

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 готелю «Старий Дуб»)»**

Виконавець:

студент факультету міжнародної економіки

Урсу Владислав Володимирович

(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. Інтернет-маркетинг є однією зі складових електронної комерції. Він може включати наступні розділи: управління інформацією, обслуговування клієнтів і продажі. З розширенням доступу до Інтернету електронна комерція та Інтернет-маркетинг стали популярними та є невід'ємною частиною будь-якої сучасної маркетингової кампанії.

Інтернет-маркетинг став незамінним інструментом для готелів, що дозволяє їм охопити ширшу аудиторію та підвищити свою відомість в Інтернеті. З появою технологій і зростаючою залежністю від Інтернету готелі повинні застосовувати ефективні онлайн-маркетингові стратегії, щоб залишатися конкурентоспроможними в епоху цифрових технологій.

Підсумовуючи, інтернет-маркетинг пропонує низку концепцій і функцій, які можуть значно принести користь готелям. Використовуючи методи SEO, PPC-рекламу, контент-маркетинг, залучення соціальних медіа, управління онлайн-репутацією та стратегії персоналізації, готелі можуть розширити охоплення, залучити більше гостей і створити значну присутність бренду в цифровому середовищі. Прийняття цих концепцій і використання останніх тенденцій забезпечить успіх готелям у висококонкурентній індустрії гостинності.

Мета кваліфікаційної роботи є генерація шляхів розвитку інтернет-маркетингу готелем «Старий Дуб».

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;
- дослідити організаційно-економічну характеристику готелю «Старий Дуб»;
- провести дослідження цільової аудиторії готелю «Старий Дуб»;
- надати оцінку стратегії маркетингу у соціальних мережах готелю «Старий Дуб»;
- розробити пропозиції щодо удосконалення інтернет-маркетингу готелем «Старий Дуб»;
- провести обґрунтування економічної доцільності впровадження окремих запропонованих заходів у діяльність готелю «Старий Дуб».

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 готелю «Старий Дуб».

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 аналізу цільової

аудиторії готелю «Старий Дуб», графічний метод: використовувався для наочного представлення статистичних даних, табличний та групування методи: застосовувалися під час аналізу діяльності готелю «Старий Дуб», конструктивний та експериментальний методи: використовувалися для оцінки результатів запропонованих заходів щодо поліпшення інтернет-маркетингу готелю «Старий Дуб».

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 готельному господарстві.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання результатів дослідження для удосконалення діяльності готелю «Старий Дуб» та підвищення його іміджу.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (41 найменування). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 64 сторінки комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 57 сторінках. Робота містить 10 таблиць, 16 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи бакалавра опубліковано:

1. Урсу В.В. Інтернет-маркетинг підприємств готельного господарства (на прикладі готелю «Старий Дуб») / 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. 64-65.
2. Урсу В.В. Застосування Інтернет-маркетингу у сфері готельного господарства / 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. 236-239.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

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

У другому розділі «Дослідження застосування Інтернет-маркетингу готелю «Старий Дуб»», надано загальну характеристику готелю «Старий Дуб». Проведено

визначення цільової аудиторії готелю «Старий Дуб» та проаналізовано впровадження та керування стратегією маркетингу в соціальних мережах готелем «Старий Дуб».

У третьому розділі «Шляхи розвитку Інтернет-маркетингу готелем «Старий Дуб»» було розроблено пропозиції щодо удосконалення Інтернет-маркетингу готелем «Старий Дуб». Було надане економічне обґрунтування впровадження окремих запропонованих заходів у діяльність готелю «Старий Дуб».

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було розглянуто тему «Інтернет-маркетинг підприємств готельного господарства (на прикладі готелю «Старий Дуб»)» та зроблено наступні висновки:

1. Виявлено, що інтернет-маркетинг є сукупністю стратегій і методів просування товарів та послуг у віртуальному середовищі з використанням Інтернету. Велика кількість користувачів Інтернету та зростання популярності онлайн-комерції зробили інтернет-маркетинг важливою складовою сучасної бізнес-стратегії.

Особливості інтернет-маркетингу включають широкий спектр інструментів, таких як соціальні мережі, пошукова оптимізація, контент-маркетинг, електронна пошта, контекстна реклама та інші. Використання цих інструментів дозволяє підприємствам досягати більшої видимості, залучати цільову аудиторію та взаємодіяти з нею.

2. Серед ключових інструментів інтернет-маркетингу, які були розглянуті, можна виділити: веб-сайт готелю, оптимізація веб-сайту під пошукові системи (SEO), соціальні медіа, електронну пошту, контент-маркетинг та інші.

Впровадження інтернет-маркетингових інструментів у готельне господарство може сприяти збільшенню обсягу бронювань, залученню цільової аудиторії та покращенню загального іміджу готелю. Застосування цих інструментів вимагає постійного моніторингу, аналізу результатів та внесення коректив у маркетингову стратегію з метою досягнення кращих результатів.

3. Маркетингові стратегії відіграють у успішному функціонуванні готельних компаній. Розглянуті приклади показують, що інноваційні та креативні підходи до маркетингу можуть призвести до збільшення кількості клієнтів, покращення рівня обслуговування та зміцнення репутації бренду. Готельні компанії повинні постійно вивчати та аналізувати свою цільову аудиторію, а також шукати нові способи задоволення їхніх потреб та очікувань через маркетингові стратегії.

4. Готель «Старий Дуб» розташований у бальнеологічному курорті м. Трускавець і працює на ринку готельних послуг більше 3-х років після масштабної реконструкції з 2014 по 2020 роки. Він знаходиться у лісовій зоні при в'їзді до міста Трускавець за адресою вулиця Дрогобицька 72. Розташування готелю є зручним, з урахуванням неподалік розташованої автостанції та розвинутої транспортної інфраструктури. У готелі «Старий Дуб» є ресторан з двома залами, сучасний ліфт, що обслуговує всі поверхи готелю, безкоштовний бювет із

мінеральними водами «Нафтуся», «Содова» і «Марія», відкритий басейн у літній період з шезлонгами, безкоштовний бездротовий високошвидкісний доступ до Інтернету (Wi-Fi) на всій території готелю, більшість номерів мають власні балкони, спеціально відведені місця для куріння, безкоштовні парковочні місця.

Також, у готелі присутній оздоровчо-лікувальний комплекс, розташований на 0 поверсі, який надає різноманітні послуги, включаючи діагностику, електропроцедури, водолікування, теплолікування та лікування органів дихання.

5. На основі наданої інформації про готель «Старий Дуб» можна зробити наступні висновки щодо визначення його цільової аудиторії. Туристи, які шукають відпочинок у готелі «Старий Дуб» зацікавлені в оздоровленні, лікуванні та відпочинку. Клієнти цього готелю цінують комфорт та зручності: Любителі активного відпочинку: розташування готелю «Старий Дуб» у лісовій зоні та близькість до розвиненої інфраструктури можуть привертати клієнтів, які бажають займатися активним відпочинком, наприклад, прогулянками, велосипедними прогулянками або іншими видами спорту.

6. Сторінка готелю «Старий Дуб» просувається повільно та не ефективно. У соціальній мережі Instagram в середньому за два місяці відбулось 10 взаємодій із публікацією (вподобайка або коментарій). Також за цей період було близько 20 запитів в особисті повідомлення, основні питання – ціни та прорахунки на проживання.

7. Було запропоновано ряд пропозицій щодо поліпшення інтернет-маркетингу готелю «Старий Дуб». Інтернет-маркетинг став невід'ємною частиною стратегії залучення клієнтів для готелів. Оптимізація веб-сайту, пошукова оптимізація та реклама в Інтернеті є важливими стратегіями, які допоможуть готелю збільшити свою видимість, залучити нових клієнтів та підвищити рівень завантаження. Регулярне оновлення та оптимізація інтернет-маркетингових стратегій допоможе готелю залишатися конкурентоспроможним та успішним у сучасній цифровій економіці.

8. Отже, реклама в пошуковій мережі Google буде проводитись в січні, лютому та липні, адже це ідеальний час для туристів. Тож, якщо за попередній рік приїжджало 9 561 людина, то це 100%. Влітку туристів буде приблизно 30%, тоді в липні 15% і це становить 1 434 осіб, весною-приблизно 10%, восени – 6%, взимку – 54%, а у січні 30% і це становить 2 868 осіб й у лютому 17% і це становить 1 625 осіб. Отже, разом за 3 місяці згідно звіту 5 927 осіб відвідали готель. З цієї кількості припустимо 70% осіб, які використали Інтернет ресурс для пошуку готелів.

АНОТАЦІЯ

Урсу В.В. «Інтернет-маркетинг підприємств готельного господарства (на прикладі готелю "Старий Дуб").

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справи» – 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 готелю «Старий Дуб».

Метою роботи є генерація шляхів розвитку інтернет-маркетингу готелем «Старий Дуб».

У роботі проаналізовано сутність та походження поняття інтернет-маркетинг, виявлено інструменти інтернет-маркетингу у готельному господарстві. Аналізується досвід застосування маркетингових прийомів готельними підприємствами у мережі Інтернет. Оцінюється ефективність проведення пропонованих заходів на території готелю «Старий Дуб».

За результатами дослідження сформульована доцільність впровадження ряду заходів. Проаналізована ефективність, враховуючи прибуток та витрати на впровадження заходів.

Ключові слова: інтернет-маркетинг, готель, послуги, «Старий Дуб», удосконалення.

ANNOTATION

Ursu V.V. «Internet marketing of hotel enterprises (on the example of the "Stary Dub" hotel)».

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 research is the scientific and practical issues of the implementation of Internet marketing at hotel enterprises, using the example of the Stary Dub hotel.

The purpose of the work is to generate ways to develop Internet marketing by the Stary Dub hotel.

The work analyzed the essence and origin of the concept of internet marketing, revealed the tools of internet marketing in the hotel industry. The experience of using marketing techniques by hotel enterprises on the Internet is analyzed. The effectiveness of the proposed activities on the territory of the "Stary Dub" hotel is evaluated.

Based on the results of the study, the feasibility of implementing a number of measures was formulated. The effectiveness was analyzed, taking into account the profit and costs of implementing the measures.

Keywords: internet marketing, hotel, services, "Stary Dub", improvement.