

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА

на тему:

**«ЕФЕКТИВНІ СТРАТЕГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ
ГОТЕЛЮ «УКРАЇНА»))»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ГРС-22
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

Абражан І.І.

Керівник:

канд.держ.упр., доцент

Захарова Світлана Геннадіївна

м. Дніпро

2026

АНОТАЦІЯ

Абражан І.І. Ефективні стратегії цифрового маркетингу для готельно-ресторанних підприємств України (на прикладі готелю «Україна»).

Об'єкт дослідження: готельно-ресторанний бізнес України.

Предмет дослідження: ефективні стратегії цифрового маркетингу для готельно-ресторанних підприємств України

Мета роботи: комплексне дослідження та визначення змісту сучасного стану digital-маркетингу готельно-ресторанного бізнесу України.

Одержані висновки та їх новизна: Сучасний етап розвитку світової та національної економіки нерозривно пов'язаний із глобальними процесами цифровізації. Ці процеси фундаментально змінюють архітектуру бізнес-моделей, парадигми управління та формати взаємодії зі споживачами. Сфера гостинності, що охоплює підприємства готельного та ресторанного господарства, є однією з найбільш чутливих до технологічних інновацій галузей. Її базовими продуктами є враження, комфорт та рівень сервісу, які неможливо «відчути» до моменту безпосереднього споживання. Саме тому інструменти, які допомагають візуалізувати та продати цю обіцянку комфорту, відіграють вирішальну роль. В умовах швидкої еволюції технологій маркетинг зазнає суттєвих трансформацій, вимагаючи від компаній постійної адаптації стратегій для досягнення високих результатів і створення більш інтерактивного досвіду для користувачів.

Представлені висновки кваліфікаційного дослідження дозволяють поглибити уявлення про сучасні форми цифрового маркетингу у готельному бізнесі в цілому та сформулювати рекомендації для практичного застосування на прикладі готельно-ресторанного комплексу «Україна», м. Київ. Синергія новітніх технологічних рішень та реальної високої якості сервісу залишається єдиною дієвою формулою успіху для готельно-ресторанного бізнесу України.

Кваліфікаційна робота: 76 с., 13 табл., 61 джерело.

Ключові слова: готель, цифровий маркетинг, SSM, PMS Cloud та Poster POS, CRM-система, SEO, сторітелінг

SUMMARY

Abrazhan I.I. Effective digital marketing strategies for hotel and restaurant enterprises in Ukraine (using the example of the hotel «Ukraina»)

Object of research: hotel and restaurant business in Ukraine.

Subject of research: effective digital marketing strategies for hotel and restaurant enterprises in Ukraine

Purpose of work: comprehensive research and definition of the content of the current state of digital marketing in the hotel and restaurant business in Ukraine.

Conclusions and their novelty: The current stage of development of the world and national economy is inextricably linked with global processes of digitalization. These processes fundamentally change the architecture of business models, management paradigms and formats of interaction with consumers. The sphere of hospitality, which includes hotel and restaurant enterprises, is one of the most sensitive to technological innovations of the industries. Its basic products are impressions, comfort and level of service, which cannot be «felt» until the moment of direct consumption. That's why tools that help visualize and sell this promise of comfort play a crucial role. In the face of rapid technological evolution, marketing is undergoing significant transformations, requiring companies to constantly adapt strategies to achieve high results and create more interactive experiences for users.

The presented conclusions of the qualification study allow us to deepen our understanding of modern forms of digital marketing in the hotel business as a whole and to formulate recommendations for practical application using the example of the hotel and restaurant complex «Ukraine», Kyiv. The synergy of the latest technological solutions and real high quality of service remains the only effective formula for success for the hotel and restaurant business in Ukraine.

Qualification work: 76 p., 13 tables, 61 sources.

Keywords: hotel, digital marketing, SSM, PMS Cloud and Poster POS, CRM system, SEO, storytelling

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ: ОСНОВИ, КАНАЛИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	10
1.1. Роль та призначення цифрового маркетингу у сфері обслуговування...	10
1.2. Канали та інструменти цифрового маркетингу готельно-ресторанного господарства.....	15
1.3. Використання підприємствами готельно-ресторанного бізнесу соціальних мереж для формування позитивного іміджу.....	22
1.4. Вимірювання ефективності цифрового маркетингу та омніканальна стратегія	28
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПОСЛУГ ВІТЧИЗНЯНОГО ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «УКРАЇНА»	33
2.1. Аналіз діяльності готельно-ресторанного комплексу «Україна» та передумов цифровізації послуг.....	33
2.2. Аналіз каналів SMM-просування та репутаційного менеджменту готельно-ресторанного комплексу «Україна»	39
2.3. Особливості маркетингових стратегій та комплексна автоматизація послуг.....	44
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «УКРАЇНА»	52
3.1. Напрями удосконалення digital-маркетингу готельно-ресторанного комплексу «Україна»	52
3.2. Рекомендації щодо вдосконалення цифрового маркетингу готельно-ресторанного комплексу «Україна».....	58
3.3. Економічна ефективність запропонованих заходів	63
ВИСНОВКИ.....	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	77
ДОДАТКИ.....	83