі: інструменти залучення та утримання клієнтів. *Економіка та суспільство*. 2024. № 66. С. 370-375. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-122>
3. Стамат В.М., Зосімова В.Р. Маркетингові інновації у готельному господарстві. *Обліково-аналітичне і фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання: глобалізаційні та євроінтеграційні аспекти: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (17-18 листопада 2021 р., м. Миколаїв)*. Миколаїв : МНАУ, 2021. С. 138-141. URL : <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/10549>
4. Бовш Л. Інноваційні маркетингові технології готельних підприємств. *Наукові праці КНТЕУ*. 2017. № 115. С. 5–11. URL : <https://journals.knute.edu.ua/scientia-fructuosa/article/view/750>