

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

РЕФЕРАТ  
кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справи»

на тему: «Інформаційні технології в маркетинговій діяльності підприємств готельного господарства (на прикладі готелю «Дерібас»)

Виконавець  
студентка ФМЕ, гр. 40

Луньова Катерина Сергіївна  
(прізвище, ім'я, по-батькові) /підпис/

Науковий керівник  
к.е.н., доцент  
(науковий ступінь, вчене звання)

Нездоймінов С.Г.  
(прізвище, ім'я, по-батькові) /підпис/

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Індустрія гостинності є широким сектором економіки, який включає різноманітні види підприємств, такі як готелі, ресторани, кафе, туристичні агентства, курорти та інші заклади, що надають послуги гостинності та туризму. Готельний бізнес - це галузь гостинності, яка займається наданням послуг розміщення, харчування та інших додаткових сервісів для туристів, подорожуючих та інших клієнтів. Готельні підприємства можуть варіюватися від невеликих сімейних готелів та гостьових будинків до великих ланцюжків готелів та розкішних курортів.

Маркетингова діяльність у галузі гостинності є важливою складовою для залучення та утримання клієнтів, підвищення якості послуг та створення конкурентної переваги.

Діджиталізація маркетингової діяльності готелю є надзвичайно високою у сучасному світі, оскільки цифрові технології стають все більш невід'ємною частиною нашого повсякденного життя через подолання кризових явищ, викликаних наслідками військової агресії РФ, глобалізації конкурентних середовищ.

Інтернет має значний вплив на споживачів, що шукають та бронюють готельні послуги. Он-лайн платформи для бронювання послуг готелів, відгуки та рекомендації в соціальних мережах стали важливими джерелами інформації для подорожуючих. Готелі повинні адаптуватися до цього цифрового середовища, де ефективність діджиталізації маркетингових зусиль є ключовим фактором успіху.

**Мета даної роботи** - визначення шляхів удосконалення маркетингової діяльності на засадах діджиталізації в підприємствах готельного господарства. Поставлена мета досягається через виконання низки завдань:

- розкрити сутність маркетингової діяльності в підприємствах готельного бізнесу;

- проаналізувати стан використання сучасних інформаційних технологій маркетингу у готельному бізнесі;
- надати загальну характеристику та провести аналіз господарської діяльності готелю «Дерібас»;
- провести аналіз маркетингової діяльності готелю «Дерібас»;
- визначити напрями діджиталізації маркетингової діяльності готелю «Дерібас»;
- сформувати пропозиції щодо впровадження продукту цифрових технологій в готелі «Дерібас».

**Об'єктом дослідження** є процес здійснення маркетингової діяльності із використанням інформаційних технологій на підприємствах готельного господарства.

**Предметом дослідження** є сукупність теоретичних та практичних положень щодо удосконалення діджиталізації маркетингової діяльності на підприємствах готельного господарства.

**Методологічну основу дослідження** становить комплекс таких методів: аналогія, логічної абстракції, табличний, графічний, групування, класифікації, SWOT-аналіз, порівняння, оцінювання, математичного моделювання та прогнозування, рентабельності інвестицій. Також були використані комп'ютерні програми Microsoft Office, Excel, Microsoft Word.

**Інформаційною базою роботи** є закони України та інші нормативно-правові акти, інструктивні та методичні матеріали галузевої приналежності. В роботі використовувалися матеріали наукових монографій, інформаційні матеріали науково-практичних конференцій і семінарів, періодичних видань, збірники та довідники служби державної статистики, тематична довідкова література, галузева інформація, інформаційні ресурси мережі Інтернет, дані бухгалтерського обліку, фінансова звітність готелю «Дерібас».

**Практичне значення результатів**, які одержані в результаті дослідження, полягають у можливості використання запропонованих заходів

щодо діджиталізації маркетингової діяльності з ціллю підвищення ефективності готельного бізнесу.

**Публікації та апробація результатів дослідження.** Окремі результати дослідження були представлені у тезах доповідей:

1. Нездоймінов С. Г., Луньова К. С. Діджиталізація маркетингової діяльності підприємств сфери готельного господарства // Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством: Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції. Частина 2. м. Полтава, 30 – 31 березня 2023 р. С. 588.

2. Луньова К. С. Впровадження інтернет - технологій в маркетингову діяльність готельних підприємств в Україні // Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» (12 квітня 2023 року, Одеський національний економічний університет м. Одеса, Україна). 2023. 2.

**Структура роботи** складається зі вступу, трьох розділів, в кожному з яких висвітлюється тема та завдання даної роботи, висновків, списку використаних джерел. Кваліфікаційна робота містить 79 сторінок, 16 таблиць, 11 рисунків, список використаних джерел з 42 найменувань.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У першому розділі «**СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ**» розглянуто сучасні інформаційні технології, які використовуються в маркетинговій діяльності підприємств сфери готельного бізнесу. Зазначено, що сучасні цифрові інструменти маркетингу, які розглянуті в цьому розділі, включають: веб-сайти та мобільні додатки; розглядаються принципи роботи та оптимізації веб-сайтів готелів для забезпечення зручного бронювання, надання інформації про послуги та створення позитивного користувацького досвіду; соціальні медіа: досліджуються різні платформи соціальних медіа (Facebook, Instagram) та їх використання для підтримки

бренду готелю, комунікації з клієнтами, розміщення фото та відео відгуків клієнтів, організації конкурсів та спеціальних пропозицій; електронна пошта та розсилки: вивчаються методи створення та відправлення електронних листів, побудова бази даних клієнтів, використання персоналізованих пропозицій та автоматизованої розсилки для збільшення конверсії та залучення повторних бронювань.

У другому розділі **«АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «ДЕРІБАС»** проведений аналіз господарської діяльності готелю «Дерібас» та організації діяльності персоналу, розподіл обов'язків, аналізуються професійна кваліфікація співробітників та кадровий склад. Визначено, що готель входить до компанії Business Regency Group, яка займається просуванням послуг готельних підприємств мережі. Готелю вдалося відійти від пандемії COVID-19 та збільшити коефіцієнт завантаження на 15% (з 75% у 2019 році до 90% у 2021 р.), прибуток у 2019 р. складав 8886466 тис грн., а у 2021 - 13953450 тис. грн.

Під час дослідження конкурентного середовища готелю «Дерібас» виявлено, що головним конкурентом готелю «Дерібас» є готель «Рібас Дюк». Готель «Дерібас» активно використовує інформаційні технології для просування на ринку. Підприємство має свій власний веб-сайт із усіма необхідними функціями та важливою інформацією. Для визначення зовнішніх загроз та можливостей в маркетингової діяльності готелю «Дерібас» проведено SWOT-аналіз.

У третьому розділі **«ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «ДЕРІБАС»** запропоновано заходи щодо діджиталізації маркетингової діяльності готелю. Встановлено, що соціальні медіа як інструмент цифрового маркетингу знаходяться в активному використанні у готелі «Дерібас». Керівництву готелю рекомендовано розглянути можливість залучення SMM - спеціалістів (Social Media Marketing) для підвищення просування послуг готелю в соціальних мережах. Запропоновано впровадження

мобільного модулю бронювання «Servio Reservation», що встановлюється на сайт готелю і надає змогу отримувати з нього заявки. За розрахунками, індекс рентабельності запропонованого проекту складає 2,95, а прогнозований термін окупності складає 124 операційні дні.

## **ВИСНОВКИ**

1. В роботі визначено, що маркетингова діяльність у галузі гостинності є надзвичайно важливою для залучення та утримання клієнтів, підвищення впливу бренду та створення конкурентної переваги. За умов глобалізації зростає конкуренція підприємств. Сьогодні спостерігається спад на ринку готельних послуг через наслідки пандемії Covid - 19 та військової агресії РФ. Скорочується підприємницька діяльність, в тому числі у сфері гостинності та туризму, що викликає впровадження додаткових заходів щодо удосконалення маркетингової діяльності підприємств готельного бізнесу.

2. Доведено, що ефективне використання цифрового маркетингу в готельному бізнесі може призвести до покращення комунікації з клієнтами, збільшення обсягу продажів та підвищення лояльності клієнтів, дозволяє готелям спростити процес бронювання для клієнтів і забезпечити їм зручність і доступність. Он-лайн бронювання і електронні системи управління готелями можуть допомогти підприємствам підвищити ефективність своєї діяльності і зменшити витрати.

3. Аналіз господарської діяльності готелю, починаючи з 2019 по 2021 роки відвідуваність готелю демонструє зріст через покращення ситуації з епідемією COVID-19 в Україні. Перш за все, місткість готелю збільшилась на 1 номер, з 30 до 31 у 2021 році, тим самим збільшується кількість ліжко-діб в готелі з 10950 до 11315. У 2020-2021 рр. показники ліжко-діб наданих та в експлуатації збільшилися на 24%. Показники простою значно зменшуються, незважаючи на підняття середнього тарифу на 26,6%, у 2019 році він складає 1082 грн., а вже у 2021 році 1370 грн. На 2019 рік дохід становив 8886466 тис

грн., у 2020 році він становив 10013760 тис грн., а у 2021 показник підвищився на 57%, у порівнянні з 2019 роком, що становило 13953450 тис. грн.

4. За період 2020-2021 років готель «Дерібас» витрачав 5-10% від доходу на реалізацію маркетингової діяльності. У відсотковому співвідношенні, частка витрат на певні заходи не змінилась, проте суми відрізняються. У 2020 році загальна сума витрат становила 650,9 тис. грн., а частки від неї на маркетингові заходи та рекламні становили 0,9 та 0,4 відповідно. У 2021 році загальна сума витрат збільшилась на 7,2%, ніж у 2020 році. Встановлено, що веб-сайт готелю «Дерібас» виглядає професійно та привабливо, не має технічних та інформаційних дефектів, що забезпечує користувачам легкий доступ до інформації та підтримує їх зацікавленість.

5. Аналіз конкурентного середовища готелю «Дерібас» показав, що його перевагами є місце розташування, комфортна транспортна розв'язка, досвід підприємства на ринку та висока якість надання послуг. Загрозами можна зазначити військові дії, нестабільне економічне становище у країні та високу якість послуг конкурентних підприємств. За проведеним аналізом визначено, що головним конкурентом готелю «Дерібас» є готель «Рібас Дюк». Керівництву готелю «Дерібас» необхідно спостерігати за діяльністю конкурента та забезпечувати максимальну ефективність своєї маркетингової діяльності для підтримання високої позиції на ринку.

6. Встановлено, що соціальні медіа як інструмент цифрового маркетингу знаходяться в активному використанні у готелі «Дерібас». Використовуються популярні соціальні медіа платформи, такі як Facebook та Instagram для побудови іміджу готелю в он-лайн середовищі. Керівництву готелю рекомендовано розглянути можливість залучення SMM - спеціалістів (Social Media Marketing) для підвищення просування готелю в соціальних мережах.

7. Запропоновано впровадження мобільного модулю бронювання «Servio Reservation» щодо сайту готелю «Дерібас». «Servio Reservation» - це програмний модуль бронювання, що встановлюється на сайт готелю і надає змогу отримувати з нього заявки. За розрахунками, індекс рентабельності

запропонованого нами проекту складає 2,95, а прогнозований термін окупності складає 124 операційні дні. Проект може бути впроваджений з метою підвищення прибутковості та ефективності маркетингової діяльності готелю.