

3. Денисенко М.П., Бреус С.В. Сучасний стан розвитку туристичної сфери у контексті управління готельним бізнесом // Вчені записки Університету «КРОК». 2020. №3 (59). С. 105–110.

4. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія і практика : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 472 с.

5. Москвіна М., Скригун Н. Ребрендинг: сутність, переваги та умови використання // Національна безпека у фокусі викликів глобалізаційних процесів в економіці. 2022. С. 106–108.

6. Отенко І.П. Теоретичні та методичні основи процесу ревіталайзингу бренду // Вісник Хмельницького національного університету. 2021. №3. С. 245–249.

Марія ЛИТВИНЮК

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

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор
кафедри готельно-ресторанної справи та туризму

Ірина БАНЄВА

СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ (НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ ОРТІМА, М. МИКОЛАЇВ)

Готельний бізнес є важливою складовою сфери послуг, яка забезпечує функціонування туристичної індустрії, сприяє розвитку економіки країни та формує її імідж на міжнародному рівні [1, с. 12]. В умовах сучасних трансформацій, що відбуваються у світовій економіці, готельна галузь зазнає значних змін, пов'язаних із впливом глобалізаційних процесів, цифровізації та підвищенням вимог до якості обслуговування.

В Україні розвиток готельного бізнесу відбувається в умовах нестабільності, спричиненої як внутрішніми економічними проблемами, так і зовнішніми викликами, зокрема військовими діями [8, с. 113]. Це особливо відчутно в південних регіонах країни, включаючи місто Миколаїв, де готельна індустрія змушена функціонувати в умовах зниження туристичних потоків та обмеженого попиту [6].

Сучасний стан готельного бізнесу характеризується низкою тенденцій. Однією з ключових є цифровізація, яка охоплює всі аспекти діяльності

готельних підприємств — від бронювання номерів до управління взаємовідносинами з клієнтами [4, с. 215]. Використання онлайн-платформ, мобільних додатків та автоматизованих систем управління дозволяє підвищити ефективність роботи готелів та покращити якість обслуговування [7, с. 45].

Ще однією важливою тенденцією є персоналізація послуг. Сучасні клієнти очікують індивідуального підходу, врахування їхніх потреб та вподобань. Це вимагає від готелів впровадження нових підходів до обслуговування, орієнтованих на клієнта, а також використання аналітичних інструментів для вивчення поведінки споживачів [2, с. 320].

Зростає також роль маркетингу в діяльності готельних підприємств. Сучасні готелі активно використовують цифровий маркетинг, соціальні мережі, SEO-оптимізацію та онлайн-рекламу для залучення клієнтів. Формування позитивного іміджу та бренду стає важливим чинником конкурентоспроможності [7, с. 47].

Розглядаючи діяльність готелю Optima у місті Миколаїв, варто зазначити, що він є частиною національної мережі готелів, яка орієнтується на стандарти якості та сучасні підходи до обслуговування [4]. Готель має зручне розташування, розвинену інфраструктуру та пропонує широкий спектр послуг для різних категорій клієнтів.

Основними напрямками діяльності готелю є надання послуг проживання, організація ділових заходів, ресторанне обслуговування та додаткові сервіси. Орієнтація на бізнес-клієнтів визначає специфіку його функціонування, включаючи вимоги до рівня сервісу, швидкості обслуговування та наявності сучасних технічних засобів [1].

Сучасний стан готелю Optima можна охарактеризувати як стабільний, але залежний від зовнішніх факторів. Зменшення туристичних потоків, обмеження мобільності населення та економічна нестабільність впливають на рівень завантаженості номерного фонду та фінансові результати діяльності [6].

У відповідь на ці виклики готель застосовує різні стратегії адаптації. Зокрема, впроваджуються гнучкі цінові політики, розробляються спеціальні

пропозиції для клієнтів, розширюється спектр послуг. Значна увага приділяється оптимізації витрат та підвищенню ефективності управління [8, с. 115].

Важливу роль відіграє використання сучасних інформаційних технологій. Онлайн-бронювання, автоматизовані системи управління, цифрові канали комунікації з клієнтами дозволяють забезпечити конкурентні переваги та підвищити якість обслуговування [4, с. 215].

Разом з тим, розвиток готельного бізнесу супроводжується рядом проблем. Однією з основних є зниження попиту на готельні послуги, що пов'язано з економічною нестабільністю та безпековими ризиками [5]. Це змушує підприємства працювати в умовах неповного завантаження та обмежених фінансових ресурсів.

Іншою важливою проблемою є зростання витрат, зокрема на енергоносії, комунальні послуги та оплату праці. Це призводить до підвищення собівартості послуг та зниження рентабельності діяльності [7, с. 48].

Суттєвим викликом є кадровий дефіцит. В умовах міграції населення та змін на ринку праці готелі стикаються з нестачею кваліфікованих працівників. Це негативно впливає на якість обслуговування та потребує впровадження ефективних заходів з управління персоналом [1, с. 140].

Окрему увагу слід приділити проблемі інвестицій. Недостатній рівень фінансування обмежує можливості модернізації готельної інфраструктури, впровадження інновацій та підвищення конкурентоспроможності підприємств [8].

Водночас, перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні пов'язані з поступовим відновленням економіки та туристичної галузі. Важливим фактором є розвиток внутрішнього туризму, який у сучасних умовах стає основним джерелом попиту на готельні послуги [3, с. 112].

Для готелю Optima перспективними напрямками розвитку є впровадження інноваційних технологій, розвиток цифрового маркетингу, підвищення якості обслуговування та розширення спектра послуг. Особливу увагу слід приділити

формуванню клієнтоорієнтованої стратегії, що передбачає врахування потреб та очікувань споживачів [2].

Доцільним є також розвиток нових форматів обслуговування, таких як коворкінг-простори, довгострокове проживання, організація заходів та конференцій. Це дозволить залучити нові сегменти клієнтів та підвищити ефективність використання ресурсів [7, с. 49].

Важливим напрямом є впровадження енергоефективних технологій, що дозволить знизити витрати та підвищити екологічну відповідальність підприємства. У сучасних умовах це також є важливим фактором формування позитивного іміджу [3].

Не менш важливою є співпраця з іншими суб'єктами туристичного ринку, включаючи туристичні агенції, транспортні компанії та органи місцевої влади. Така взаємодія сприятиме розвитку туристичної інфраструктури та підвищенню привабливості регіону.

Отже, готельний бізнес в Україні перебуває на етапі глибокої трансформації, що супроводжується як значними викликами, так і новими можливостями. Готель Optima у місті Миколаїв є прикладом підприємства, яке адаптується до сучасних умов та шукає шляхи підвищення своєї конкурентоспроможності.

Ефективне управління, впровадження інновацій, орієнтація на клієнта та стратегічне планування є ключовими факторами успішного розвитку готельного бізнесу в майбутньому. Саме ці аспекти визначатимуть конкурентні позиції підприємств та їх здатність функціонувати в умовах невизначеності [4].

Список використаних джерел:

1. Бойко М. Г. Організація готельного господарства : підручник. – Київ : КНТЕУ, 2020. – 328 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – Київ : Хімджест, 2019. – 720 с.
3. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг : навч. посіб. – Київ : Альтерпрес, 2018. – 436 с.
4. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – Київ : Центр учбової літератури, 2021. – 472 с.

5. Державне агентство розвитку туризму України. Офіційний сайт. – Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua>
6. Державна служба статистики України. Туристична діяльність в Україні. – Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua>
7. Іванова Н. В. Сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу в Україні // Економіка та держава. – 2022. – № 5. – С. 45–49.
8. Петренко О. В. Проблеми та перспективи розвитку готельного господарства в умовах кризи // Науковий вісник. – 2023. – № 2. – С. 112–117.

Анна ХОМЧЕНКО

ЗВО спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
Миколаївський національний аграрний університет
м.Миколаїв
Науковий керівник – д-р екон.наук, професор кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму
Ірина БАНЄВА

РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ПРОСУВАННЯ

Актуальність теми визначається глибокими трансформаціями, що відбуваються у сфері ресторанного господарства під впливом цифровізації суспільства. Сучасні умови господарювання характеризуються високим рівнем конкуренції, швидкою зміною споживчих уподобань та зростанням ролі інформаційних технологій. У таких умовах ефективна маркетингова стратегія перестає бути лише інструментом просування і стає ключовим елементом загальної системи управління підприємством. Особливої ваги набуває використання цифрових інструментів, які забезпечують оперативність, гнучкість та персоналізацію маркетингових комунікацій.

Маркетингова стратегія закладу ресторанного господарства є комплексною системою довгострокових рішень, спрямованих на досягнення стійких конкурентних переваг. Вона включає визначення місії підприємства, формування стратегічних цілей, аналіз ринкового середовища та розробку ефективних механізмів взаємодії зі споживачами. Важливою складовою є сегментація ринку, яка дозволяє виділити однорідні групи споживачів за