

Список використаних джерел

1. Tasty journey: Gastronomic tourism for beginners// Investory News URL: <https://investory.news/smachna-podorozh-gastronomichnij-turizm-dlya-pochatkivci/> (date of application: 28.02.2023).
2. Basova V., Holod A. Problems and prospects for the development of gastronomic tourism in the Western region of Ukraine // Current state, problems and prospects for the development of tourism in the regions of Ukraine: materials of the III Vseukr. science and practice conf. (Lviv, October 19-20, 2018). Lviv, 2018. P.62-64.
3. Stukalska N.M., Antonenko A.V. Abstracts of reports of the 4th International scientific and practical conference-festival "Intangible cultural heritage as a modern tourist resource: experience, practices, innovations" (Kyiv, May 20-21, 2021) K.: Ed. KNUKiM center, 2021. 426 p. P. 247-251.

Abstract: There is no change in the gastronomical power that you may roll with your sociable-economy in the power of wisdom. Rosglanuto Pitanna in Turismo on Rozvitok Teratorian Gromd. According to the results of the study, it was concluded that Ukraine has a great potential for gastronomic tourism and needs to improve the legislative framework in order to promote Ukrainian culinary tourism to the international level.

Key words: gastronomic tourism, tourism, restaurant, territorial community, development.

Науковий керівник:

Гусенко А.А.,

старший викладач

кафедри публічного управління та адміністрування

і міжнародної економіки,

Миколаївський національний аграрний університет

УДК 339

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ І ТУРИЗМУ

Парфірова Анна Андріївна,

ЗВО спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

Анотація: : Розкрито особливості маркетингу готельно-ресторанного бізнесу і туризму як важливої складової роботи в індустрії гостинності. Маркетингова діяльність допомагає залучати нових клієнтів до готельно-

ресторанного підприємства, якісно та швидко задовольнити потреби, запити та забаганки гостей. Підвищити популярність бренду та рівень цін на послуги. Маркетинг відіграє ключову роль в ціноутворенні та конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанної сфери.

Ключові слова: маркетинг, маркетинг готельно-ресторанного бізнесу, сфера гостинності, туризм.

Готельно-ресторанний комплекс є важливим та невід'ємним елементом соціальної сфери життя населення людей будь якої країни сучасного світу, який відіграє значну роль у підвищенні суспільного рівня життя населення.

На сьогодні в світовій економіці виник ряд економічних тенденцій, які ведуть до суттєвих змін у взаємодії маркетингу і менеджменту. Ці зміни особливо сильно вплинули на готельно-ресторанний бізнес. Відбувся різкий перехід від стандартизації послуг до задоволення індивідуальних, найрізноманітніших запитів гостей, переорієнтація з суцільного ринку на цілі пріоритетні сегменти та зміна конкуренції на взаємодію у формах стратегічних альянсів.

Специфіка маркетингових відносин як концептуальної основи управління підприємствами сфери гостинності і туризму полягає в:

- встановленні відносин з найбільш значущими цільовими групами;
- забезпечення високого ступеня задоволеності та лояльності клієнтів;
- підвищення прибутковості взаємодії з партнерами і споживачами;
- зміна підходів до сегментації ринку;
- індивідуальний підхід до обслуговування;
- скорочення тимчасових інтервалів для проведення досліджень ринку і споживачів.

Якщо розглядати маркетинг готельно-ресторанного бізнесу і туризму як ринкову концепцію управління в готельному бізнесі, потрібно врахувати, що індустрія гостинності за своїми характеристиками не має значних відмінностей від інших галузей, тому всі положення сучасного маркетингу можна застосовувати в готельному бізнесі.

Але, готельний бізнес має специфічні відмінності, що вирізняє його від інших форм виробництва і торгівлі. Має місце продаж готельного продукту (частина послуг становить 60%, товар - 40%), також відмінною рисою є споживання готового продукту безпосередньо в місці його створення.

Маркетинг у сфері готельно-ресторанного бізнесу і туризму є складною системою, основним завданням якої є надати туристам послуги, проживання, харчування та додаткових готельних послуг, які пропонує готель відвідувачам.

Невід'ємними складовими маркетингу в сфері гостинності і туризму для підвищення ефективної роботи в галузі готельно-ресторанної справи:

- прогнозування попиту, за допомогою постійного вивчення туристів з точки зору їх потреб і запитів.
- управління попитом здійснюється через заохочення споживачів до покупки готельних послуг, що надаються підприємствами готельного і ресторанного бізнесу;

- задоволення попиту як з точки зору функціональних характеристик готельного продукту, так і з точки зору забезпечення безпеки, після продажного обслуговування і т. д.

Маркетинг у сфері готельно-ресторанного бізнесу і туризму включає в себе розробку, просування і впровадження готельного продукту, орієнтованого на задоволення конкретних потреб гостей закладу готельно-ресторанної сфери. Основне завдання маркетингу в сфері готельно-ресторанного бізнесу і туризму полягає в тому, щоб допомогти клієнту(гостю) оцінити підприємство і його продукт.

Отже, використання маркетингових інструментів при організації роботи та реалізації розвитку підприємств готельно-ресторанної сфери дозволяє зробити висновок, що, щоб підвищити ефективність маркетингової діяльності необхідно постійно проводити дослідження ринку готельних, туристичних і додаткових послуг в індустрії гостинності, визначати ринкову ситуацію, і прибуткові сегменти ринку. Правильно організована маркетингова діяльність дозволяє підвищити ефективність роботи готельно-ресторанних підприємств та підвищити їх конкурентоспроможність.

Список використаних джерел

1. Тимошенко З.І. Маркетинг готельного продукту / З.І. Тимошенко, Г.Б. Мунін, В.П. Дишлевий. URL: <http://tourism-book.com/pbooks/book-37/ua/>.
2. Страшинська Л.В. Маркетинг готельного і ресторанного господарства / Л.В. Страшинська. К.: НУХТ, 2011. 89 с.
3. Маркетинг турпродукту: підручник / Ю.О. Карягін, З.І. Тимошенко, Т.О. Демура, Г.Б. Мунін. К.: Кондор, 2009. 394 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/karyagin.htm.
4. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: учебное пособие / А.П. Дурович. Минск: Новое знание, 2003. 496 с. URL: https://tourlib.net/books_tourism/durovich_MT.htm.

Abstract: *The peculiarities of hotel and restaurant business marketing and tourism as an important component of work in the hospitality industry are revealed. Marketing activity helps to attract new customers to the hotel and restaurant enterprise, to satisfy the needs, requests and wishes of guests in a qualitative and fast manner. Increase the popularity of the brand and the level of prices for services. Marketing plays a key role in pricing and competitiveness of hotels and restaurants.*

Keywords: *marketing, hotel and restaurant business marketing, hospitality, tourism.*

Науковий керівник:

Кушнірук В.С.,

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу,

Миколаївський національний аграрний університет