

Безугла Л.С., завідувач кафедри туризму та економіки підприємства
(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)

МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ HoReCa

Управління готельно-ресторанним бізнесом (HoReCa) - це комплексний процес, який вимагає від керівників бізнесу розуміння всіх аспектів діяльності закладів гостинності та постійного вдосконалення стратегій та практик.

Управління в галузі HoReCa є складним процесом, який включає в себе різноманітні аспекти, такі як оптимізація витрат, контроль якості, керування персоналом, маркетинг та багато інших. Успішне управління в галузі HoReCa базується на різних теоріях та методах, які допомагають вирішувати складні проблеми та досягати стратегічних цілей.

Одним з ключових аспектів управління HoReCa є розуміння споживчих поведінок та вподобань клієнтів і саме маркетинг допомагає вивчити цільову аудиторію, їх потреби та очікування, що дозволяє розробляти ефективні стратегії привертання та утримання клієнтів. Система маркетингу також включає в себе рекламні кампанії, просування в соціальних медіа, участь у подіях та заходах, програми лояльності та багато іншого.

Управління якістю є важливим аспектом, особливо в галузі готельного обслуговування та ресторанного бізнесу. Воно включає в себе контроль якості страв, обслуговування та загального досвіду клієнтів. Методи контролю якості, такі як системи сертифікації та аудитів, допомагають забезпечити високу якість продуктів та послуг. Працівники повинні бути добре навчені, ввічливі та професійні, а послуги повинні відповідати вимогам та очікуванням гостей.

Ефективне управління персоналом також грає важливу роль у успіху галузі HoReCa. Це включає в себе набір та навчання персоналу, мотивацію, розвиток кадрів та створення сприятливого робочого середовища. Важливо створити сприятливу робочу атмосферу, де кожен працівник буде мотивований до успіху.

Розробка чіткої стратегії та бізнес-планування є ключовим етапом управління готельно-ресторанним бізнесом, що включає в себе визначення цілей, аудиторії, конкурентної переваги, маркетингових стратегій та фінансових прогнозів.

Ефективне фінансове управління, включаючи бюджетування, контроль витрат, управління прибутком та оптимізацію доходів, є ключовим для забезпечення стабільності та прибутковості бізнесу.

Як зазначає Шапоренко О. І. «маркетинговий підхід в організації управління діяльністю підприємства повинен бути заснований на формуванні цілісної системи взаємопов'язаних між собою структурних підрозділів підприємства, що володіють єдиною метою, спільністю розв'язуваних задач, що використовують єдиний комплекс технічних засобів і спеціальних технологією, із залученням до реалізації виробничих програм фахівців, що володіють необхідним рівнем знань в області маркетингу» [1].

Готельно-ресторанний бізнес є надзвичайно цікавим та конкурентним ринком, який має певні особливості, які притаманні лише йому. Розуміння цих особливостей є вкрай необхідним навіть досвідченим рестораторам та готельєрам з огляду на динамічність ринку та потребу постійно бути на вістрі останніх трендів та тенденцій [2].

Управління HoReCa є складним завданням, яке вимагає від підприємців багатоаспектного підходу та уваги до деталей. В першу чергу, управління HoReCa передбачає використання маркетингового підходу, що допомагає залучати та утримувати клієнтів, розвивати бренд та забезпечувати конкурентну перевагу на ринку гостинності. На рисунку 1 наведено основні складові маркетингового підходу в управлінні HoReCa.



Розуміння аудиторії: Ефективний маркетинг починається з глибокого розуміння цільової аудиторії (потреби, уподобання, звички, очікування)



Позиціонування бренду: Успішні готелі та ресторани розвивають унікальне позиціонування свого бренду, що відображає їхні цінності, стиль та специфіку обслуговування.



Маркетингові комунікації: Система маркетингових комунікацій, таких як реклама, PR, соціальні медіа, email-маркетинг та інші інструменти, допомагають привернути увагу клієнтів та сприяти підвищенню усвідомленості бренду.



Сервіс та якість: Задоволення клієнтів відмінним сервісом та високою якістю продукту. Щасливі клієнти часто стають постійними та рекомендують ваш бізнес іншим.



Маркетингові акції та програми лояльності: Акції, знижки, спеціальні пропозиції та програми лояльності - це ефективні способи стимулювання продажів та залучення нових клієнтів.



Моніторинг та аналіз результатів: Вести моніторинг ефективності маркетингових заходів та аналізувати отримані дані, що допомагає вчасно виявляти успішні стратегії та коригувати невдалий маркетинг.

Рисунок 1 – Складові маркетингового підходу в управлінні HoReCa [3]

Загалом, маркетинговий підхід в управлінні HoReCa є інструментом для досягнення успіху в галузі гостинності, забезпечуючи залучення клієнтів, збільшення прибутків та підвищення відомості про бренд. Управління HoReCa може бути розглянуте як комплексний процес, який вимагає інтеграції знань з різних областей, таких як економіка, маркетинг, психологія та соціологія, для досягнення успіху в цій конкурентній галузі.

Таким чином, управління HoReCa вимагає багатофакторного підходу та постійного вдосконалення. Важливо бути готовим до змін в індустрії гостинності та адаптуватися до нових вимог ринку та очікувань клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Шапоренко О. І. Маркетинговий підхід в організації управління діяльністю підприємства. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2019. № 5. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=1457> DOI: [10.32702/2307-2156-2019.5.4](https://doi.org/10.32702/2307-2156-2019.5.4)
2. Маркетинг ресторану чи ресторанної мережі. URL: <https://dinanta.com/blog/restaurant-marketing>
3. Безугла Л. С., Палехова Л. Л., Белобородова М. В. Управління сталою поведінкою споживачів у туристичній діяльності: навч. посіб. Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». Дніпро: Акцент, 2024. 185 с.