

ОСОБЛИВОСТІ ТА СПЕЦИФІКА МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Чухно А.А., гр. МО-10

Науковий керівник – ст. викл. **Олініченко К.С.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Створення маркетингових служб у готельних комплексах – складне як в організаційному, так і в технічному плані завдання. Ефективна робота готельного комплексу залежить від того, який з підходів до взаємозв'язків основних виробничо-економічних функцій домінує в генеральній концепції: традиційний, орієнтований на надання традиційних послуг; або новий, орієнтований на споживчий ринок.

Маркетингова орієнтація вимагає, економічного підходу – надавати треба лише ті послуги, що користуються попитом па ринку.

Маркетингова діяльність у сучасних готельних комплексах організовується, в цілому, по-різному. Найпоширенішою формою є функціональна організація, при якій на чолі різних напрямків маркетингу стоять фахівці з конкретних видів діяльності – фахівці з продажів, реклами, маркетингових досліджень та ін. У готельних ланцюгах, що працюють у регіональному масштабі та на різних типах ринків, частіше використовується організація служб маркетингу за географічною ознакою, при ньому співробітники служб маркетингу мають певні географічні одиниці (країни, регіони, області).

Маркетингове управління у готелі «Festivus» буде проводитись за допомогою дослідження, які пов'язані з вивченням ринку готельного господарства України. Одним з основних напрямків діяльності є вивчення конкурентів та інформація про різноманітні нововведення і тенденції. Для покращення роботи готелю, виявлення негативних тенденцій в розвитку та усунення їх, постійно розробляються анкети (роздаються гостям та розміщуються в Internet).

В готелі «Festivus» використовується два типи маркетингових систем розповсюдження:

- традиційна маркетингова система (70 % продажів);
- вертикальна маркетингова система розповсюдження послуг (30 % продажів).

В готелі «Festivus» для підтримання конкурентоспроможності застосовуються різноманітні маркетингові заходи. Це дасть змогу збільшити прибуток і підтримати імідж готелю на високому рівні.