

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА

на тему:

«Управління брендом готельного/ресторанного господарства»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ГРС-20-1
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

Титаренко С.О.

Керівник: Кузьменко О.В., к.е.н., доц.

м. Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ

Титаренко С.О. УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ ГОТЕЛЬНОГО/ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню управління брендом у сфері ресторанного та готельного господарства. У роботі розглядаються ключові аспекти та стратегії брендингу, які допомагають ресторанам та готелям залучати клієнтів, підвищувати лояльність та розширювати ринкову частку. Робота включає аналіз сучасних тенденцій в брендингу, методи оцінки ефективності бренд-стратегій, а також розглядає вплив цифрових технологій на управління брендом у цій галузі.

Основна увага приділяється розробці ефективних бренд-стратегій, що включають визначення унікальної торгової пропозиції (УТР), позиціонування, управління споживацьким досвідом та використання соціальних медіа як інструменту для залучення та зв'язку з клієнтами. Також аналізуються виклики та можливості, з якими стикаються ресторани при управлінні своїми брендами в умовах глобальної конкуренції та змін споживацьких вподобань.

Предметом дослідження виступає процес управління брендом у готельному господарстві.

Об'єкт дослідження – заклад «Ресторація Бачевських». Ресторан славиться високою якістю обслуговування, автентичною кухнею та особливою атмосферою, що робить його видатним прикладом успішного управління брендом. Дослідження цього кейсу дозволить краще зрозуміти, яким чином стратегії брендингу реалізуються в реальних умовах та який вплив вони мають на процвітання ресторану.

Метою дослідження є аналіз впливу бренду на ефективність ресторанного бізнесу та процес управління ним.

SUMMARY

Tytarenko S.O. BRAND MANAGEMENT OF THE RESTAURANT AND HOTEL INDUSTRY

This thesis is devoted to the research of brand management in the field of restaurant and hotel industry. The paper examines the key aspects and branding strategies that help restaurants and hotels attract customers, increase loyalty and expand market share. The work includes the analysis of modern trends in branding, methods of evaluating the effectiveness of brand strategies, and also considers the impact of digital technologies on brand management in this field.

Emphasis is placed on developing effective brand strategies that include defining a Unique Selling Proposition (UTP), positioning, managing the consumer experience and using social media as a tool to engage and connect with customers. The challenges and opportunities faced by restaurants in managing their brands in the face of global competition and changes in consumer preferences are also analyzed.

The subject of the study is the process of brand management in the hotel industry.

The object of the study is the restaurant "Bachevsky Restaurant". The restaurant is famous for its high quality service, authentic cuisine and special atmosphere, which makes it an outstanding example of successful brand management. The study of this case will allow a better understanding of how branding strategies are implemented in real conditions and what impact they have on the restaurant's prosperity.

The purpose of the study is to analyze the influence of the brand on the efficiency of the restaurant business and its management process.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ БРЕНДИНГУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	8
1.1. Поняття та сутність брендингу в ресторному та готельному бізнесах.....	8
1.2. Особливості управління брендом готелів та ресторанів в Україні.....	21
1.3. Тенденції розвитку та інновацій в управлінні брендом готелів та ресторанів в Україні та світі.....	24
РОЗДІЛ 2. АКТУАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ «РЕСТОРАЦІЇ БАЧЕВСЬКИХ»	29
2.1. Загальні відомості про ресторанний заклад «Ресторація Бачевських».....	29
2.2. Тип управління брендом ресторану «Ресторація Бачевських».....	33
2.3. Слабкі сторони закладу «Ресторації Бачевських» як бренду та їх причини.....	37
2.4. Swot-аналіз.....	38
2.5. Вплив війни в Україні на економічний стан та бренд «Ресторації Бачевських».....	41
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ БРЕНД-КЕЙСУ ТА МЕТОДИ ЙОГО ПОЛІПШЕННЯ	
3.1. Аналіз візуальної частини бренду та соціальних мереж.....	43
3.2. Авторські методи поліпшення бренду.....	48
ВИСНОВКИ	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	53