

Інноваційний маркетинг в готельно-ресторанній справі

Сахненко Катерина Олександрівна

Нікітіна Тетяна Андріївна., к.е.н

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Готельно-ресторанний бізнес в Україні розвивається швидкими темпами і представляє собою одну з перспективних ланок туристичної сфери. Через жорстку конкуренцію для збереження та розширення ринкових позицій підприємствам необхідно впроваджувати нові маркетингові інновації.

Матеріали і методи. У дослідженні використані загальнонаукові і спеціальні методи, метод аналізу та синтезу, узагальнення та наукової абстракції а також економіко-статистичного аналізу. Інформаційною базою дослідження виступають роботи вітчизняних та закордонних вчених [1-2]. Однак, здійсненні напрацювання з даної проблематики, не повністю розкривають впровадження зеленого маркетингу як напрямку інноваційного маркетингу в готельно-ресторанній справі.

Результати. Через непокоєння людей про стан їхнього здоров'я та навколишнього довкілля більшість споживачів надають перевагу екологічно чистим продуктам, навіть якщо за це потрібно платити більше. Дуже популярним на даний період життя є екологізація, поліпшення життя людини, споживання всього чистого та екологічного починаючи з матеріалів які використовують для будівництва закінчуючи продуктами харчування. Щоб вдосконалити маркетингову політику в сучасному готельному підприємстві необхідно розробити інноваційний підхід, який буде ліквідувати його недоліки та буде сприяти підвищенню його конкурентоспроможності. Впровадження інновацій, а саме зеленого маркетингу є багатоскладним процесом, в якому буде відбуватися трансформація ідей в зовсім нові або поліпшенні послуги, для того щоб вони могли просуватися та забезпечувати конкурентні переваги, що в свою чергу дозволить успішно позиціонувати себе на даному ринку. Це призведе до певної міри підвищення конкурентоспроможності, покращенню іміджу та поліпшенню авторитетності готельного підприємства, зниженню ресурсоемності послуг, збільшенню їх прибутковості, наближенню до міжнародних стандартів якості і сучасного сервісу обслуговування. Саме застосування маркетингових інновацій є однією з найважливіших складових діяльності готельних підприємств, які спрямовані на розширення ринків збуту, забезпечення максимальної присутності на споживчих ринках, та які дозволять стати ближчими до своїх потенційних клієнтів.

Висновки. «Зелений» бізнесмен, «екологічно чистий», «органічний», «натуральний» надзвичайно актуальними поняттями і вдало вживаються в повсякденній мові споживачів і виробників. Саме впровадження нового інноваційного маркетингу дозволить створити такий сучасний готельний продукт, що задовольнить попит споживачів, принесе гарний прибуток по обслуговуванню та задовольнить потреби гостей готелю.

Література.

1. Акулич И. Л. Международный маркетинг / Акулич И. Л. – Минск. : Вш. шк., 2006. – 544 с.
2. Роглев Х. Й., Левітас Г.Г., Драпушко Р.Г., Гарагонич В.В., Менеджмент готелю: економіко-організаційні аспекти. Навчальний посібник / Під заг. ред. Мунін Г.Б. -К.: Видавництво Кондор, 2011 - 443с.
3. Кусков А.С. Гостиничное дело : [учеб. пособие] / Кусков А.С. – М. : Дашков и К, 2009. – 329 с.