

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
д.е.н., проф. Саєнсус М.А.

_____ (підпис)
“ ___ ” _____ 20__ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістр**

зі спеціальності 075 Маркетинг

за освітньою програмою «Маркетинг та міжнародна логістика»

на тему: **МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ
ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «МІЖНАРОДНО-ДІЛОВИЙ
ЦЕНТР» ГОТЕЛЬ «HILTON KYIV»**

Виконавець:

студентка ЦЗВФН

Орлова Юлія Олександрівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

Д.е.н, професор

(науковий ступінь, вчене звання)

Саєнсус М.А.

(прізвище, ім'я, по батькові) _____ /підпис/

Одеса 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ	
МАРКЕТИНГУ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	7
1.1. Маркетингова політика у світових готельних мережах	7
1.2. Сучасний стан розвитку готельної справи в Україні.....	18
Висновки 1 розділу.....	31
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ	
ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «МІЖНАРОДНО-	
ДІЛОВИЙ ЦЕНТР» ГОТЕЛЬ «HILTON KYIV»	32
2.1 Загальна характеристика готельного підприємства.....	32
2.2 Аналіз економічної діяльності готелю.....	43
2.3. Аналіз маркетингової діяльності готелю.....	48
Висновки 2 розділу.....	59
РОЗДІЛ 3. ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ	
РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ	
«МІЖНАРОДНО-ДІЛОВИЙ ЦЕНТР» ГОТЕЛЬ «HILTON	
KYIV»	60
3.1. Розробка програми лояльності Hilton Honors.....	60
3.2. Шляхи оптимізації стратегії digital – маркетингу.....	76
3.3. Напрями підвищення ефективності функціонування.....	84
готелі через створення відділу digital – маркетингу.....	89
Висновки 2 розділу.....	
ВИСНОВКИ	90
Список використаних джерел	93
Додатки	96

ВСТУП

Актуальність теми. З урахуванням сучасних глобальних подій, таких як повномасштабне вторгнення в Україну, сфера бізнесу, включаючи галузь digital-маркетингу, переживає серйозні трансформації та виклики. Кризові ситуації, подібні війні чи конфліктам, негативно впливають на економічне середовище, змінюючи пріоритети та стратегії компаній.

Обрана тема дослідження, яка стосується маркетингової діяльності в готельній індустрії, має велику актуальність та важливість для подальшого розвитку цієї сфери. В умовах кризи змінюється споживчий півпортрет, зокрема зміцнюється попит на онлайн-сервіси та цифрові рішення. Користувачі стають більш залежними від інтернету для отримання інформації, покупок та забезпечення комунікації. Питання маркетингової діяльності у готельній індустрії досліджували такі автори, як: Лістрова О. С. [2], Кірілюк І. М. [3], Овчаренко Н.П., Костенко К. І. [18], Кізим В. [1], Ілляшенко Н. С. [4], Данько І. Н. [5], Агафонова Л. [21], Котлер Ф. [37] та інші.

Підприємства, включаючи ті, що займаються digital-маркетингом, вимушені адаптувати свої стратегії під нові реалії. Важливо переглянути комунікаційні підходи, визначити актуальні канали взаємодії з аудиторією та висвітлити значущість онлайн-простору. Digital-маркетинг повинен переосмислити свою стратегію визначення та привертання цільової аудиторії.

Зростання активності користувачів в онлайн-середовищі створює нові можливості для точного та ефективного спрямування рекламних кампаній. В умовах кризи ключовим стає креативний та чутливий підхід до контенту. Digital-маркетинг повинен створювати стратегії, спрямовані на підтримку та мотивацію аудиторії, а не лише на продажі товарів чи послуг. В умовах кризи важливо будувати довіру споживачів до бренду чи компанії.

Digital-маркетинг має відігравати ключову роль у веденні ефективного комунікаційного процесу, який підтримує довіру та стабільність.

Використання аналітики та даних стає ще більш важливим для виявлення та реагування на зміни у попиті, поведінці споживачів та конкурентному середовищі.

Узагальнюючи, поновлення digital-маркетингу в умовах кризи є невід'ємною частиною стратегічного відновлення бізнесу. Актуалізація підходів та використання нових можливостей цифрового простору дозволить компаніям залишатися конкурентоспроможними та забезпечувати ефективний взаємозв'язок із споживачами.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у глибокому дослідженні та розробці рекомендацій, спрямованих на вдосконалення функціонування маркетингового відділу та створення нових маркетингових інструментів для просування готельного продукту "Hilton Kyiv".

Об'єкт дослідження – процес розробки маркетингових інструментів готелю.

Предмет дослідження – теоретичні і практичні аспекти вдосконалення маркетингової діяльності на прикладі готельного підприємства «Hilton Kyiv».

Для досягнення цієї мети визначено ряд **завдань**, які охоплюють широкий спектр аспектів.

1. Характеристика та визначення особливостей маркетингу: *робота починається з докладного вивчення та аналізу теоретичних аспектів маркетингу, включаючи його ключові поняття та особливості застосування в сфері готельного бізнесу.*
2. Дослідження маркетингової політики у світових готельних мережах: *аналіз маркетингових стратегій світових готельних мереж дозволяє виявити передовий досвід та впроваджувати його в контексті "hilton kyiv".*
3. Ознайомлення зі сучасним станом розвитку готельної діяльності в Україні: *вивчення особливостей українського готельного ринку надає можливість врахувати місцеві та глобальні тенденції в контексті розробки маркетингових стратегій.*

4. *Визначення загальної характеристики готелю "Hilton Kyiv": детальний аналіз готелю "hilton kyiv" дозволяє визначити його переваги та слабкі сторони, визначити цільову аудиторію та врахувати усі особливості.*
5. *Аналіз фінансової діяльності готельного підприємства "Hilton Kyiv": вивчення фінансових показників допомагає визначити ефективність витрат та здійснювати оптимізацію маркетингових бюджетів.*
6. *Аналіз маркетингової діяльності та стратегії розвитку готелю "Hilton Kyiv": оцінка існуючих стратегій та їх вплив на позицію готелю дозволяє виявити можливості для вдосконалення та розвитку.*
7. *Пропонування шляхів оптимізації маркетингових стратегій: на основі проведеного дослідження розробляються конкретні рекомендації щодо оптимізації маркетингових стратегій "hilton kyiv".*

Практичне значення роботи полягає у тому, що отримані рекомендації можуть бути використані для покращення маркетингової діяльності готелю "Hilton Kyiv", забезпечуючи йому конкурентні переваги та ефективний розвиток в умовах економічної кризи.

Методи дослідження: у процесі виконання кваліфікаційної роботи використано ряд загальнонаукових методів, які дозволили досягти поставлених цілей. Проведено докладний аналіз теоретичних основ маркетингу та готельного бізнесу для формулювання основних принципів та стратегій. Об'єднано теоретичний та практичний підходи для створення комплексної картини маркетингової діяльності готельного підприємства. Використано методи збору даних з різноманітних джерел, включаючи літературні джерела, законодавчі акти, фінансові звіти та інтернет-ресурси. Зібрана інформація була систематизована, узагальнена та організована для ефективного використання в дослідженні. Застосовано метод порівняльного аналізу маркетингової політики іноземних готельних операторів для визначення передового досвіду. Використано метод історичного аналізу для вивчення еволюції маркетингових стратегій у готельній індустрії.

Інформаційна база дослідження включає: Законодавчі акти та ДСТУ, Сайт Державної служби статистики України, Офіційні сайти об'єктів готельного бізнесу, вивчення нормативних документів, які регулюють готельний бізнес, використання статистичних даних для оцінки ринкових тенденцій, інтернет-ресурси, аналіз наукових та практичних публікацій з маркетингу, готельного менеджменту та інших відповідних галузей. Додатковий пошуковий аналіз забезпечив доступ до актуальної інформації.

Структура кваліфікаційної роботи включає: вступ: представлення теми, актуальність та мета дослідження. три розділи: поглиблений аналіз маркетингових аспектів готельного бізнесу, включаючи теоретичний аспект, дослідження світових готельних мереж та аналіз конкретного готелю "hilton kyiv". висновки: підсумок дослідження, ключові висновки та рекомендації. список використаних джерел. Додаткові матеріали, які допомагають розширити розуміння предмету дослідження. Ця структура дозволяє чітко представити інформацію та результати дослідження.

Загальний обсяг роботи становить 102 сторінок. Робота містить 28 таблиць та 5 рисунків. Список використаних джерел включає 69 найменувань.

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження сучасного стану, проблем та перспектив маркетингового комплексу готельних підприємств в Україні, опрацювання значної кількості літературних та інтернет – джерел надійшли до наступних висновків.

1. Досліджено, що маркетинг вже є частиною готельного бізнесу та є одним із найбільш динамічних і гнучких відділів готельного господарства. Маркетинг є цілою наукою керування та знаходження нових ресурсів для задоволення потреб суспільства. Термін маркетингу визначається як діяльність для створення процесів спілкування, доставки та обміну пропозиціями, які мають цінність для клієнтів, партнерів і суспільства в цілому. Всі фактори і тенденції розвитку комплексу маркетингу повинні визначати пріоритетні напрями розвитку готельного підприємства та мету маркетингової діяльності в цілому.

2. Зростаюча конкуренція на ринку готельних послуг вводить нові правила обслуговування гостей. Зараз недостатньо запропонувати тільки номер, який буде комфортним та гарно обставлений, гостей тепер потрібно здивувати, знайти підхід та навіть захопити їх до готелю назавжди . Це означає, що готелям тепер потрібно застосовувати нестандартні методи і підходи , в тому числі і з погляду на комплекс маркетингу. Важливим було ознайомитися з маркетинговою політикою готелю «Hilton Kyiv» . Оцінили значення декількох елементів комплексу маркетингу, таких як: готельний продукт, ціна, канали збуту, просування продукту, робота персоналу , фізична потреба послуги, значення процесів планування та стратегії.

3. Досліджуючи сучасний досвід маркетингової політики іноземних готельних операторів встановлено, що мережа Marriott International, Inc є взірцем грамотною маркетингової стратегії. Ця компанія успішно працює в готельній індустрії та має налічує готелі ніж 70 країнах (на 2015р.).

Встановлено, що у світовій готельній індустрії все частіше з'являються численні проблеми, які впливають на прибуток готельних підприємств . Незважаючи на це, остаточно Marriott Inc. займає велику частку ринку в глобальній туристичній індустрії . З'ясовано, що такий успіх у середовищі, повному численних конкурентів і викликів, пояснюється ефективною практикою маркетингових комунікацій організації, яка забезпечує збереження клієнтів компанії та надання різноманітних якісних продуктів і послуг відповідно до їхніх потреб і запитів .

4. З'ясовано, що за результатами 2021 р. скоротився обсяг наданих послуг в готельному бізнесі в Україні: у два рази зменшився рівень завантаження готелів практично за всіма сегментами ринку і, в наслідок цього, падіння середнього чеку . На це вплинуло стрімке поширення пандемії - COVID-19. Діяльність готелів, яка вибудовувалась роками, зазнала суттєвих змін. Всі ці процеси спонукали готельні підприємства до створення нових шляхів подальшої діяльності та надання послуг.

5. Об'єктом кваліфікаційної роботи є готель «Hilton Kyiv». Проаналізовано показники фінансової діяльності готелю за 2018 – 2021р, спостерігається помітне зменшення чистого доходу підприємства від послуг, які надаються. Як негативний чинник, пов'язаний з цим, можна назвати значне податкове навантаження на підприємства різних організаційно-правових форм і форм власності. Також, проведена оцінка стану маркетингового сектору готельного підприємства, визначені критерії оцінки діяльності веб – сайту готелю, проаналізовані помилки, які слід пропрацювати.

6. Було проведено аналіз маркетингової діяльності та знайдені слабкі сторони готелю і цієї сфері. Приведено рекомендації щодо оптимізації роботи комунікаційних відділів та злагодження сумісної роботи задля зволікання потенційних клієнтів.

7. За результатами аналітичної частини другого розділу виявлено критичну потребу у осучасненні методів маркетингової діяльності готелю «Hilton Kyiv». Було запропоновано створення нового відділу комунікацій

digital – маркетингу з зовсім іншими підходами до реклами та роботи з аудиторією готелю. Визначені основні інструменти для функціонування такого підрозділу у готельному підприємстві та наведені переваги технологічного буму у діяльності готельного підприємства. Запровадження цих рекомендацій дозволить значно активізувати розвиток готельної діяльності підприємства та покращити усі фінансові показники.

8. Було запропоновано проведення маркетингових заходів, якими в змозі займатися новий відділ задля покращення роботи ресторанів готелю. Визначено, що за допомогою роботи з інтернет – ресурсами, можливо досягти непоганого прибутку щомісяця, що також добре буде поповнювати бюджет готельного підприємства «Hilton Kyiv».

Мережа готелів Hilton в Україні має значний потенціал для розвитку в digital-маркетингу. Однак, наразі вона має ряд проблем, які необхідно вирішити, щоб досягти успіху. Одним із найважливіших завдань для Hilton є відновлення активності в соціальних мережах. Це дозволить компанії налагодити зв'язок зі своєю цільовою аудиторією та підвищити обізнаність про бренд. Hilton може використовувати соціальні мережі для публікації актуального контенту, проведення конкурсів та розіграшів, а також для обміну інформацією про свої готелі та послуги.

Ще одним важливим завданням для Hilton є запуск таргетованої реклами. Це дозволить компанії охопити свою цільову аудиторію та стимулювати продажі. Hilton може використовувати таргетовану рекламу в Google Ads, Facebook Ads та інших платформах.

Ось кілька конкретних рекомендацій щодо впровадження digital-маркетингу для мережі готелів Hilton в Україні:

1. Відновити активність у соціальних мережах. Hilton повинен відновити публікацію контенту в соціальних мережах, приділяючи особливу увагу актуальності та релевантності контенту для цільової аудиторії. Hilton також може використовувати соціальні мережі для проведення конкурсів та розіграшів, щоб залучити увагу до своїх готелів.

2. Запустити таргетовану рекламу. Hilton повинен використовувати таргетовану рекламу в Google Ads, Facebook Ads та інших платформах, щоб охопити свою цільову аудиторію та стимулювати продажі. Hilton може використовувати таргетовану рекламу для просування своїх готелів, а також для залучення нових клієнтів.

3. Створити ефективний контент-план. Hilton повинен створити ефективний контент-план, який буде спрямований на досягнення конкретних цілей. Контент-план повинен містити різноманітні типи контенту, наприклад, текстові публікації, зображення, відео та інфографіку.

4. Впровадити системи відстеження та аналізу. Hilton повинен впровадити системи відстеження та аналізу, щоб відстежувати ефективність своїх маркетингових кампаній. Це дозволить компанії оцінити результати своїх зусиль та внести необхідні корективи.

5. Виконання цих рекомендацій допоможе Hilton підвищити свою присутність у digital-маркетингу та досягти своїх маркетингових цілей.

Ось кілька додаткових рекомендацій, які можуть бути корисними для Hilton в Україні:

1. Зосередитися на цільовій аудиторії. Hilton повинен чітко визначити свою цільову аудиторію та розробити маркетингові кампанії, які будуть спрямовані на задоволення її потреб.

2. Використовувати місцевий контент. Hilton повинен використовувати контент, який буде релевантним для місцевої аудиторії. Це може містити інформацію про місцеві події, визначні пам'ятки та культуру.

3. Впровадити програми лояльності. Hilton може впровадити програми лояльності, щоб заохочувати повторні бронювання.

Регулярне відстеження результатів маркетингових кампаній та внесення необхідних корективів допоможуть Hilton досягти успіху в digital-маркетингу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кізим В. Маркетингове дослідження ринку туристичних і готельних послуг України. / Н. Бортнік // Вісник Херсонського державного університету. – 2016. – Серія: Економічні науки №. 17 (2). С. 37-40.
2. Лістрова О.С. Інструменти інноваційного маркетингу готельного господарства. Харків: Економічний вісник. 2021. №2. С.105-114. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2021/2/EV20212_105-114.pdf
3. Кірілюк І. М. Маркетингове забезпечення готельної індустрії / І. М. Кірілюк // Умань: Навчальний посібник українською 2017. – 18-21с.
- 4 . Ілляшенко Н.С. Впровадження концепції інноваційного маркетингу в діяльність промислових підприємств. URL: https://mmi.fem.s umdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2010_1_28_33.pdf
5. Н. І. Данько Основи готельно-ресторанної справи : навчальний посібник / Данько Н. І. // за заг. ред. А. Ю. Парфененка. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 288 с
6. Державна служба статистики. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>
- 7 . Виноградская А. С. Развитие туристического бизнеса в Украине / А. С. Виноградская // Бизнес-информ. – 2016. –№ 9 – 10. С. 122 – 127.
8. ДСТУ 4269-2003 Послуги туристичні. Класифікація готелів.- Офіційний веб-портал Верховної Ради України. - URL: <http://zakon3.Rada.gov.ua>
9. Халілов Д. Маркетинг в соціальних мережах. Манн, Іванов і Фербер, 2016 с. 571
10. Система YouControl — онлайн-сервіс перевірки компаній URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/21660999/
11. «Hilton Kyiv» and Resorts : URL: <https://www.phnr.com/ua>
12. Система YouControl — Досьє на компанію URL: <https://youcontrol.com.ua/card/pdf/file/?id=8349824&tb=express-universal-file>

13. Звітність українських підприємств URL: https://zvitnist.com/21660999_PRYVATNE_AKCONERNE_TOVARYSTVO_H_OTEL_PREMYER_PALAC#analysis
14. Marriott News Center URL: <https://news.marriott.com/>
15. Діджиталізація XXI века – як впливають Digital-технології на підприємства індустрії гостинності. URL: <https://expertsolution.com.ua/kak-vlijajut-digital-tennologii-na-predprijatija-industrii-gostepriimstva>
16. Ефективність E – mail розсилок 2022: середні показники відкриття в різних індустріях. URL: <https://blog.uamaster.com/email-open-rate-2022/>
17. Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку готельного бізнесу в регіонах України. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2020-4_0-pages-72_80.pdf
18. Овчаренко Н. П., Костенко К. І., Павленко І. Х. Цифрові технології у digital- маркетингу: нові можливості для гостинної індустрії . Проблеми сучасної економіки. 2018. № 2. С. 229–233.
19. Основи Digital-marketing . URL: <https://wezom.com.ua/blog/digital-marketing-6-preimuschestv-dljabiznesa>
20. Цифрові вивіски у готелях. URL: <https://www.disima.pro/hotel>
21. Агафонова Л. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів/ Л. Агафонова, О. Агафонова; Київський ун-т туризму, економіки і права. – К.: Знання України, 2015. – 351 с.
22. Бойко О. В. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід : монографія / О. В. Бойко ; за ред. А. Ю. Парфіненка. – Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2013. – 279 с.
23. Мальська М. П. Економіка туризму: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 650 с.

24. Браймер Р. Основи маркетингу в індустрії гостинності / Р. Браймер. – М.: Агент прес, 2016. – 331с.
25. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації URL: <http://www2.unwto.org/en>
26. Галасюк С. С., Шикіна О. В. Організаційно-економічні засади функціонування малих готелів. Одеса: Атлант, 2015. – 279 с.
27. Квартальнов В. А. Туризм: Підручник. – М.: Фінанси і статистика, 2015. – 160 с.
28. Остапенко Я. О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку // Глобальні та національні проблеми економіки / Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського . – 2015. – Вип. 8. – С.1216.
29. Галасюк С. С. Досвід європейських країн у застосуванні стандартів «HOTELSTARS UNION». Матеріали круглого столу та 100 студентської науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України». Одеса, 2018. 13–18 с.
30. Основи готельно-ресторанної справи : навчальний посібник / Н. І. Данько та ін. ; за заг. ред. А. Ю. Парфененка. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 288 с
31. Класифікація готелів (засобів розміщення). Класифікація готелів в Україні. URL: <https://textarchive.ru/c2143402.htm>
32. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів», затверджений наказом Держспоживстандарту України від 23.12.2003 р. № 225. URL: https://dnaop.com/html/29982/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4_269_2003
33. Асоціація готелів та курортів України розробила нову класифікацію готелів / Система класифікації за категоріями готелів та інших закладів розміщення (проживання) в Україні. Редакція №2 (матеріали для передачі

органам державної влади). URL: <https://nk.org.ua/obshchestvo/assotsiatsiia-otelei-i-kurortov-ukrainy-razrabotalanovuiiu-klassifikatsiiu-otelei--254790>

34. . Колесніченко А.С. Нормативно-правове регулювання та державна підтримка розвитку готельної індустрії як інституту туризму // економіка та управління національним господарством / причорноморські економічні студії / А.С. Колесніченко. Вип. 23. – 2017.

35. Сагер Л.Ю., Савченко О.С. Сутність поняття «маркетингові інновації». URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstreamdownload/123456789/28795/1/Sahe.%20Savchenko.pdf>

36. Marketing Objectives: Types, Goals, Examples. URL: <https://studio.usguy.Com/marketing-objectives/>

37. Хумарова Н. І., Дишкантюк О. В. Гостинність, туризм та рекреація у забезпеченні розвитку економіки вражень // Про перспективи, проблеми і завдання розвитку сфери туризму і рекреації в Україні : матеріали XI Пленуму Спілки економістів України, 29 вересня 2017 р., Київ, СЕУ /За заг. ред. акад. АЕНУ В. В. Оскольського. 2017. С. 61–73.

38. Поплавська І. В. Діяльність транснаціональних готельних мереж в Україні / І. В. Поплавська// Географія та туризм. – К.: ЛГТ, 2010. – Вип. 7. – С. 116-119.

39. Остапенко Я. О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку // Глобальні та національні проблеми економіки : електрон. наук. фах. вид. 2015.-Вип. 8. С. 1216–1221.

40. Національні стандарти україни: ДСТУ 4268-2003 Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги.- Офіційний веб-портал Верховної Ради України. - URL: <http://zakon3.rada.gov.ua>

Список digital джерел

1. Офіційний сайт мережі готелів Hilton [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.hilton.com/en/>

2. Hilton. 2023 proxy statement for annual meeting of stockholders [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://stories-editor.hilton.com/wp-content/uploads/2023/04/2023-Proxy-Statement.pdf>
3. Програма лояльності Hilton Honors [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.hilton.com/en/hilton-honors/member-benefits/>
4. Програма лояльності World of Hyatt Loyalty Program [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://world.hyatt.com/content/gp/en/program-overview.html>
5. Програма лояльності Palace Club [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.phnr.com/ua/premier-club>
6. Програма лояльності Vertex Loyalty Club [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://bristol-hotel.com.ua/programma-loyalnosti/>
7. Аналітичний сервіс TrendHero [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://trendhero.io/en>
8. Tone of voice — що це таке: приклади і яким повинен бути голос бренду [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://aboutmarketing.info/internet-marketynh/tone-of-voice-shcho-tse-tse-ak-brend-spilkuetsa-zi-svoeu-auditorieu>
9. Росер Р. Реальність в рекламі / Рівз Росер., 2017. – 128 с.
10. Офіційна сторінка мережі Hilton в Україні в Instagram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.instagram.com/hiltonkyiv/>
11. Офіційна сторінка мережі Hyatt в Україні в Instagram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://instagram.com/hyattregencykyiv>
12. Офіційна сторінка мережі Premier Hotels and Resorts в Україні в Instagram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://instagram.com/premier_palace_hotel

13. Офіційна сторінка мережі Ribas Hotels Group в Україні в Instagram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
<https://instagram.com/ribas.hotel.group>
14. Офіційна сторінка мережі Vertex Hotel Group в Україні в Instagram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
https://instagram.com/vertex_hotel_group
15. Офіційна сторінка готелю Radisson Blue Resort Bukovel в Україні в Instagram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
<https://instagram.com/radissonbluresortbukovel>
16. Офіційна сторінка готелю Rixos Prykarpattya в Україні в Instagram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
<https://instagram.com/rixosprykarpatya>
17. Офіційна сторінка готелю Shelest Hotel в Україні в Instagram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
<https://instagram.com/shelest.hotel>
18. Офіційна сторінка готелю M1 Club Hotel в Україні в Instagram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
https://instagram.com/m1_club_hotel
19. Офіційна сторінка готелю Verholy Relax Park в Україні в Instagram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
https://instagram.com/verholy_relaxpark_poltava
20. Офіційна сторінка мережі Hilton в Україні в Facebook [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
<https://www.facebook.com/hiltonkyiv>
21. Офіційна сторінка мережі Hyatt в Україні в Facebook [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
<https://www.facebook.com/hyattregencykyiv>
22. Офіційна сторінка мережі Premier Hotels and Resorts в Україні в Facebook [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
https://www.facebook.com/premier_palace_hotel
23. Офіційна сторінка мережі Ribas Hotels Group в Україні в Facebook [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
<https://www.facebook.com/ribas.hotel.group>

24. Офіційна сторінка мережі Vertex Hotel Group в Україні в Facebook [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
https://www.facebook.com/vertex_hotel_group
25. Офіційна сторінка готелю Radisson Blue Resort Bukovel в Україні в Facebook [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
<https://www.facebook.com/radissonbluresortbukovel>
26. Офіційна сторінка готелю Rixos Prykarpattya в Україні в Facebook [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
https://www.facebook.com/rixos_prykarpattya
27. Офіційна сторінка готелю Shelest Hotel в Україні в Facebook [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
https://www.facebook.com/shelest_hotel
28. Офіційна сторінка готелю M1 Club Hotel в Україні в Facebook [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
https://www.facebook.com/m1_club_hotel
29. Офіційна сторінка готелю Verholy Relax Park в Україні в Facebook [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
https://www.facebook.com/verholy_relax_park