

Іванова Л. О.

МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНОГО І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Навчальний посібник

2-ге видання, стереотипне

Видавництво «Магнолія 2006»

Львів 2025

УДК 339.138:640.43(075.8)

I 21

Відтворення цієї книги або будь-якої її частини заборонено без письмової згоди видавництва. Будь-які спроби порушення авторських прав будуть переслідуватися у судовому порядку.

***Автор:** к.е.н., доц. Іванова Л. О.*

***Рецензенти:** к.е.н., доц. Балук Н. Р.,
к.е.н., доц. Бук Л. М.*

***Відповідальний за випуск:** д.е.н., проф. Дайновський Ю. А.*

*Рекомендовано до друку Вченою радою ЛКА
Протокол №4 від 24 листопада 2011 року*

Іванова Л. О.

I 21 Маркетинг готельного і ресторанного господарства : навч. посіб. / Л. О. Іванова – 2-ге вид., стер.- Львів: Видавництво «Магнолія 2006», 2025. – 214 с.

ISBN 978-617-602-043-1

У навчальному посібнику розглядаються сутність, характеристики та особливості маркетингу готельного і ресторанного господарства. Особлива увага відводиться інформаційному забезпеченню маркетингу готельного і ресторанного господарства, формуванню маркетингової політики підприємств індустрії гостинності. Посібник містить структурно-логічні блоки для вивчення і перевірки кожної теми, тематику рефератів, завдання для самостійної роботи студентів.

УДК 339.138:640.43(075.8)

ISBN 978-617-602-043-1

© Іванова Л. О., 2025

© «Магнолія 2006», 2025

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	5
МЕТА І ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ.....	7
МОДУЛЬ 1. ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. СУТНІСТЬ ТА ХАРАКТЕРИСТИКИ МАРКЕТИНГУ У ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ.....	9
Тема 1. Концепція маркетингу в індустрії гостинності.....	9
Тема 2. Маркетингове середовище, його вплив на діяльність закладів готельно-ресторанного господарства.....	12
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГУ ГОТЕЛЬНОГО І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	15
Тема 3. Маркетингові дослідження – основа визначення ринкових можливостей готелів та ресторанів.....	15
Тема 4. Маркетингові дослідження ринку готельного і ресторанного господарства.....	17
Тема 5. Маркетингові дослідження конкурентів.....	20
Тема 6. Методологічні основи маркетингових досліджень споживачів.....	25
Тема 7. Сегментація ринку.....	27
МОДУЛЬ 2. ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	33
Тема 8. Маркетингова продуктова політика.....	33
Тема 9. Цінова політика закладів готельно-ресторанного господарства.....	36
Тема 10. Збутова політика закладів готельно-ресторанного господарства.....	39
Тема 11. Маркетингова політика комунікацій закладів готельно-ресторанного господарства.....	42

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4. ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	47
Тема 12. Організація та контроль маркетингової діяльності.....	47
ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ.....	50
ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ.....	81
ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ З ДИСЦИПЛІНИ.....	170
ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ	173
ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК.....	178
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	206

ПЕРЕДМОВА

Маркетингова підготовка майбутніх фахівців з напрямку „Готельно-ресторанна справа” займає особливе місце в системі економічної освіти. Володіння прийомами та методами маркетингу створює у фахівців готельно-ресторанної справи підґрунтя для розвитку їх економічного мислення, набуття ними здатності сприймати економічні процеси, що відбуваються на ринку і підприємствах готельного і ресторанного господарства, у всій їх багатогранності та взаємообумовленості. Це особливо важливо в умовах поглиблення ринкових відносин у готельному і ресторанному господарстві, посилення конкуренції, які об’єктивно ускладнюють завдання у сфері прийняття успішних підприємницьких рішень на кожному підприємстві та об’єкті управління.

Курс “Маркетинг готельного і ресторанного господарства” є нормативною дисципліною, затвердженою галузевим стандартом вищої освіти „Освітньо-професійна програма підготовки бакалавра напрямку 6.140101 “Готельно-ресторанна справа”. Навчальний посібник побудовано в структурно-логічній послідовності за типовою програмою курсу “Маркетинг готельного і ресторанного господарства”, яка поєднує 12 тем. Згідно з кредитно-модульною системою організації навчального процесу ці теми розподілені на два модулі та чотири змістові модулі. Перший модуль охоплює сутність і характеристики маркетингу у готельно-ресторанній справі (теми 1-2) та інформаційне забезпечення маркетингу готельного і ресторанного господарства (теми 3-7). Другий модуль стосується особливостей маркетингової політики закладів готельно-ресторанного господарства (теми 8-11) та організації і контролю маркетингової діяльності закладів готельно-ресторанного господарства.

Для оволодіння дисципліною “Маркетинг готельного і ресторанного господарства”, окрім лекцій, практичних та семінарських занять, у навчальному плані підготовки бакалаврів напрямку 6.140101 „Готельно-ресторанна справа” передбачено самостійну роботу сту-

дентів з підручниками, монографіями та довідниками, періодичними виданнями з проблематики маркетингу, навчально-методичними розробками вчених кафедри маркетингу Львівської комерційної академії. З метою самостійного опрацювання та вивчення матеріалу до навчального посібника включено ситуаційні завдання, тематику рефератів з дисципліни для набуття та поглиблення навичок науково-дослідної роботи. Інша частина самостійної роботи студентів стосується самоконтролю теоретичного матеріалу на рівні розуміння та використання (у навчальному посібнику подано логічний комплекс питань для самоконтролю та підсумкового контролю знань) і вирішення тестових завдань.

У навчальному посібнику до кожної теми дисципліни запропоновані навчальні та дискусійні завдання, орієнтовані на краще і різнобічне засвоєння матеріалу курсу майбутніми фахівцями на ринку готельних і ресторанних послуг.

Систематична самостійна робота студента над вивченням дисципліни “Маркетинг готельного і ресторанного господарства” у поєднанні з набутими знаннями під час лекцій, активною участю на практичних та семінарських заняттях дасть йому можливість отримати необхідні знання з сучасної теорії маркетингу на ринку готельних і ресторанних послуг, а також допомогти у засвоєнні практичних навичок маркетингових досліджень та аналізу цього ринку, розробці конкурентоспроможних маркетингових стратегій закладів готельно-ресторанного господарства, формуванні ефективного комплексу маркетингу та створенні плану маркетингу готельного і ресторанного підприємства.

Навчальне видання

Іванова Лілія Омелянівна

**МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНОГО І РЕСТОРАННОГО
ГОСПОДАРСТВА**

Навчальний посібник

2-ге видання , стереотипне

Літературний редактор – Гуль Н. М.

Коректор – Кашуба М. І.

Формат 60x84/16.

Гарнітура Times New Roman. Друк цифровий.

Умовн. друк. арк.7,05

ПП «Магнолія 2006»

м. Львів-53, 79053, Україна,

тел.+380503701957

e-mail: magnol@ukr.net

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготівників і
розповсюджувачів видавничої продукції:
серія ДК № 2534 від 21.06.2006 року
видане Державним комітетом інформаційної політики,
телебачення та радіомовлення України

Надруковано у друкарні видавництва «Магнолія 2006»