

організаціями: концепції, цифрові трансформації, моделі інноваційного розвитку : збірник тез доповідей II Міжнар. наук.-практ. конф. (Україна, м. Харків, 25 лист. 2022 р.) С. 68-72. URL : [http://kbi.karazin.ua/wp-content/uploads/2023/06/Zbirnik\\_menegment\\_2022.Pdf#page=68](http://kbi.karazin.ua/wp-content/uploads/2023/06/Zbirnik_menegment_2022.Pdf#page=68) (дата звернення : 14.10.2025)

2. Жадан Т. А., Жадан Ю. В., Стригуль Л. С. Особливості формування системи антикризового управління на підприємствах індустрії гостинності та туризму. *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)*. 2023. С. 28-33. URL : <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/9220cd32-5788-4ff1-8fce-a2cccadfca41/content> (дата звернення : 14.10.2025)

3. Лявинець, Г. (2024). Антикризовий менеджмент у готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*, (66). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-129> (дата звернення : 14.10.2025)

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ СЕЗОННИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

**Є. О. Циганкова**

ЗВО спеціальності 073 «Менеджмент»

**Г. А. Гарбар**

д.філос.н, професор кафедри готельно-ресторанної  
справи та організації бізнесу

Миколаївський національний аграрний університет  
м. Миколаїв, Україна

Готельно-ресторанний бізнес є однією з найдинамічніших і найбільш конкурентних сфер сучасної економіки, оскільки успішність підприємств значною мірою визначається їх здатністю швидко реагувати на коливання попиту, зумовлені сезонними змінами, святковими періодами, туристичними потоками та соціокультурними подіями. У цьому контексті особливе значення набувають сезонні маркетингові стратегії, які дозволяють оптимізувати використання ресурсів, підвищити завантаженість готельних комплексів та ресторанів, а також формувати стійку лояльність споживачів.

Актуальність дослідження ефективності сезонних стратегій визначається кількома ключовими факторами. По-перше, ігнорування сезонних коливань попиту може призводити до зниження доходів і зростання операційних

витрат. По-друге, сучасні споживачі очікують персоналізованого підходу та високого рівня сервісу, що вимагає адаптації маркетингових заходів до конкретного сезону та потреб клієнтів. По-третє, розвиток цифрових платформ онлайн-бронювання створює нові можливості для оперативного впровадження гнучких маркетингових кампаній, включаючи спеціальні пропозиції, акційні пакети та тематичні сервіси.

Наукове обґрунтування ефективності сезонних маркетингових стратегій підтверджується дослідженнями як іноземних, так і українських науковців. Зокрема, концепції Філіпа Котлера щодо маркетингових стратегій та Майкла Портера про конкурентні переваги успішно застосовуються у ресторанному секторі. Українські дослідження, зокрема Звягінцевої О. Б. та Угоднікової О., розкривають методи маркетингового аналізу та публічного маркетингу у готельно-ресторанному бізнесі, враховуючи внутрішні та зовнішні фактори впливу [1]. Ці роботи підкреслюють необхідність адаптації маркетингових інструментів до реалій сучасного ринку та викликів сьогодення, зокрема в умовах повоєнної відбудови.

Практична реалізація сезонних стратегій включає використання місцевих і сезонних продуктів. Співпраця з регіональними постачальниками дозволяє зменшити логістичні витрати, забезпечити високу якість і свіжість страв, а також формує позитивний імідж підприємства, підкреслюючи його соціальну відповідальність і підтримку місцевої економіки. Використання сезонних продуктів також відкриває можливості для створення унікальних меню та спеціальних пропозицій, що відповідають очікуванням різних груп споживачів, підвищуючи рівень їхньої лояльності [2].

Креативний менеджмент у готельно-ресторанному бізнесі тісно пов'язаний із сезонними маркетинговими стратегіями. Він проявляється через постійне оновлення меню з урахуванням сезонних продуктів та актуальних харчових тенденцій, таких як веганські або безглютенові страви. Впровадження нестандартних рішень, наприклад тематичних тижнів, шеф-

спешлів або страв із незвичних інгредієнтів, дозволяє підприємствам ефективно реагувати на сезонні коливання попиту, підтримувати інтерес постійних клієнтів та підвищувати їхню лояльність. Ці креативні підходи виступають ключовим елементом комплексної маркетингової стратегії, спрямованої на формування унікальних ціннісних пропозицій і зміцнення конкурентних позицій підприємства [3].

Таким чином, ефективність сезонних маркетингових стратегій у готельно-ресторанному бізнесі визначається здатністю підприємства інтегрувати науково обґрунтовані маркетингові методи, сезонне планування та креативний менеджмент. Такий комплексний підхід дозволяє не лише підвищувати економічну ефективність і конкурентоспроможність, а й формувати стійкі ціннісні пропозиції для споживачів, забезпечуючи довгостроковий розвиток і прибутковість у сфері гостинності.

Ефективне використання сезонних маркетингових стратегій у готельно-ресторанному бізнесі має стратегічне значення для підвищення доходів, оптимізації витрат та формування лояльності клієнтів. Впровадження сезонних та креативних заходів дозволяє підприємствам реагувати на коливання попиту, використовуючи інноваційні підходи до формування меню, тематичних пропозицій і рекламних кампаній. Креативний менеджмент сприяє розвитку унікальних продуктів і послуг, що відповідають сучасним тенденціям у харчуванні та очікуванням різних груп споживачів, підвищуючи зацікавленість і повторні відвідування.

Використання місцевих і сезонних продуктів у комплексі з креативними підходами забезпечує високу якість, свіжість страв та позитивний імідж підприємства, що формує стійкі конкурентні переваги та сприяє розвитку регіональної економіки. Сезонні маркетингові стратегії дозволяють підприємствам ефективно планувати ресурси, рекламні заходи та акції, забезпечуючи гнучкість і швидку адаптацію до змін ринку, навіть у періоди низького попиту.

Комплексне впровадження цих стратегій формує довгострокові конкурентні переваги, зміцнює бренд і сприяє стабільності бізнесу. Воно також підвищує ефективність управління підприємством, дозволяючи більш раціонально розподіляти фінансові та матеріальні ресурси, покращувати взаємодію з клієнтами та партнерами і стимулювати інноваційний розвиток.

Отже, інтеграція науково обґрунтованих маркетингових методів, сезонного планування та креативного менеджменту є ключовим фактором успіху готельно-ресторанного бізнесу, забезпечуючи не лише економічну ефективність і конкурентоспроможність, а й створення унікальних ціннісних пропозицій для споживачів, що гарантує довгостроковий розвиток та стабільну прибутковість підприємств у сфері гостинності. Практичне застосування цього підходу включає використання святкових пакетів і акцій, сезонних меню з локальних продуктів, тематичних тижнів і фестивалів, онлайн-просування через соціальні мережі, а також організацію виставок і дегустацій. Завдяки таким заходам підприємства можуть ефективно реагувати на сезонні коливання попиту, підтримувати зацікавленість постійних клієнтів, залучати нових відвідувачів і забезпечувати стійкий довгостроковий розвиток та прибутковість у сфері гостинності.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Стамат В. М., Шаркова В. Ю. Розвиток маркетингу ресторанного бізнесу в Україні. *Modern Economics*. 2024. № 43(2024). С. 111. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V43\(2024\)-15](https://doi.org/10.31521/modecon.V43(2024)-15).
2. Бабко Н. М., Севідова І. О. Забезпечення фінансової стійкості підприємств готельно-ресторанного бізнесу, 2024. С. 7. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.3.6>
3. Польова О. Л., Ящук І. П. Креативний менеджмент в системі управління закладами готельно-ресторанного бізнесу. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України* : матеріали 2-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 26–27 листопад, Харків, 2024. С. 260. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/23ca66ae-4866-4473-ab51-aca02605b1e5/content>