

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

(повна назва кафедри)

**РЕФЕРАТ**

**кваліфікаційної роботи**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

(шифр та найменування спеціальності)

за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справи»

(назва бакалаврської програми)

на тему: **«Інтернет-маркетинг підприємств готельного господарства  
(на прикладі Ribas Hotels Group)»**

**Виконавець:**

студентка факультету міжнародної економіки

**Данилова Віра Олексіївна**

\_\_\_\_\_ (прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

**Науковий керівник:**

К.е.н., доцент

**Шикіна Ольга Володимирівна**

\_\_\_\_\_ (прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2023

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Один з головних факторів, що сприяє популярності інтернет-маркетингу, – це його ефективність та високі показники конверсії. Якщо у 2023 році ми порівняємо рекламу в інтернеті з традиційними методами реклами, такими як телебачення або радіо, дописами у журналах або оголошеннях на білбордах, то перший варіант покаже значно кращі результати. Інтернет-маркетинг дає можливість точно налаштувати та спрямувати свою рекламну кампанію на певну аудиторію.

Все більше бізнесів надають перевагу саме цьому виду реклами, він також дозволяє знижувати витрати на маркетингові заходи та при цьому отримувати більше клієнтів та продажів. В умовах сучасної кризи, нестабільної економічної ситуації в усьому світі, минулої пандемії та інфляції, інтернет-маркетинг «рятує» багато бізнесів. Він є дуже гнучким та адаптивним. Це дозволяє змінювати та модифікувати рекламну стратегію в залежності від потреб ринку та аудиторії, а також регулювати обсяг витрат.

**Мета кваліфікаційної роботи** є генерація шляхів розвитку інтернет-маркетингу готельною мережею Ribas Hotels Group.

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- розкрити сутність поняття інтернет-маркетингу;
- розглянути інструменти інтернет-маркетингу готельного господарства;
- визначити досвід застосування маркетингових прийомів готельними підприємствами у мережі Internet;
- провести аналіз використання інтернет-маркетингу готельною мережею Ribas Hotels Group у товарній політиці;
- оцінити застосування інтернет-маркетингу готельною мережею Ribas Hotels Group у формуванні цінової політики;
- дослідити імплементації інтернет-маркетингу готельною мережею Ribas Hotels Group у комунікаційній та збутовій політиці;
- розробити пропозиції щодо удосконалення інтернет-маркетингу готельної мережі Ribas Hotels Group;
- провести обґрунтування економічної доцільності впровадження окремих запропонованих заходів у діяльність готельної мережі Ribas Hotels Group.

**Об'єктом дослідження** кваліфікаційної роботи є процес впровадження інтернет-маркетингу на підприємствах готельного господарства.

**Предметом дослідження** кваліфікаційної роботи є науково-практичні питання впровадження інтернет-маркетингу на підприємствах готельного господарства на прикладі Ribas Hotels Group.

**Методом дослідження** роботи є застосування діалектичного підходу до аналізу взаємозв'язку та розвитку явищ і процесів. Для досягнення поставленої мети і вирішення завдань кваліфікаційної роботи були використані наступні загальнонаукові методи: абстрактно-логічний метод: використовувався для узагальнення теоретичних положень, визначення сутності економічних понять та

формулювання висновків, системний аналіз: застосовувався для SWOT-аналізу готельної мережі Ribas Hotels Group, графічний метод: використовувався для наочного представлення статистичних даних, табличний та групування методи: застосовувалися під час аналізу діяльності готельної мережі Ribas Hotels Group, конструктивний та експериментальний методи: використовувалися для оцінки результатів запропонованих заходів щодо поліпшення інтернет-маркетингу готельної мережі Ribas Hotels Group.

**Інформаційна база дослідження.** Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять наукові праці з названої проблеми вітчизняних та зарубіжних вчених, законодавчі та нормативні акти України, методики Всесвітньої туристичної організації, інструктивні матеріали, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання, довідково-інформаційні видання, дані статистичної та внутрішньогосподарської звітності готельного підприємств.

Не зважаючи на наявність публікацій, присвячених інтернет-маркетингу, досить мало уваги приділено застосуванню елементів інтернет-маркетингу у готельних мережах.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання результатів дослідження для удосконалення діяльності готельної мережі Ribas Hotels Group.

**Структура і обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (49 найменувань). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 75 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 70 сторінках. Робота містить 11 таблиць, 5 рисунків.

**Публікації.** За результатами виконання кваліфікаційної роботи бакалавра опубліковано:

1. Данилова В.О. Інструменти інтернет-маркетингу готельного господарства / Всеукраїнська науково-практична інтернет конференція «Готельно-ресторанний та туристичний бізнес в Україні: проблеми та перспективи розвитку», 15-16 березня 2023 р., Миколаїв-2023. 74 с. С. 19-21.
2. Данилова В.О. Поняття та особливості Інтернет-маркетингу / Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали III Міжнародної науковопрактичної конференції здобувачів вищої освіти (м. Одеса, 12 квітня 2023 р.) / Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2023. 255 с. С. 93-96.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні основи Інтернет-маркетингу готельних підприємств» було розглянуто поняття Інтернет-маркетинг та його особливості. Було наведено інструменти Інтернет-маркетингу готельного господарства за способи їх застосування. Також наведено досвід застосування маркетингових прийомів готельними підприємствами у мережі Internet.

У другому розділі «Дослідження застосування Інтернет-маркетингу готельними мережами», надано загальну характеристику готельної мережі Ribas

Hotels Group, наведено приклади застосування Інтернет-маркетингу у товарній, ціновій, комунікаційній та збутовій політиці Ribas Hotels Group. Проведено SWOT-аналіз готелю Ribas Hotel Karpaty.

У третьому розділі «Шляхи розвитку Інтернет-маркетингу готельної мережі Ribas Hotels Group» було виявлено основні слабкі місця маркетингу готельної мережі Ribas Hotels Group. Було визначено шляхи впровадження пропозицій щодо удосконалення Інтернет-маркетингу готельної мережі Ribas Hotels Group.

## ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було розглянуто тему «Інтернет-маркетинг підприємств готельного господарства (на прикладі Ribas Hotels Group) та зроблено наступні висновки:

1. Інтернет-маркетинг охоплює широкий спектр інструментів та методів, які спрямовані на залучення та утримання клієнтів у сфері готельного господарства. Його особливості включають використання цифрових каналів комунікації, налаштування персоналізованого та цільового маркетингу, використання аналітики даних для оцінки ефективності кампаній та збільшення конверсій.

2. Інструменти інтернет-маркетингу для готельного господарства включають такі елементи, як веб-сайти, пошуковий маркетинг (SEO і SEM), соціальні медіа, контент-маркетинг, електронну пошту та мобільний маркетинг. Кожен з цих інструментів має свої особливості та може бути використаний для досягнення певних маркетингових цілей, таких як підвищення обігу готелю, збільшення бронювань та покращення задоволення клієнтів.

3. Досвід застосування маркетингових прийомів готельними підприємствами у мережі Інтернет свідчить про те, що успішні готельні бренди активно використовують цифрові канали для залучення та збереження клієнтів. Вони створюють інтернет-стратегію, де кожен інструмент має своє місце і використовується з метою максимізації результатів.

Готелі активно інвестують у розробку та оптимізацію своїх веб-сайтів, щоб забезпечити зручне та привабливе онлайн-досвід бронювання для клієнтів. Вони також застосовують пошуковий маркетинг, включаючи SEO (пошукову оптимізацію) та SEM (платну рекламу), для підвищення видимості своїх готелів у пошукових системах та привертання цільової аудиторії.

Соціальні медіа – потужний інструмент для готелів, який дозволяє їм будувати взаємодію зі своїми клієнтами, показувати унікальність свого бренду та залучати нових гостей. Вони можуть створювати цікавий та візуально привабливий контент, запускати конкурси та акції, відповідати на питання та коментарі, а також залучати відгуки та рекомендації від задоволених клієнтів.

4. Одним з ключових аспектів використання інтернет-маркетингу в товарній політиці Ribas Hotels Group є створення привабливого та зручного ефекту онлайн-присутності. Вони мають професійно розроблений веб-сайт з детальними описами готелів, фотографіями, цінами та доступними опціями бронювання. Це допомагає клієнтам знайти необхідну інформацію та легко забронювати номери онлайн.

5. Ribas Hotels Group успішно використовують інтернет-маркетинг для підтримки та оптимізації своїх цінових стратегій. Завдяки інтернет-маркетингу, вони можуть проводити дослідження ринку та аналізувати конкурентоспроможність своїх цін, а також ефективно комунікувати свої цінові пропозиції своїм цільовим аудиторіям.

Ribas Hotels Group використовує дані та аналітику, щоб оцінити реакцію клієнтів на свої ціни та пропозиції. Вони аналізують дані про конверсію, оптимальний рівень цін, споживчі зворотні зв'язки та інші метрики, щоб зрозуміти, як їхні цінові стратегії впливають на клієнтів та бізнес. Це дозволяє їм вдосконалювати свої цінові пропозиції та стратегії з часом.

6. Імплементация інтернет-маркетингу готельною мережею Ribas Hotels Group у комунікаційній та збутовій політиці показує, що вони успішно використовують різноманітні інструменти та стратегії для досягнення своїх маркетингових цілей. Вони активно використовують веб-сайт, соціальні медіа, електронну пошту, пошуковий маркетинг та контент-маркетинг для залучення та утримання клієнтів. Це дозволяє їм будувати сильну онлайн-присутність та створювати позитивний імідж бренду.

Одним з основних успіхів мережі Ribas Hotels Group у сфері інтернет-маркетингу є їх здатність до персоналізації комунікації з клієнтами. Вони розуміють важливість індивідуального підходу до кожного клієнта і надають персоналізовані пропозиції та повідомлення. Це допомагає збільшити взаємодію з клієнтами та забезпечує відчуття особистої уваги до них.

7. Нами було запропоновано розробити SEO-оптимізовані сайти для всіх готелів у мережі Ribas Hotels Group. Це допоможе підвищити видимість готелів у пошукових системах і залучити більше органічного трафіку на веб-сайт.

Більш урізноманітнити та диференціювати сторінки у соціальних мережах для кожного окремого готелю мережі Ribas Hotels Group. Забезпечити унікальний контент та акцентувати особливості кожного готелю, що допоможе привернути увагу і підвищити зацікавленість цільової аудиторії.

Використовувати чат-ботів для більш швидкої комунікації з клієнтами. Це дозволить швидко відповідати на запити клієнтів, а також надавати персоналізовані рекомендації та пропозиції.

Оптимізувати існуючі веб-сайти, щоб підвищити конверсію. Провести аналіз та оптимізацію елементів веб-сайту, включаючи заголовки, метатеги, швидкість завантаження сторінок та інші фактори, що впливають на користувацький досвід і конверсію.

Використовувати всі функції Facebook для аналітики результатів у соціальних мережах. Встановити піксель Facebook для відстеження конверсій, створити цільові аудиторії на основі взаємодій зі сторінками готелів та проводити ретаргетингові кампанії.

Створення VR-екскурсій по готелю та його території. Використовувати віртуальну реальність для створення іммерсивних вражень та дозволити потенційним клієнтам віртуально оглянути готель та його оточення. Це може значно підвищити інтерес до готелю та стимулювати бронювання.

8. Застосування вищенаведених пропозицій в інтернет-маркетингу готельною мережею Ribas Hotels Group у товарній політиці дозволить їм залучити більше уваги, збільшити конверсію та підвищити продажі. Нами було проведено розрахунки імовірності впровадження запропонованих заходів. Виходячи з них проект буде ефективним, термін окупності складає трохи більше 2 років, а чистий дисконтований дохід (ЧДД), який планує отримати готельна мережа «Ribas Hotels Group» від впровадження запропонованих заходів загальною вартістю 132 тис. грн., складе 103,4 тис. грн.

#### АНОТАЦІЯ

**Данилова В.О. «Інтернет-маркетинг підприємств готельного господарства (на прикладі Ribas Hotels Group)».**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справа» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2023.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

Об'єкт дослідження – процес впровадження інтернет-маркетингу на підприємствах готельного господарства. Предметом дослідження є науково-практичні питання впровадження інтернет-маркетингу на підприємствах готельного господарства на прикладі Ribas Hotels Group.

Метою роботи є генерація шляхів розвитку інтернет-маркетингу готельною мережею Ribas Hotels Group.

У роботі було розглянуто поняття інтернет-маркетинг, висвітлені інструменти інтернет-маркетингу готельного господарства та наведено досвід застосування маркетингових прийомів готельними підприємствами у мережі Internet. Досліджено діяльність Ribas Hotels Group.

За результатами дослідження сформульована доцільність впровадження пропозицій щодо удосконалення інтернет-маркетингу готельної мережі Ribas Hotels Group. Проаналізована ефективність, враховуючи прибуток та витрати на впровадження заходів.

**Ключові слова:** інтернет-маркетинг, готельна мережа, «Ribas Hotels Group», удосконалення.

#### ANNOTATION

**Danilova V.O. «Internet marketing of hotel enterprises (on the example of Ribas Hotels Group)».**

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 241 «Hotel and restaurant business» for the educational program «Economics and organization of hotel and restaurant business». – Odessa National Economics University. – Odessa, 2023.

The qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, and a list of used sources.

The object of the study is the process of implementing Internet marketing at hotel enterprises. The subject of the study is the scientific and practical issues of the implementation of Internet marketing at hotel enterprises, using the example of Ribas Hotels Group.

The purpose of the work is to generate ways to develop internet marketing by the Ribas Hotels Group hotel chain.

The paper considered the concept of Internet marketing, highlighted the tools of Internet marketing of the hotel industry, and provided the experience of using marketing techniques by hotel enterprises on the Internet. The activity of Ribas Hotels Group was studied.

Based on the results of the study, the feasibility of implementing proposals for improving the Internet marketing of the Ribas Hotels Group hotel chain was formulated. The effectiveness was analyzed, taking into account the profit and costs of implementing the measures.

**Keywords:** Internet marketing, hotel chain, "Ribas Hotels Group", improvement.