

Д-р екон. наук Жиленко К. М., Шаронова М. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ БРЕНДІВ

У ХХІ столітті індустрія гостинності зазнає глибокої трансформації під впливом цифровізації, зміни поведінки споживачів, інноваційних технологій та глобальних соціально-економічних зрушень. Такі процеси суттєво впливають на формування брендів готельних підприємств і визначають нові підходи до їх позиціонування. Сучасний готельний бренд уже не обмежується набором стандартів сервісу чи візуальної ідентичності – він стає комплексною платформою цінностей, досвіду, технологій та взаємодії з гостем. У цьому контексті виокремлюється низка глобальних трендів, що визначають вектор розвитку готельного бізнесу у світі. Важливим фактором позиціонування є цінова стратегія, яка визначає ринковий сегмент – economy, midscale, upscale або lifestyle. Ціноутворення впливає на очікування гостей та формує первинне уявлення про рівень сервісу. Для готельного сектору характерна динамічна взаємодія між ціною та якістю, де сегментування за ціною дозволяє ефективно конкурувати у вибраній ніші [1-3].

Важливою складовою є конкурентний аналіз, що включає регулярний моніторинг унікальних торговельних пропозицій (USP) конкурентів, їхніх рейтингів, сервісних інновацій, маркетингових комунікацій та цінової політики. Такий аналіз дає змогу готелю визначити точки диференціації, виявити ринкові прогалини та адаптувати власне позиціонування відповідно до динаміки ринку.

Окрему групу інструментів становлять франчайзингові стандарти, що забезпечують однорідність сервісу по всій мережі та відповідність бренду навіть у готелях під управлінням франчайзі. Наявність таких стандартів дозволяє масштабувати бренд, зберігаючи його унікальність, що є особливо важливим для мережових операторів. У сукупності ці інструменти формують комплексний підхід до позиціонування готельного підприємства. Вони не лише визначають, як готель позиціонує себе на ринку, але й вибудовують довгострокову конкурентну перевагу через послідовність, стандартизованість, інноваційність та орієнтацію на гостя. Ефективне позиціонування є результатом цілісного управління брендом, у якому

Том 8. ІННОВАЦІЙНІ ВЕКТОРИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ТА КЕЙТЕРИНГУ

кожен інструмент виконує важливу функцію у формуванні впізнаваного та довірливого образу готелю.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика інструментів маркетингового позиціонування готелів

Інструмент	Переваги	Недоліки
Брендові стандарти та сервісні протоколи	Передбачуваність якості, довіра, контроль стандартів	Менша гнучкість; потреба в постійному навчанні персоналу
Цифрове позиціонування (Digital Presence)	Зростання впізнаваності, вплив на репутацію, залучення гостей	Залежність від алгоритмів платформ, репутаційні ризики
Комунікаційний бренд-меседж	Формує емоційне сприйняття, підвищує лояльність	Висока конкуренція у комунікаціях; ризик кліше
Управління гостевим досвідом (GEM)	Підвищення лояльності, позитивні відгуки, repeat business	Високі вимоги до персоналу та технологій
Цінова стратегія	Простота сегментування, чіткі ринкові очікування	Жорстка конкуренція в сегменті; залежність від попиту
Конкурентний аналіз	Об'єктивність ринкового бачення, своєчасна адаптація	Постійна потреба в оновленні даних
Франчайзингові стандарти	Узгодженість бренду, швидке масштабування	Менша автономія франчайзі; потреба у контролі

Джерело: розроблено авторами на основі [4-8]

Маркетингове позиціонування є багаторівневим процесом, який визначає стратегічний розвиток готельного бренду та його конкурентоспроможність. Сучасні теоретичні моделі: USP, диференціація Портера, STP, BPS, CVP та перцепційні карти забезпечують системний підхід до формування унікальної ринкової ідентичності. Для таких мереж, як Optima Hotels позиціонування відіграє вирішальну роль у посиленні бренд-капіталу, масштабуванні діяльності та успішному виході на нові міжнародні ринки.

Список використаних джерел:

1. Google Travel Insights. (2023). *Global Travel Trends Report*. URL: <https://travelinsights.withgoogle.com>.
2. IHG Hotels & Resorts. (2023). *Global Travel Trends*. URL: <https://www.ihgplc.com>.
3. International Organization for Standardization. (2010). *ISO 26000: Guidance on Social Responsibility*. URL: <https://www.iso.org/standard/42546.html>.
4. Microsoft Advertising. (2023). *Digital Consumer Trends*. URL: <https://about.adsmicrosoft.com>.
5. Reikartz Hotel Group. (2023). *Annual Report*. URL: <https://reikartz.com>.
6. Statista. (2023). *Global Hotel Industry Report*. URL: <https://www.statista.com/topics/1102/hotels/>.
7. STR Global. (2023). *Hotel Performance Benchmarks*. URL: <https://str.com>.
8. UNWTO. (2023). *Tourism Market Intelligence*. URL: <https://www.unwto.org/tourism-market-intelligence>.