

УДК 005:338.488.2:640.43

Наталія Фітель

студентка II курсу спеціальності «Готельно-ресторанна справа»

Науковий керівник:

Орислава Графська

д-р екон. наук,

доцент кафедри готельно-ресторанної справи

Львівський державний університет фізичної культури

імені Івана Боберського

МАРКЕТИНГОВА ПІДТРИМКА ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЯК ЗАПОРУКА ЇХ УСПІХУ

На сьогоднішній день виникає чи мало питань, які собі задає підприємець який починає свою роботу в сфері приватного бізнесу будь-якої форми власності, не винятком є і сфера готельно-ресторанного бізнесу, розглянемо найактуальніше, за допомогою чого відбувається на ринку просування товарів та послуг, а саме це є маркетинг. Що ж таке «маркетинг»? Яку роль він відіграє в нашому житті? І чому він так важливий? Із розвитком світу розвиваються безліч галузей. Маркетинг якраз і допомагає цьому розвитку. На нашу думку, зараз не можливо стати будь-якому підприємству чи компанії успішними без певних стратегій просування. Дослідження перспективи маркетингового сектору у розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу та його безпосереднього впливу на їх успіх є дуже важлива та актуальна в сучасних умовах.

Маркетинг – слово досить звичайне для сьогоднішнього дня. А от декілька років тому для більшості людей воно було чимось новим і ще невідомим.

Маркетинг (англ. marketing) – це діяльність для формування попиту та задоволення потреб споживачів. У широкому сенсі

призначення маркетингу полягає в «визначенні та задоволенні людських і суспільних потреб».

Існує багато визначень маркетингу. Одне з них наголошує на існуванні трьох вимірів у такому визначенні:

- маркетинг є філософією бізнесу;
- маркетинг є набором ефективних інструментів, які є необхідними для функціонування підприємства в умовах високої конкуренції;
- маркетинг є важливою частиною системи управління підприємством [1].

Всі розуміють що – це, по суті, синонім до слова «реклама».

На нашу та ІТ думку, зараз без розвитку маркетингового сектору не можливий повноцінний розвиток підприємств готельно-ресторанного бізнесу, і не тільки.

То для чого ж нам реклама? Та тут можна навести безліч прикладів. Допустимо вам потрібна якась річ, чи послуга. Побачивши рекламу того що потрібно, ви можете нею скористатися і не витратити зайвий час на пошуки. Це вигідно для обох сторін, як і для вас, так і для підприємства, яке це розміщує.

Де люди проводять багато часу? Звичайно, що в соцмережах. І зараз велика кількість реклами зосереджена саме там, і повірте, вона дуже добре виконує свою роль на просторах Інтернету.

Сучасний світ заповнили гаджети та інші ІТ – пристрої та технології, багато хто скаже що це погано, але якщо проаналізувати це з різних сторін, то можна сказати що це і добре. Адже зараз за допомогою технологій життя людей стало простішим. І ми маємо розуміти, що світ розвивається, і наше життя також.

Але! Простого оголошення – мало. Для того, щоб реклама виконала свою функцію, тобто продала продукт чи послугу, потрібна ціла стратегія. Не все так просто, як може здаватися. Потрібно з'ясувати куди, кому, для чого і де найкраще її реалізувати. Для цього існують спеціальні люди – маркетологи, які це все аналізують і знаходять найефективніші рішення.

Політика боротьби за клієнта та задоволення його запитів надає бізнесу найкращі гарантії виживання і зростання в умовах сучасної ринкової економіки.

Щоб утримати та залучити нових клієнтів, сучасні менеджери вдаються до застосування індивідуального маркетингового підходу: запроваджують програми лояльності, розробляють незвичні спеціальні маркетингові пропозиції, проводять виставки, фестивалі, майстер-класи, організують дозвілля та інше, впроваджують нові ідеї, новітні технології та розробляють дієві заходи з їх просування на ринку [2].

Просування готельних послуг на ринку є частиною загального комплексу маркетингу, елементом продуманої довготермінової стратегії готельно-ресторанного бізнесу.

Це складний механізм, який потребує як і часу, так і грошей, проте якщо все правильно зробити, то це може принести в декілька разів більший дохід.

Отже, провівши аналіз вище наведеного можемо стверджувати, що успіх готельно-ресторанного бізнесу нерозривно пов'язаний з маркетингом. Основне завдання реклами це не тільки заманити клієнта у певний заклад, а також зробити все для того, щоб цей клієнт сюди ще неодмінно повернувся і до того ж порекомендував своїм знайомим і друзям це місце. Маркетинг справді важливий, я вважаю, що без нього жодна сфера не зможе розвинути себе на повну.

Ключові слова: маркетинг, готельно-ресторанний бізнес, успіх.

Список використаних джерел

1. Організація готельного господарства : навч.-метод. посіб. для студ. спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання / О. Коркуна, В. Холявка, А. Демічковський, О. Боратинський, О. Кулик, О. Піхур. – Львів : Добра справа, 2019. –224 с.
2. Страшинська Л. В. Маркетинг готельного та ресторанного господарства: конспект лекцій [Електронний ресурс]. – URL: <https://studfile.net/preview/5045091/>.