

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка  
Кафедра готельно-ресторанної справи

«До захисту в ЕК»

Дека́н факультету

М.М.М.  
(підпис)

Віта ЦИРУЛЬНІКОВА

(ім'я і прізвище)

«17» червня

2024 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

Л.Ш.  
(підпис)

Лариса ШАРАН

(ім'я і прізвище)

«18» червня

2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

(якщо таке назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»

на тему: «Удосконалення стратегії просування бутик-готелю»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ГС-44

Гришук Святослава Сергіївна

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

[Підпис]  
(підпис)

Керівник Ольга ПУШКА

(ім'я і прізвище)

[Підпис]  
(підпис)

Рецензент Олександра НЕМІРІЧ

(ім'я і прізвище)

[Підпис]  
(підпис)

Я, як здобувач(ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) незарплатованої допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувач

[Підпис]  
(підпис)

Київ – 2024 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені В.Ф. Доценка

Кафедра готельно-ресторанної справи

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

(код і назва)

Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»

(назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри ГРС

Лариса ШАРАН

«08» травня 2024 року

**ЗАВДАННЯ**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА**

Грицук Святослави Сергіївни

(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи «Удосконалення стратегії просування бутік-готелю»

керівник роботи Пушка Ольга Сергіївна, к.т.н., доцент

(прізвище, ім'я, по-батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від « 08 » травня 2024 року №339-  
КС

2. Термін подання здобувачем роботи 6 червня 2024 року

3. Вихідні дані до роботи «Удосконалення стратегії просування бутік-готелю»,  
бутік-готель «Воздвиженський»

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ; Розділ 1 Огляд готельного бізнесу в м. Київ та особливості бутік-готелів; Розділ 2 Характеристика бутік-готелю "Воздвиженський"; Розділ 3 Удосконалення стратегії просування бутік-готелю "Воздвиженський"; Висновки та пропозиції; Список використаної літератури та інтернет-ресурсів; Додаток

5. Перелік графічного матеріалу

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Пушка О. С. доцент	08.05.24 р.	14.05.24 р.
Розділ 2	Пушка О. С. доцент	15.05.24 р.	22.05.24 р.
Розділ 3	Пушка О. С. доцент	23.05.24 р.	31.05.24 р.

7. Дата видачі завдання 08.05.2024

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	ВСТУП РОЗДІЛ 1. ОГЛЯД ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В М. КИЇВ ТА ОСОБЛИВОСТІ БУТІК-ГОТЕЛІВ	08.05-14.05.2024р.	Виконано
2	РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА БУТІК-ГОТЕЛЮ "ВОЗДВИЖЕНСЬКИЙ"	15.05.-22.05.2024р.	Виконано
3	РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ БУТІК-ГОТЕЛЮ "ВОЗДВИЖЕНСЬКИЙ"	23.05-31.05. 2024р.	Виконано
4	ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ. ДОДАТКИ	01.06-03.06.2024р.	Виконано
5	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру	04.06.2024р.	Виконано

Здобувач

(підпис)

Святослава ГРИЦУК

(ім'я, прізвище)

Керівник роботи

(підпис)

Ольга ПУШКА

(ім'я, прізвище)

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**  
**ІНФОРМАЦІЙНА КАРТКА**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

**Здобувача:** Гришук Святослави Сергіївни

*факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф.*

*Доценка*

*денна форма денної форми здобуття освіти, спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа», освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»*

**Тема роботи:** «Удосконалення стратегії просування бутік-готелю»

Керівник роботи: Пушка Ольга Сергіївна, к.т.н., доцент

Дата захисту “.....” червня 2024р.

Робота захищена з оцінкою \_\_\_\_\_

**АНОТАЦІЯ**

Дана робота присвячена удосконаленню стратегії просування бутік-готелю «Воздвиженський». У дослідженні розглядаються сучасні тенденції готельного бізнесу, особливості маркетингу в сегменті люксових послуг та специфіка роботи бутік-готелів.

Основна мета роботи — розробка ефективної маркетингової стратегії, що дозволить підвищити впізнаваність бренду та залучити цільову аудиторію. Для досягнення цієї мети проведено аналіз поточного стану готелю, виявлено сильні та слабкі сторони, можливості та загрози. Запропоновано використання цифрових маркетингових інструментів, соціальних мереж, контент-маркетингу та інфлюенсерів для підвищення привабливості готелю. Окрему увагу приділено персоналізації послуг та створенню унікального досвіду.

*Ключові слова:* бутік-готель, стратегії просування, готельно-ресторанна справа.

## ABSTRACT

This work is devoted to improving the promotion strategy of the boutique hotel "Vozdvizhenskyi". The study examines modern trends in the hotel business, marketing features in the segment of luxury services, and the specifics of boutique hotel operations.

The main goal of the work is to develop an effective marketing strategy that will increase brand recognition and attract the target audience. To achieve this goal, an analysis of the current state of the hotel was carried out, strengths and weaknesses, opportunities and threats were identified. The use of digital marketing tools, social networks, content marketing and influencers is suggested to increase the attractiveness of the hotel. Particular attention is paid to the personalization of services and the creation of a unique client experience.

*Keywords:* boutique hotel, promotion strategies, hotel and restaurant business.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>7</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ОГЛЯД ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В М. КИЇВ ТА ОСОБЛИВОСТІ БУТІК-ГОТЕЛІВ.....</b>	<b>9</b>
1.1. Дослідження загального стану готельного ринку в Україні .....	9
1.2. Типи готельних підприємств в м.Київ та їх специфікація .....	10
1.3. Особливості бутік-готелів у контексті готельної індустрії.....	11
1.4. Аналіз трендів для бутік-готелів .....	13
<b>РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА БУТІК-ГОТЕЛЮ "ВОЗДВИЖЕНСЬКИЙ".....</b>	<b>16</b>
2.1 Загальна інформація про бутік-готель "Воздвиженський" .....	16
2.2 Структура підприємства та персонал бутік-готелю «Воздвиженський».....	19
2.3 Характеристика послуг та особливості обслуговування бутік готелю «Воздвиженський» .....	20
2.4 Технологічний процес прийому та розміщення в засобі розміщення .....	23
<b>РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ БУТІК-ГОТЕЛЮ "ВОЗДВИЖЕНСЬКИЙ" .....</b>	<b>26</b>
3.1. Визначення унікальних торгових пропозицій (УТП) готелю "Воздвиженський" .....	26
3.2. Розробка чіткого позиціонування готелю «Воздвиженський» на ринку.....	28
3.3. Розробка комплексу маркетингових заходів для просування готелю «Воздвиженський» .....	30
3.4. Запровадження розроблених маркетингових стратегій .....	33
3.5. Оптимізація витрат на маркетинг готелю «Воздвиженський» .....	36
3.6. Очікувані результати від впровадження розроблених маркетингових стратегій .....	38
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....</b>	<b>41</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ.....</b>	<b>43</b>
<b>ДОДАТОК.....</b>	<b>46</b>

## ВСТУП

Сучасна готельна індустрія, в умовах постійної конкуренції та зростаючих очікувань споживачів, вимагає постійного удосконалення стратегій просування для забезпечення конкурентних переваг. Бутік-готелі, що поєднують у собі елегантність, індивідуальний підхід та високий рівень обслуговування, стають все більш популярними серед сучасних гостей. Однак, навіть у цьому сегменті ринку, успіх не гарантований без належної стратегії просування.

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню та удосконаленню стратегії просування бутік-готелю з метою забезпечення його стабільного розвитку та успішного функціонування на ринку готельних послуг. В контексті зростаючої конкуренції та швидких змін у споживчих уподобаннях, важливо розробляти стратегії, які відповідають на сучасні виклики та сприяють позиціонуванню бутік-готелю як привабливого вибору для гостей.

У цьому контексті, робота має на меті не лише дослідити існуючі підходи до просування бутік-готелю, але й запропонувати конкретні стратегічні рекомендації щодо їх удосконалення та оптимізації. Аналіз ринкових тенденцій, споживчих уподобань та ефективності різних маркетингових інструментів дозволить розробити індивідуальну стратегію просування, яка враховує унікальні особливості та потреби цільової аудиторії бутік-готелю.

Продовження дослідження цієї теми є важливим кроком у напрямку подальшого розвитку готельного бізнесу, сприяючи збільшенню конкурентоспроможності та впровадженню інноваційних підходів у сфері готельного менеджменту.

**Об'єкт дослідження:** бутік-готель "Воздвиженський".

**Предмет дослідження:** Методи та інструменти просування бутік-готелю "Воздвиженський".

**Мета дослідження:** аналіз та удосконалення стратегії просування butik-готелю "Воздвиженський" для забезпечення його стабільного розвитку та успішного функціонування на ринку готельних послуг.

## РОЗДІЛ 1. ОГЛЯД ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В М. КИЇВ ТА ОСОБЛИВОСТІ БУТІК-ГОТЕЛІВ

### 1.1. Дослідження загального стану готельного ринку в Україні

Готельний ринок України зазнав значних змін протягом останніх років. Зростання туризму, як внутрішнього, так і міжнародного, стимулювало розвиток нових готелів та курортів. Однак політична нестабільність та економічні проблеми також мали негативний вплив на ринок.

Станом на 2024 рік в Україні налічується близько 4 000 готелів, які пропонують понад 100 000 номерів. Найбільша концентрація готелів спостерігається в Києві, Львові, Одесі та інших великих містах.

Більшість готелів в Україні належать до категорії 3 та 4 зірки. 5-зіркових готелів порівняно небагато, і вони, як правило, розташовані в центрах великих міст або на популярних курортах.

Ціни на готельні номери в Україні порівняно низькі порівняно з іншими європейськими країнами. Середня ціна за ніч у 3-зірковому готелі становить близько 50 євро, а в 5-зірковому готелі - близько 200 євро.

**Основними тенденціями на готельному ринку України є:**

- **Зростання популярності альтернативних видів розміщення:** хостели та інші нетрадиційні формати проживання стають все більш затребуваними, особливо серед молоді та бюджетних гостей.
- **Розвиток нових готельних брендів:** з'являються як вітчизняні, так і міжнародні бренди, що пропонують нові концепції та послуги, роблячи ринок більш динамічним та конкурентним.
- **Зростання попиту на готелі в курортних зонах:** розвиток туризму в таких регіонах, як Кримські гори, Карпати, Чорноморське узбережжя, стимулює будівництво нових готелів та курортних комплексів.
- **Збільшення використання онлайн-платформ для бронювання:** завдяки зручності та доступності онлайн-бронювання стає все більш популярним способом пошуку та бронювання готелів.

Однак політична нестабільність та економічні проблеми можуть негативно вплинути на розвиток ринку.

Незважаючи на позитивні тенденції, політична нестабільність та економічні проблеми можуть негативно вплинути на розвиток готельного ринку України. Ці фактори можуть стримувати інвестиції в нові проекти, а також негативно впливати на туристичний потік.

Однак, зважаючи на багатий потенціал України, її сприятливе географічне розташування та зростаючу популярність як туристичного напрямку, можна очікувати, що готельний ринок країни буде й надалі розвиватися, пропонуючи гостям все більше можливостей та якісних послуг.

## 1.2. Типи готельних підприємств в м. Київ та їх специфікація

Готельна індустрія міста Києва є різноманітною та багатогранною. Різні типи готельних підприємств пропонують різні рівні обслуговування та специфіку послуг для різних категорій гостей.

Київська готельна індустрія вражає своїм розмаїттям, пропонуючи широкий спектр послуг, що відповідають потребам та бюджету різних категорій гостей. Щоб краще зрозуміти особливості, важливо спершу ознайомитися з основними типами готельних підприємств, які представлені в місті (табл. 1.1).

**Таблиця 1.1 - Категорії готелів за рівнем комфорту, типом обслуговування, цільовою аудиторією та місцем розташування [розроблено автором]**

Категорія	Опис
<b>За рівнем комфорту та спектром послуг</b>	
Готелі класу "люкс"	Найвищий рівень комфорту та ексклюзивний сервіс, елегантні номери, ресторани, бари, спа-центри, тренажерні зали.
Готелі середнього класу	Зручне проживання з якісними послугами за доступними цінами, розташовані в центрі або ділових районах.
Бюджетні готелі	Базові зручності за найнижчими цінами,

	розташовані за межами центру міста, обмежений спектр послуг.
<b>За типом обслуговування</b>	
Готелі повного сервісу	Широкий спектр послуг: харчування, спа-центри, конференц-зали, розваги.
Готелі обмеженого сервісу	Базові зручності: номери з ванними кімнатами, сніданок, доступ до Wi-Fi.
Апарт-готелі	Номери з кухнею або міні-кухнею для самостійного приготування їжі.
Гостинні	Номери та загальні зручності: кухня та вітальня.
<b>За цільовою аудиторією</b>	
Бізнес-готелі	Орієнтовані на ділових гостей: зручне розташування, конференц-зали, зручності для бізнесу.
Спа-готелі	Оздоровчі послуги: масажі, сауни, джакузі.
Сімейні готелі	Зручності та послуги для сімей з дітьми: дитячі кімнати, басейни, ігрові майданчики.
Бутик-готелі	Унікальний стиль та атмосфера, акцент на місцеву культуру або мистецтво.
<b>За місцем розташування</b>	
Готелі в центрі міста	Зручний доступ до основних визначних пам'яток та розваг.
Транзитні готелі	Розташовані біля аеропорту для зручності гостей, які прибувають або вилітають з країни.
Курортні готелі	Розташовані на березі річок або озер, мальовничі краєвиди, відпочинок на природі.

### 1.3. Особливості бутик-готелів у контексті готельної індустрії

В Україні бутик-готелі широко поширені, зокрема в туристичних центрах і великих містах, таких як Львів, Одеса, Київ. Це невеликі готелі, які зазвичай

розташовані в історичних будівлях, що є пам'ятками місцевої архітектури. Їхній інтер'єр відповідає тенденціям певного періоду та історичному стилю.

За визначенням О. О. Джанджугазової, бутик-готель – це засіб розміщення «буквально овіяний міфом, який створює атмосферу причетності до певної епохи» [1]. Н. С. Мартишенко вважає, що ключовими елементами статусу бутик-готелю є унікальність та своєрідність внутрішнього оздоблення закладу, над проектом якого має працювати креативний дизайнер [2]. І. В. Степаненко наголошує, що бутик-готель – це невеликий готель, що позиціонується як розкішний та ексклюзивний, часто оформлений в певному тематичному стилі, розрахований на обслуговування бізнес-еліти [3].

**Бутик-готель** – це не просто місце для ночівлі, а унікальний досвід, який поєднує в собі комфорт, стиль та ексклюзивність. Особливості бутик-готелів наведено в табл. 1.2.

**Таблиця 1.2 - Ключові характеристики бутик-готелів [розроблено автором]**

Характеристика	Бутик-готелі
<b>Номерний фонд</b>	Невеликий номерний фонд (10-100 номерів)
<b>Дизайн</b>	Унікальний, продуманий до дрібниць інтер'єр, що відображає певний стиль чи тему (місцева культура, мистецтво, історичні мотиви)
<b>Сервіс</b>	Персоналізований підхід до кожного гостя, ексклюзивні послуги, персональний консьєрж, організація екскурсій або дегустацій
<b>Рівень комфорту</b>	Високий рівень комфорту, додаткові зручності (каміни, джакузі, тераси з видом)
<b>Ексклюзивні послуги</b>	Спа-центр з унікальними процедурами, ресторан з авторською кухнею, арт-галерея з роботами місцевих художників
<b>Ціни</b>	Високі ціни через ексклюзивний сервіс, унікальний дизайн та високий рівень комфорту

Ця таблиця підкреслює відмінності бутик-готелів від стандартних готелів, акцентуючи на їхніх унікальних характеристиках та перевагах.

### **Світовий досвід розвитку бутик-готелів:**

Бутик-готелі з'явилися в 1980-х роках у Північній Америці та Європі. Цей формат швидко набув популярності завдяки своїй унікальності та здатності пропонувати гостям незабутні враження. Сьогодні бутик-готелі можна знайти в багатьох країнах світу, і їх кількість постійно зростає.

**В Україні бутик-готелі також стають все більш популярними.** Їх можна зустріти в таких містах, як Київ, Львів, Одеса та інші. Ці готелі пропонують гостям можливість познайомитися з місцевою культурою та відчутти атмосферу міста в унікальній обстановці.

Підсумовуючи, можна сказати, що **бутик-готелі** – це новий формат готельного бізнесу, який пропонує гостям ексклюзивний досвід, що поєднує в собі комфорт, стиль та гостинність.

Важливо зазначити, що не всі бутик-готелі відповідають всім вищезазначеним характеристикам. Деякі з них можуть мати більший номерний фонд, більш доступні ціни або пропонувати не такий широкий спектр додаткових послуг. Проте, **всі бутик-готелі об'єднують прагнення до створення унікальної атмосфери та надання гостям незабутнього досвіду.**

#### **1.4. Аналіз трендів для бутик-готелів**

**Бутик-готелі** - це невеликі, стильні готелі, що вирізняються своїм унікальним досвідом та персоналізованим обслуговуванням. Часто розташовані в історичних будівлях або в модних районах міста, вони пропонують гостям незабутній відпочинок. Відмінність бутик-готелів від традиційних полягає у менш стандартних номерах та послугах, а також особистому підході до кожного гостя.

Популярність бутик-готелів спонукає багатьох власників «класичних» закладів розміщення змінювати концепцію та працювати у новому сегменті ринку готельних послуг [5].

У останні роки спостерігається зростання популярності бутик-готелів. Це зумовлено кількома факторами, що наведені в таблиці 1.3.

**Таблиця 1.3 - Фактори, що сприяють зростанню популярності butik-готелів [розроблено автором]**

<b>Фактор</b>	<b>Опис</b>
<b>Попит на унікальні враження від подорожей</b>	Гості все більше цінують унікальний та автентичний досвід, який можуть отримати у butik-готелях.
<b>Розширення можливостей онлайн-бронювання</b>	Завдяки інтернету подорожні можуть легко знаходити та бронювати butik-готелі, що збільшує їхню популярність.
<b>Вплив соціальних мереж</b>	Butik-готелі активно використовують соціальні мережі для залучення нових гостей та спілкування з ними.
<b>Зростання культурного туризму</b>	Гості все частіше шукають місця з багатою культурною спадщиною, а butik-готелі часто відображають місцеві традиції та культуру.
<b>Персоналізований сервіс</b>	Високий рівень персоналізованого обслуговування та уваги до деталей приваблює гостей, які цінують індивідуальний підхід.
<b>Інноваційні маркетингові стратегії</b>	Використання сучасних маркетингових інструментів та стратегій, включаючи співпрацю з впливовими блогерами та медіа.
<b>Екологічна свідомість</b>	Багато butik-готелів впроваджують екологічно чисті практики, що приваблює свідомих гостей, які цінують сталий розвиток.
<b>Рекомендації та відгуки</b>	Високі оцінки та рекомендації на платформах для подорожей, таких як «TripAdvisor», сприяють зростанню популярності butik-готелів.

**Серед ключових тенденцій у сегменті butik-готелів можна виділити:**

- Тематичні готелі:** Butik-готелі, які концентруються на певній темі або стилі, стають все більш популярними.
- Акцент на досвід:** Зростає увага до створення неповторного досвіду для гостей, що може включати унікальні заходи та співпрацю з місцевими підприємствами.
- Використання технологій:** Butik-готелі все частіше використовують технології для поліпшення обслуговування та комунікації з гостями.

4. **Стійкі готелі:** Все більше подорожніх обирають готелі, що дотримуються принципів сталого розвитку.

Бутік-готелі продовжують розвиватися та займати все більшу частину готельного ринку.

## РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА БУТІК-ГОТЕЛЮ "ВОЗДВИЖЕНСЬКИЙ"

### 2.1 Загальна інформація про butik-готель "Воздвиженський"

Елегантний і камерний, оточений власним садом, butik-готель «Воздвиженський» (рис 2.1) затишно розташувався в туристичному серці Києва.

«Воздвиженський» відомий своєю традиційною гостинністю, тут кожен гість бажаний і особливий. Комфортабельні й затишні дизайнерські номери, фірмовий сніданок і авторське меню від Шефа в **ресторані «Тераса»**, приємна музика на чаюванні в лобі, з любов'ю підібрана колекція предметів мистецтва в інтер'єрах, професійний персонал – це все про butik-готель «Воздвиженський»!



**Рис 1.1. – Бутік-готель «Воздвиженський»**

Розташований у самому центрі Києва в оточенні власного саду, butik-готель «Воздвиженський» - ідеальний готель для сучасного гостя.

Готель розташований на перетині вулиці Воздвиженської та Андріївського узвозу, пішохідної вулиці, відомої як Київський Монмартром. З панорамної тераси на даху готелю відкривається чудовий вид на зелений Андріївський узвіз і купол Андріївської церкви, а вулиці Воздвиженська, Гончарна та Кожум'яцька заставлені художніми галереями, ресторанами, барами, кондитерськими та butikами.

Кожен з 33 номерів готелю має свій індивідуальний дизайн та кольорову гаму, що створює неповторну атмосферу. Вікна номерів виходять у затишний внутрішній дворик готелю або на мальовничий Андріївський узвіз.

Щоранку в ресторані "Тераса" подається вишуканий сніданок для гурманів. Шеф-кухар ресторану "Тераса" готує страви, випічку та напої з сезонних продуктів місцевого виробництва. Шеф-кухар також може приготувати гарячі страви за запитом. Особливі гастрономічні побажання щодо сніданку можна вказати під час бронювання. Сніданок можна замовити в номер або, влітку, на відкриті терасу в саду.

Команда бутік-готелю «Воздвиженський» розуміє потреби гостей і піклується про них 24/7. Вони також готові створити необхідну атмосферу, забезпечити якісне перебування в готелі та організувати і підтримати захід.

Бутік-готель "Воздвиженський" відповідає всім санітарним нормам Міністерства охорони здоров'я України. Для безпеки гостей під час військових дій на першому поверсі готелю розташоване укриття [4].

- Юридична назва та назва готельного підприємства: Товариство з обмеженою відповідальністю "Воздвиженський",
  - Юридична адреса: м. Київ, вул. Воздвиженська, 60,
  - Тип засобу розміщення: бутік-готель,
  - Категорія: 4 зірки,
  - Організаційно-правова форма діяльності: товариство з обмеженою відповідальністю,
  - Місткість: 33 номери (120 місць)
- Представницький люкс;
  - Люкс;
  - Напівлюкс;
  - Представницький стандарт;
  - Стандартний двомісний;
  - Одномісний Делюкс;
  - Стандартний одномісний.

- Поверховість: 5 поверхів,
- Контингент споживачів: різноманітний.

Для аналізу відгуків butik-готелю "Воздвиженський" у порівнянні з іншим butik-готелем "11 Mirrors Design Hotel", ми зібрали дані про відгуки з інтернет ресурсу [Booking.com](https://www.booking.com) (табл 2.1).

**Таблиця 2.1 - Дані відгуків butik-готелів "Воздвиженський" та "11 Mirrors Design Hotel" [розроблено автором на основі [18], [19]]**

Готель	Загальний рейтинг	Чистота	Сервіс	Зручності	Розташування	Ціна/якість
Воздвиженський	4.5	4.7	4.6	4.4	4.8	4.3
11 Mirrors Design Hotel	4.6	4.8	4.7	4.5	4.7	4.4

- **Загальний рейтинг:** Обидва готелі мають високі рейтинги, але "11 Mirrors Design Hotel" трохи випереджає "Воздвиженський".
- **Чистота:** Обидва готелі мають відмінні відгуки щодо чистоти, з невеликою перевагою у "11 Mirrors Design Hotel".
- **Сервіс:** Гості високо оцінюють сервіс в обох готелях, але "11 Mirrors Design Hotel" трохи випереджає.
- **Зручності:** Обидва готелі мають хороші відгуки щодо зручностей, з невеликою перевагою у "11 Mirrors Design Hotel".
- **Розташування:** "Воздвиженський" трохи випереджає "11 Mirrors Design Hotel" щодо розташування.
- **Ціна/якість:** Обидва готелі отримують хороші відгуки щодо співвідношення ціни та якості, з невеликою перевагою у "11 Mirrors Design Hotel".

## 2.2 Структура підприємства та персонал бутік-готелю «Воздвиженський»

Організаційна структура готелю "Воздвиженський" відображає взаємозв'язок управлінських підрозділів підприємства. Готель "Воздвиженський" є товариством з обмеженою відповідальністю, а отже, лінійно-функціональним, і що керівником цього підприємства є директор.

Готель має демократичний стиль управління: всі рішення обговорюються колективом, але тільки керівництво приймає рішення і бере на себе відповідальність. Вибравши таку лінійно-функціональну організаційну структуру, підприємство отримало значні переваги в управлінні готелем.

Готель "Воздвиженський" має **лінійно-функціональну структуру**, де кожен відділ виконує конкретні функції згідно зі своїми положеннями. Різні відділи забезпечують ефективне управління та надають необхідні послуги для забезпечення комфортного перебування гостей.

- **Адміністративні підрозділи**, такі як директорат та менеджери ресторанів, керують готелем і забезпечують організацію його діяльності.
- **Операційний відділ** відповідає за створення та надання як основних, так і додаткових готельних послуг, забезпечуючи високий стандарт обслуговування.
- **Інженерна, енергетична, транспортна та складська служби** відповідають за безперебійну роботу систем готелю та доставку ресурсів, що є необхідними для функціонування готелю.
- **Відділ маркетингу та продажів** відповідає за просування готелю на ринку та залучення нових гостей.
- **Бухгалтерія** забезпечує облік всіх фінансових операцій готелю.
- Основним операційним відділом є **служба розміщення**, оскільки головною послугою готелю є забезпечення безпечного та комфортного проживання для гостей.

Організаційна структура готелю "Воздвиженський" відображає ефективну координацію та взаємодію між управлінськими підрозділами для забезпечення якісного обслуговування гостей. Завдяки лінійно-функціональній структурі,

керівництво має змогу ефективно приймати рішення та виконувати відповідальні функції. Демократичний стиль управління сприяє відкритому обговоренню рішень, забезпечуючи участь всього колективу, при цьому керівництво несе відповідальність за прийняті рішення. Розгалужена структура готелю забезпечує ефективне функціонування кожного відділу, що сприяє забезпеченню комфортного перебування та задоволенню потреб гостей.

### **2.3 Характеристика послуг та особливості обслуговування бутік готелю «Воздвиженський»**

**Основна мета готелю** - забезпечення різноманітних готельних послуг. Готельні послуги охоплюють всі аспекти перебування гостя у готельному закладі, включаючи розміщення та різноманітні додаткові сервіси, які надаються під час тимчасового перебування.

**Готельні послуги** - дії готелю з розміщення споживача в об'єкті розміщення, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням, котра включає в себе основні і додаткові послуги, що надаються споживачу при тимчасовому розміщенні та тимчасовому проживанні в об'єкті розміщення.

**Основні послуги** охоплюють проживання та харчування, які включені у вартість номеру та надаються без додаткової оплати. Послуга проживання передбачає комфортне розміщення у готельних номерах з урахуванням їх категорійності, а також обслуговування номерів та сервіс для осіб з особливими потребами.

**Додаткові послуги** представляють собою широкий спектр сервісів, які можуть бути надані за додаткову плату. Перелік таких послуг може варіюватися в залежності від категорії готелю, але завжди повинен задовольняти потреби гостей.

Бутік-готель «Воздвиженський» – це затишний готель, розташований в історичному центрі Києва, на Подолі. Готель пропонує своїм гостям 33 номери, оформлені в індивідуальному стилі, з видом на місто або затишний внутрішній

дворик. У всіх номерах є Wi-Fi, кондиціонер, телевізор, міні-бар, сейф та інші зручності.

**З додаткових послуг налічується:** побутові, транспортні, послуги зв'язку та інформації, банківські, торгівельні, оздоровчі, культурно-дозвіллеві, ділового призначення.

***Послуги:***

- Платний трансфер від/до аеропорту
- Прибирання приміщень
- Пральня
- Хімчистка
- Послуги екскурсовода/ Замовлення квитків

**Харчування**

- Сніданок в номер
- Ресторан
- Бар/зона відпочинку
- Вечеря
- Спеціальне дієтичне меню

**Для бізнесу**

- Конференц-зали/ банкетні зали
- Факс/ фотокопіювання

**Для дітей**

- Дитяче меню

**Для відпочинку**

- Сад

**Зручності в номері**

- Кондиціонер
- Опалення
- Міні-бар
- Звукоізольовані номери
- Зона відпочинку

- Тераса
- Приладдя для прасування
- Безкоштовні туалетно-косметичні засоби
- Телевізор з плоским екраном
- Радіо-будильник

Завдяки індивідуальному підходу до кожного гостя та уважному обслуговуванню, "Воздвиженський" стає відмінним вибором для тимчасового проживання у столиці України.

**Технологічний процес надання основних та додаткових послуг в засобі розміщення "Воздвиженський" може бути розглянутий наступним чином:**

#### **1. Бронювання та реєстрація:**

- Гості можуть здійснити бронювання номерів онлайн через веб-сайт готелю.

#### **2. Основні послуги готелю:**

- Після реєстрації гості можуть скористатися основними послугами готелю, такими як розкішні номери з усіма зручностями, харчування в ресторані.

#### **3. Додаткові послуги та зручності:**

- Бутік-готель «Воздвиженський» пропонує оптимальні рішення для проведення заходу будь-якого формату – конференція, семінар, ділові переговори, бізнес-сніданок, круглий стіл.
- Арт і фешн простір Chambre у готелі в центрі Києва – ідеальне місце для організації салонних вечорів, вистав і арт-презентацій, модних показів та шоу-румів.
- Фотосесія у готелі.
- Пакети:
  - ПАКЕТ ROMANTIC ESCAPE: гастровечеря від шефа, ніч в готелі і фотосесія у подарунок.
  - ПАКЕТ IDEAL RELAX: масаж на двох, ніч в готелі, сніданок.
  - РАНОК НАРЕЧЕНОЇ: номер люкс, welcome-set та гостьові локації готелю для вашої фотосесії [4].

#### **4. Технології для комунікації та обслуговування:**

- Готель використовує різноманітні технології для спілкування з гостями та надання послуг, такі як електронна система управління номерами для забезпечення комфорту та безпеки, а також системи віртуальної реальності для надання інтерактивної карти готелю.

#### **5. Оплата та звітність:**

- Технології також використовуються для забезпечення зручності оплати за послуги готелю, а також для збору та аналізу даних про попит на послуги, задоволення гостей та ефективність бізнесу.

Такий технологічно орієнтований підхід допомагає готелю "Воздвиженський" забезпечити високий рівень обслуговування та комфорту для своїх гостей, підвищити їхню задоволеність та відповідати вимогам сучасного ринку гостьового обслуговування.

### **2.4 Технологічний процес прийому та розміщення в засобі розміщення**

Технологічний процес прийому та розміщення в butik-готелі "Воздвиженський" включає ряд кроків, спрямованих на забезпечення зручного та безпроблемного перебування гостей.

#### **Функції служби прийому і розміщення полягають у:**

- процесі реєстрації гостей, розподілі та реалізації номерів;
- обробці замовлень на бронювання, коли в готелі немає спеціального підрозділу або коли він закритий;
- координації всіх видів обслуговування гостей;
- забезпеченні гостей інформацією про готель, місцеві визначні пам'ятки та іншою інформацією;
- забезпеченні керівництва готелю точними даними про використання номерного фонду (звіт про статус номерів);
- підготовці та видачі платіжних документів (рахунків) за надані послуги і здійсненні остаточних розрахунків зі споживачами.

## ЕТАПИ:

### 1. Резервування номерів

- Гості можуть забронювати номери в готелі "Воздвиженський" декількома способами:
  - **Онлайн:** на вебсайті готелю, <https://www.booking.com/>, або на інших сайтах бронювання готелів.
  - **Телефон:** зателефонувавши до готелю за номером телефону +38 044 585 99 00 або +38 067 242 90 01
- При бронюванні номера гостям необхідно надати наступну інформацію:
  - Ім'я та прізвище
  - Дата приїзду та виїзду
  - Кількість гостей
  - Тип номера
  - Контактна інформація (номер телефону)
  - Спосіб оплати

### 2. Приїзд та реєстрація

- При реєстрації гостям необхідно пред'явити паспорт або інший документ, що посвідчує особу.
- Персонал рецепції заповнить реєстраційну картку гостя та видасть ключ від номера.
- Гості також можуть отримати додаткові послуги, такі як трансфер з/до аеропорту, зберігання багажу або послуги консьєржа.

### 3. Розміщення

- Час розрахунку – 12:00. Час прибуття – 14:00. Ранній заїзд з 6:00 до 12:00 оплачується в розмірі 50% від вартості номера зі сніданком. Сніданок у день заїзду надається.

#### **4. Виїзд**

- Гості повинні виїхати з номера до 12:00.
- Пізній виїзд до 18:00 оплачується в розмірі 50% від вартості.
- При виїзді гості повинні здати ключ від номера на рецепцію.
- Гості можуть оплатити своє перебування в готелі готівкою, кредитною картою або дебетовою картою.

Технологічний процес прийому та розміщення в готелі "Воздвиженський" відображає високий стандарт обслуговування та дбайливе ставлення до потреб гостей. Чітко організовані етапи, починаючи від резервування номерів і закінчуючи виїздом, спрямовані на максимальне задоволення гостей та забезпечення їхнього комфорту. Послуги, що надаються на кожному етапі, відповідають високим стандартам якості, а прозорий процес реєстрації та розрахунку робить перебування у готелі приємним та безпроблемним для гостей.

## РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ БУТІК-ГОТЕЛЮ "ВОЗДВИЖЕНСЬКИЙ"

### 3.1. Визначення унікальних торгових пропозицій (УТП) готелю "Воздвиженський"

Готель "Воздвиженський" - це 4-зірковий готель, розташований у центрі Києва. Готель пропонує широкий спектр послуг, включаючи номери, ресторан, бар, спа-центр та конференц-зал.

Готель "Воздвиженський" конкурує з іншими 4-зірковими готелями в центрі Києва. *До основних конкурентів готелю належать:*

- Готель "Прем'єр Палас"
- Готель "Дніпро"
- Готель "ІнтерКонтиненталь"
- Готель "Radisson Blu Hotel Kyiv"

**На основі аналізу конкурентного середовища та сильних сторін готелю "Воздвиженський" можна визначити наступні унікальні торгові пропозиції (УТП):**

- **Історичне розташування:** Готель "Воздвиженський" розміщений у будівлі 19 століття в історичному центрі Києва, що робить його привабливим для гостей, які цікавляться історією та культурою.
- **Затишна атмосфера:** Готель пропонує затишну та елегантну атмосферу, яка ідеально підходить для ділових та відпочинкових гостей.
- **Персоналізований сервіс:** "Воздвиженський" пишається своїм персоналізованим сервісом та увагою до деталей, що робить перебування гостей максимально комфортним.
- **Широкий спектр послуг:** Готель пропонує широкий спектр послуг, які задовольняють потреби будь-якого гостя, включаючи ресторан, бар, спа-центр та конференц-зал.

- **Вигідне співвідношення ціни та якості:** "Воздвиженський" пропонує конкурентні ціни порівняно з іншими 4-зірковими готелями в центрі Києва, забезпечуючи гостям високий рівень сервісу та комфорту за доступною ціною.

Готель "Воздвиженський" має унікальні торгові пропозиції, які роблять його привабливим для гостей різного типу, які шукають затишну та елегантну атмосферу, персоналізований сервіс та широкий спектр послуг за вигідною ціною.

Щоб підкреслити свої унікальні торгові пропозиції та залучити більше гостей, готель "Воздвиженський" може дотриматись рекомендацій наведених в таблиці 3.1 та ввести спеціальні пакети послуг (табл. 3.2)

**Таблиця 3.1 – Рекомендаційні пропозиції для готелю "Воздвиженський"  
[розроблено автором]**

УТП	Рекомендації
<b>Історичне розташування</b>	Розробити маркетингову кампанію, яка підкреслює історичне значення готелю. Провести екскурсії та інші заходи, щоб познайомити гостей з історією готелю та міста.
<b>Затишна атмосфера</b>	Оновити веб-сайт та профілі в соціальних мережах, які демонструють затишну атмосферу готелю.
<b>Персоналізований сервіс</b>	Надавати гостям персоналізовані рекомендації щодо ресторанів, пам'яток та інших розваг.

**Таблиця 3.2 - Спеціальні пакети послуг [розроблено автором]**

Тип гостя	Опис пакету
<b>Ділові гості</b>	Пакет "Ділова подорож" включає проживання в номері з Wi-Fi, доступ до бізнес-центру та сніданок.
<b>Сімейні гості</b>	Пакет "Сімейний відпочинок" включає проживання в номері з двома ліжками, сніданок для всієї сім'ї, а також безкоштовний доступ до басейну та ігрової кімнати.
<b>Пари</b>	Пакет "Романтичний вікенд" включає проживання в номері з джакузі, шампанське та шоколад у номері, а також сніданок у ліжку.

Дотримуючись цих рекомендацій, готель "Воздвиженський" зможе зміцнити свою позицію на ринку, залучити більше гостей та підвищити свою прибутковість.

### 3.2. Розробка чіткого позиціонування готелю «Воздвиженський» на ринку

Готельне господарство є однією з ключових галузей господарства в багатьох країнах світу. У зв'язку зі зростанням туристичного потоку та розвитком індустрії гостинності, важливим стає позиціонування готелю на ринку.

Першим кроком у розробці позиціонування готелю «Воздвиженський» є детальний аналіз ринку (табл 3.3.)

**Таблиця 3.3 - Детальний аналіз ринку готелю "Воздвиженський"**

Фактор	Опис
<b>Географічне розташування</b>	Готель розташований у центральній частині міста, що забезпечує зручний доступ до ключових туристичних об'єктів та бізнес-центрів.
<b>Якість обслуговування</b>	Готель відомий своєю високою якістю обслуговування та розкішними номерами.
<b>Унікальний дизайн</b>	Конкурентна перевага "Воздвиженського" полягає в унікальному дизайні, де кожен номер має свою власну атмосферу.
<b>Ресторан</b>	Готель пропонує ресторан з авторською кухнею, що дарує гостям неповторні гастрономічні враження.

Конкурентна перевага "Воздвиженського" полягає в унікальному дизайні, де кожен номер має свою власну атмосферу, а також ресторан з авторською кухнею, що пропонує гостям неповторні гастрономічні враження.

Для ефективного позиціонування необхідно чітко **визначити цільову аудиторію**. Готель «Воздвиженський» орієнтується на дві основні групи гостей:

- **Бізнес-туристи:** Ця група цінує комфорт, зручність розташування та можливість проведення ділових зустрічей.
- **Люксові туристи:** Ця група цінує розкіш, індивідуальний підхід та ексклюзивні послуги.

**Основною стратегією позиціонування готелю «Воздвиженський» є підкреслення його:**

- **Елегантності:** Готель пропонує елегантний інтер'єр, вишуканий декор та атмосферу розкоші.
- **Комфорту:** Готель пропонує зручні номери, які обладнані всім необхідним для комфортного проживання.
- **Індивідуального підходу:** Готель прагне до персоналізації обслуговування, щоб кожен гість відчував себе особливим.

Для успішного позиціонування необхідно використовувати ефективні **комунікаційні канали**. Готель «Воздвиженський» буде активно використовувати:

- **Соціальні мережі:** Оновлення сторінок у популярних соціальних мережах та публікація цікавого контенту, який буде привертати увагу потенційних гостей.
- **Рекламні кампанії:** Рекламні кампанії в журналах, на телебаченні та інших ЗМІ, які допоможуть охопити ширшу аудиторію.
- **Співпраця з партнерами:** Співпраця з туристичними агентствами та компаніями, що дозволить розширити базу.

#### **Рекомендації:**

- Регулярно проводити аналіз ринку та конкурентів, щоб вчасно корегувати позиціонування готелю.
- Використовувати сучасні методи маркетингу та PR, щоб досягти максимальної ефективності рекламних кампаній.
- Надавати високоякісний сервіс та постійно вдосконалювати пропоновані послуги, щоб відповідати очікуванням найвибагливіших гостей.
- Створити програму лояльності для постійних гостей, щоб стимулювати їх повторні візити.

Розробка чіткого позиціонування є важливим етапом в успішному функціонуванні будь-якого готелю на ринку. Готель "Воздвиженський" успішно

позиціонував себе як елегантний та комфортний готель для бізнес-туристів та люксових туристів, що дозволяє йому займати стійку позицію на ринку готельного бізнесу.

### 3.3. Розробка комплексу маркетингових заходів для просування готелю «Воздвиженський»

**Готельний бізнес** - це конкурентна галузь, де успіх залежить не лише від якості послуг, але і від ефективності маркетингових заходів. У цьому контексті важливо розробити комплекс маркетингових заходів для просування готелю «Воздвиженський», щоб залучити нових гостей та зберегти вже існуючих.

Готель «Воздвиженський» може значно підвищити свою конкурентоспроможність та привабливість, **розробивши унікальний бренд**, який відобразить його цінності, стиль та особливості. Ось як це може бути реалізовано:

1. **Лозунги** повинні бути короткими, ємними та запам'ятовуваними, відображаючи головні переваги готелю. Декілька прикладів можливих лозунгів:

- **"В серці Києва, в душі історії"**: підкреслює унікальне розташування готелю в історичному центрі міста.
- **"Ваш затишний притулок у центрі Києва"**: наголошує на комфорті та затишку, які пропонує готель.
- **"Історія та комфорт поруч"**: звертає увагу на поєднання історичного оточення з сучасними зручностями.
- **"Персоналізований сервіс для особливих гостей"**: акцентує на високому рівні обслуговування та індивідуальному підході до кожного гостя.

2. **Логотип** готелю повинен бути простим, але водночас таким, що легко запам'ятовується та асоціюється з готелем. Він може включати:

- **Історичні елементи:** Використання елементів архітектури чи символів, пов'язаних з історичним центром Києва.
- **Колірна палітра:** Вибір кольорів, що асоціюються з елегантністю та комфортом, таких як теплі землясті тони, золотисті відтінки або класичні чорний та білий.
- **Шрифт:** Використання шрифту, який поєднує в собі сучасність і класику, що підкреслить унікальність та стиль готелю.

3. **Загальний стиль інтер'єру та екстер'єру готелю** повинен створювати певну атмосферу, що відображає його бренд. Це може включати:

- **Інтер'єр:** Поєднання сучасних елементів з історичними деталями. Використання натуральних матеріалів, таких як дерево, камінь, а також вишуканих тканин для створення теплої та затишної середовища.
- **Екстер'єр:** Архітектурні елементи, які гармонійно вписуються в історичний контекст району. Використання освітлення для підкреслення деталей будівлі вночі.
- **Декор:** Вишукані деталі, такі як антикварні меблі, картини місцевих художників, декоративні рослини, що підкреслюють унікальний стиль готелю.

4. **Атмосфера готелю** повинна бути продумана до дрібниць, щоб створювати відчуття затишку, елегантності або розкоші, залежно від цільової аудиторії. Це можна досягти через:

- **Затишна атмосфера:** Тепле освітлення, комфортні місця для відпочинку, живі квіти та увага до деталей у кожному куточку готелю.
- **Елегантна атмосфера:** Використання високоякісних матеріалів, вишуканих меблів, спокійних кольорових схем та вишуканого декору.

- **Розкішна атмосфера:** Широкі простори, мармурові підлоги, кришталеві люстри, розкішні текстури та послуги преміум-класу, такі як консьєрж-сервіс, приватні трансфери, ексклюзивні спа-процедури.

Розробка такого унікального бренду допоможе готелю «Воздвиженський» виділитися серед конкурентів та привабити більшу кількість гостей, забезпечуючи їм незабутні враження від перебування.

Для досягнення максимальної ефективності у сучасному світі важливо активно використовувати **цифрові маркетингові інструменти:**

- **Соціальні мережі:** Активна участь у популярних соціальних мережах, де можна публікувати фотографії, відео, статті та інші цікаві матеріали про готель, а також спілкуватися з гостями.
- **Електронні розсилки:** Регулярні розсилки з новинами та спеціальними пропозиціями для підписників.
- **Реклама в Інтернеті:** Таргетована реклама в соціальних мережах, пошукових системах та інших онлайн-ресурсах.
- **Пошуковий маркетинг:** SEO-оптимізація веб-сайту для покращення його позицій у пошуковій видачі.

**Співпраця з туристичними агентствами та компаніями** може допомогти залучити нових гостей та розширити аудиторію готелю:

- **Укладання угод про співпрацю:** Вигідні умови для туристичних агентств, які продають номери готелю.
- **Участь у туристичних виставках та подіях:** Презентація готелю на туристичних виставках, конференціях та інших заходах.
- **Спеціальні пропозиції:** Розробка спеціальних пакетів послуг та тарифів для гостей туристичних агентств.

**Проведення промоційних акцій та заходів** може стати ефективним інструментом для привертання уваги до готелю та залучення нових гостей:

- **Знижки на проживання:** Сезонні знижки, акції та спеціальні пропозиції.
- **Спеціальні пропозиції для відпочиваючих:** Пакетні пропозиції, які включають проживання, харчування, екскурсії та інші послуги.
- **Організація тематичних заходів:** Концерти, вечірки, дегустації, майстер-класи та інші заходи, які можуть зацікавити гостей.

Розробка комплексу маркетингових заходів є ключовим етапом у просуванні готелю «Воздвиженський». Використання цифрових інструментів, розвиток унікального бренду, співпраця з партнерами та організація промоційних акцій допоможуть залучити увагу цільової аудиторії та забезпечити успіх на ринку готельного бізнесу.

#### **Рекомендації:**

- **Регулярно проводити аналіз ринку та конкурентів**, щоб вчасно корегувати маркетингову стратегію.
- **Відстежувати ефективність маркетингових заходів** та вносити необхідні зміни.

### **3.4. Запровадження розроблених маркетингових стратегій**

Запровадження ефективних маркетингових стратегій є ключовим етапом для успішного розвитку будь-якого готелю. **Мета процесу** впровадження розроблених маркетингових стратегій в готель "Воздвиженський" - залучення нових гостей та збереження існуючих.

#### **1. Реалізація цифрових маркетингових стратегій:**

Перший крок у запровадженні маркетингових стратегій полягає в реалізації цифрових ініціатив. Це включає в себе оновлення веб-сайту готелю з

використанням сучасних дизайнерських та функціональних рішень, активну присутність у соціальних мережах, розсилку електронних листів з пропозиціями та акціями, а також запуск рекламних кампаній в Інтернеті.

Оновлення веб-сайту готелю "Воздвиженський" є ключовим кроком у реалізації цифрових маркетингових стратегій. Веб-сайт є основним інструментом для взаємодії з потенційними та поточними гостями, тому він повинен бути сучасним, зручним та функціональним. *Основні елементи, які необхідно врахувати при оновленні веб-сайту:*

### **1. Дизайн та зручність використання**

- **Сучасний дизайн:** Використання сучасних дизайнерських рішень, які відображають стиль та атмосферу готелю. Дизайн повинен бути привабливим, з чіткою візуальною ієрархією, яка допомагає користувачам швидко знаходити потрібну інформацію.
- **Проста навігація:** Інтуїтивно зрозуміла навігація з чітко позначеними розділами та підрозділами. Гості повинні мати можливість легко знайти інформацію про номери, послуги, спеціальні пропозиції та контактні дані.

### **2. Функціональність**

- **Блог:** Ведення блогу з корисними статтями про місцеві пам'ятки, події, новини готелю та поради для туристів. Це допоможе підвищити SEO-рейтинги та залучити більше відвідувачів на сайт.

### **3. Інтерактивність та взаємодія**

- **Чат-бот або онлайн-консультант:** Інтеграція чат-бота або онлайн-консультанта для швидких відповідей на питання гостей. Це підвищить рівень обслуговування та допоможе оперативно вирішувати проблеми користувачів.
- **Форма зворотного зв'язку:** Зручна та доступна форма для зворотного зв'язку, де гості можуть залишати свої коментарі, запитання або пропозиції.

#### **4. Соціальна інтеграція**

- **Інтеграція відгуків:** Відображення відгуків гостей з платформ, таких як «TripAdvisor», «Google Reviews» та «Booking.com». Це додасть довіри до готелю та допоможе новим відвідувачам прийняти рішення про бронювання.

#### **5. SEO та аналітика**

- **SEO-оптимізація:** Оптимізація контенту веб-сайту для пошукових систем. Використання ключових слів, заголовків та тегів для покращення видимості у пошукових системах.
- **Аналітика:** Впровадження інструментів веб-аналітики (наприклад, Google Analytics) для відстеження поведінки користувачів, аналізу трафіку та оцінки ефективності маркетингових кампаній.

#### **6. Безпека**

- **SSL-сертифікат:** Забезпечення безпеки даних користувачів через впровадження SSL-сертифікату. Це гарантує захищене з'єднання та захист персональної інформації гостей під час бронювання або оплати.

### **2. Створення унікального бренду:**

Другим важливим кроком є створення унікального бренду для готелю "Воздвиженський". Це включає в себе розробку лозунгів, логотипів, атмосфери та стилю, які відображають цінності та особливості готелю. Через це гості зможуть легко впізнавати готель серед конкурентів та асоціювати його з комфортом, розкошшю та елегантністю.

### **3. Співпраця з партнерами та організація спеціальних заходів:**

Третім кроком є співпраця з партнерами та організація спеціальних заходів для привертання уваги до готелю. Це може бути співпраця з туристичними агентствами для розміщення готельних пропозицій у пакетах туристичних послуг,

організація тематичних заходів у готелі, які привернуть увагу певної аудиторії, а також спільні акції з місцевими підприємствами та ресторанами.

#### **4. Аналіз результатів та коригування стратегій:**

Останнім етапом є постійний аналіз результатів маркетингових стратегій та їх коригування відповідно до потреб ринку та змін у споживчому підході. Це включає в себе моніторинг ефективності рекламних кампаній, збирання відгуків та реакції гостей, а також аналіз конкурентного середовища.

Запровадження розроблених маркетингових стратегій в готель "Воздвиженський" є важливим кроком для його успішного розвитку та просування на ринку. Це вимагає комплексного підходу, включаючи цифрові ініціативи, створення унікального бренду, співпрацю з партнерами та постійний аналіз результатів. За допомогою цих стратегій готель може залучити увагу нових гостей, зберегти вже існуючих та зміцнити свою позицію на ринку.

### **3.5. Оптимізація витрат на маркетинг готелю «Воздвиженський»**

У сучасному конкурентному середовищі готельного бізнесу оптимізація витрат на маркетинг стає ключовою стратегією для підтримки прибутковості та ефективного розміщення рекламних ресурсів.

#### **1. Аналіз ефективності маркетингових каналів**

Першим кроком в оптимізації витрат на маркетинг є ретельний аналіз ефективності різних маркетингових каналів, які використовує готель. Це включає оцінку результативності рекламних кампаній, онлайн-каналів продажу, участі в туристичних виставках та інших маркетингових заходів. Завдяки аналізу готель "Воздвиженський" зможе чітко визначити, які канали маркетингу є найбільш ефективними та рентабельними, і зосередити свою увагу та ресурси на них.

#### **2. Використання цифрових інструментів**

Впровадження цифрових інструментів маркетингу є одним із найефективніших способів оптимізації витрат. Готель "Воздвиженський" може

зосередитися на онлайн-маркетингу, який включає пошукову оптимізацію (SEO), контекстну рекламу, маркетинг у соціальних мережах та email-маркетинг. Ці канали дозволяють зменшити витрати на традиційні рекламні канали, забезпечуючи при цьому більшу точність та цільову спрямованість рекламних кампаній.

### **3. Збільшення ефективності рекламних зусиль**

Окрім вибору правильних каналів маркетингу, важливо також підвищувати ефективність самих рекламних зусиль. Готель "Воздвиженський" може вдосконалити зміст своїх рекламних матеріалів, використовувати таргетинг та персоналізацію, а також регулярно аналізувати результати рекламних кампаній для постійного вдосконалення маркетингових стратегій.

### **4. Співпраця з партнерами**

Співпраця з партнерами також може значно оптимізувати маркетингові витрати. Готель "Воздвиженський" може укласти партнерські угоди з туристичними агентствами, туроператорами, місцевими компаніями та іншими партнерами для спільної рекламної діяльності. Це дозволить розділити витрати на маркетинг, розширити охоплення цільової аудиторії та підвищити ефективність рекламних кампаній.

Оптимізація витрат на маркетинг є важливою та невід'ємною частиною успішної стратегії готелю "Воздвиженський" у сучасному конкурентному середовищі. Завдяки аналізу ефективності маркетингових каналів, впровадженню цифрових інструментів, підвищенню ефективності рекламних зусиль та співпраці з партнерами готель зможе зменшити витрати на маркетинг, забезпечити цільове та ефективне просування на ринку, і, як наслідок, підвищити свою прибутковість.

**Таблиця 3.4 - Рекомендації щодо маркетингу готелю "Воздвиженський"  
[розроблено автором]**

Рекомендація	Опис
Створити детальний план	План повинен включати чіткі цілі, бюджет та

<b>маркетингових витрат</b>	прогнозовані результати для кожного маркетингового каналу.
<b>Регулярно проводити аудит маркетингових активностей</b>	Аудит допоможе оцінити ефективність маркетингових кампаній та внести необхідні корективи.
<b>Використовувати сучасні аналітичні інструменти</b>	Аналітичні інструменти допоможуть відстежувати результати маркетингових кампаній та приймати обґрунтовані рішення.
<b>Співпрацювати з маркетинговими агентствами та фрілансерами</b>	Досвідчені маркетологи допоможуть розробити та впровадити ефективну маркетингову стратегію.
<b>Впроваджувати інноваційні маркетингові стратегії</b>	Інноваційні стратегії допоможуть виділитися на ринку та залучити нових гостей.

Важливо пам'ятати, що **оптимізація маркетингових витрат - це постійний процес**, який потребує регулярного аналізу та вдосконалення.

### **3.6. Очікувані результати від впровадження розроблених маркетингових стратегій**

Готель "Воздвиженський" ставить перед собою завдання залучити нових гостей та зберегти існуючих. Для досягнення цієї мети було розроблено комплексні маркетингові стратегії, які охоплюють цифрові ініціативи, створення унікального бренду, співпрацю з партнерами та організацію спеціальних заходів.

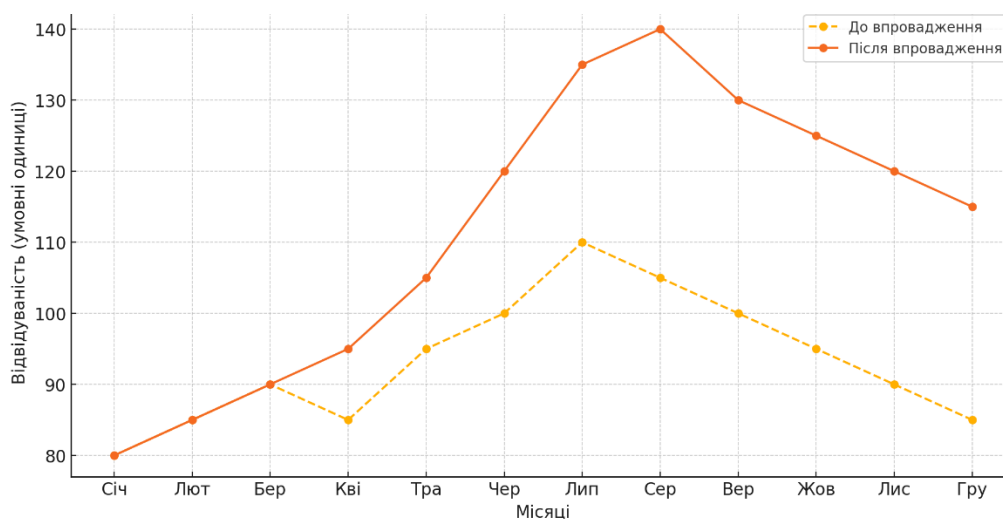
Впровадження розроблених маркетингових стратегій для готелю "Воздвиженський" має на меті досягнення конкретних результатів, спрямованих на залучення нових гостей, збереження існуючої бази та підвищення загальної прибутковості готелю. Очікувані результати можуть включати:

- 1. Збільшення обсягу бронювань:** Шляхом оновлення веб-сайту з використанням сучасних дизайнерських рішень та функціональних можливостей, запуску рекламних кампаній в Інтернеті та електронних

розсилок, готель очікує збільшення кількості бронювань. Це може збільшити валовий дохід готелю та заповненість номерів.

2. **Покращення узнаваності бренду:** Шляхом створення унікального бренду та активної просування через різноманітні маркетингові канали, такі як соціальні мережі, рекламні кампанії та спеціальні заходи, готель очікує підвищення узнаваності серед потенційних гостей.
3. **Збільшення лояльності гостей:** Шляхом організації спеціальних заходів та спільних акцій з партнерами, які спрямовані на задоволення потреб індивідуальних гостей, готель прагне збільшити лояльність гостей та зберегти їх на довгострокову основу.
4. **Підвищення заповненості готелю:** Шляхом ефективної маркетингової стратегії, спрямованої на привертання нових гостей та збереження існуючих, готель очікує збільшення заповненості номерів, що призведе до підвищення загального валового доходу.
5. **Зменшення витрат на маркетинг:** Шляхом аналізу ефективності різних маркетингових каналів та оптимізації витрат, готель очікує зменшення загальних витрат на маркетинг, що сприятиме підвищенню прибутковості.
6. **Підвищення конкурентоспроможності:** Шляхом впровадження інноваційних маркетингових стратегій, готель прагне підвищити свою привабливість для гостей та виділитися на тлі конкурентів, що допоможе йому збільшити свою частку на ринку та прийняти лідерську позицію.

Ці очікувані результати мають бути реалізовані через систематичний моніторинг та аналіз результатів, а також гнучке коригування стратегій відповідно до змін у споживчому підході та конкурентному середовищі.



**Рис 3.1 – Зміна відвідуваності готелю «Воздвиженський» після впровадження маркетингових стратегій**

На графіку (рис 3.1) показано прогнозовану зміну відвідуваності готелю "Воздвиженський" після впровадження маркетингових стратегій. Лінія "До впровадження" відображає поточний рівень відвідуваності за місяцями, тоді як лінія "Після впровадження" ілюструє очікуване зростання відвідуваності після реалізації цифрових маркетингових стратегій, створення унікального бренду, співпраці з партнерами та постійного аналізу результатів.

Як видно з графіку, очікується поступове збільшення кількості відвідувачів з моменту початку впровадження стратегій, особливо з травня по серпень, коли зазвичай зростає інтерес до подорожей та відпочинку. Цей позитивний тренд продовжуватиметься до кінця року, що свідчить про ефективність впроваджених заходів.

Завдяки правильному впровадженню та постійному вдосконаленню маркетингових стратегій готель "Воздвиженський" зможе досягти поставлених цілей та значно покращити свої фінансові показники.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Готельний ринок України зазнав значних змін протягом останніх років. Зростання туризму стимулювало розвиток нових готелів та курортів, проте політична нестабільність та економічні проблеми можуть негативно вплинути на цю тенденцію.

В цьому контексті, готель "Воздвиженський" має унікальну можливість виділитися та залучити гостей завдяки своєму вигідному розташуванню, затишній атмосфері, персоналізованому сервісу, широкому спектру послуг та вигідному співвідношенню ціни та якості.

Для успішного просування готелю "Воздвиженський" розроблено комплекс маркетингових заходів. До них належить розробка унікального бренду, використання цифрових маркетингових інструментів, співпраця з туристичними агентствами та компаніями, а також проведення промоційних акцій та заходів.

Впровадження розроблених маркетингових стратегій потребує ретельної реалізації. Це включає в себе реалізацію цифрових маркетингових стратегій, створення унікального бренду, співпрацю з партнерами та організацію спеціальних заходів. Важливо також постійно аналізувати результати та коригувати стратегії за потреби.

Оптимізація витрат на маркетинг є ключовим фактором успіху. Це включає в себе аналіз ефективності маркетингових каналів, використання цифрових інструментів, збільшення ефективності рекламних зусиль та співпрацю з партнерами.

Впровадження розроблених маркетингових стратегій очікує значно покращити фінансові показники готелю "Воздвиженський". Це включає в себе збільшення обсягу бронювань, покращення узнаваності бренду, збільшення лояльності гостей, підвищення заповненості готелю, зменшення витрат на маркетинг та підвищення конкурентоспроможності.

Розробка та впровадження чіткої та ефективної маркетингової стратегії є ключовим фактором успіху для бутик-готелю "Воздвиженський". Реалізація розроблених стратегій допоможе готелю досягти своїх цілей та значно покращити свої фінансові показники.

**Найкращий спосіб просувати готель** - це запропонувати гостям чудовий досвід. Якщо гості будуть задоволені своїм перебуванням, вони, ймовірно, рекомендуватимуть ваш готель іншим.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ

1. Джанджугазова Е. А. Філософія готелів, або нові концептуальні рішення в готельному бізнесі / Е. А. Джанджугазова // Туризм: підготовка кадрів, проблеми та перспективи розвитку: збірник Міжнародної науково-практичної конференції. – М.: Прометей, 2014. – 148 с.
2. Мартишенко Н. С. Нестандартні засоби розміщення та їх роль в формуванні туристичних потоків / Н. С. Мартишенко // – 2013. – № [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://e-koncept.ru/2013/13224.htm>
3. Коваленко О. В. Концептуальні готельні комплекси України та світу: сучасний стан та перспективи розвитку / О. В. Коваленко // Молодий вчений. – 2017. – № 1 (41). – С. 612-615.
4. Готель «Воздвиженський». [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://vozd-hotel.com>
5. Галасюк С. С., Будніков О. В. Сутність та специфічні ознаки концепції «бутік-готель». Інфраструктура ринку. 2018. № 25 – 120 с.
6. Готельна справа: Навчальний посібник / О. В. Арпуль, А. Г. Абрамова, Ю. А. Мирошник, О. В. Собін. - К. : Видавничий дім «Кондор», 2021. - 300 с.
7. Мазаракі, А.А. Навч. посіб. : у 3 т. Т. 1. Готелі / [А. А. Мазаракі, С. Л. Шаповал, С. В. Мельниченко та ін.]; за ред. А. А. Мазаракі. - Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. - 348 с.
8. Організація виробництва в закладах ресторанного господарства /навчальний посібник/ О. С. Павлюченко, А. В. Гавриш, Л. О. Шаран. - Київ: НУХТ, 2017. - 227с.
9. Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства : навч.посіб. / О.В.Новікова, Л.О.Радченко, К.П.Вініченко та ін. - Х.: Світ книг, 2014. - 411с.
10. Управління якістю продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві:Навчальний посібник / В. Ф. Доценко, Н.П. Бондар, В.О. Губеня та ін. - К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. - 368 с.

11. Шидловська, О.Б. Організація ресторанного господарства. Модуль 1 [Електронний ресурс]: конспект лекцій для студентів освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання / О.Б. Шидловська. - К.: НУХТ, 2018. - 121 с.
12. Люлька О. М. Основи наукових досліджень та технічної творчості [електронний ресурс]: методичні рекомендації до вивчення дисципліни, проведення практичних занять та виконання контрольної роботи для здобувачів освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» ден. та заоч. форм навч. / О. М. Люлька, Т. А. Нікітіна, Ю. М. Ткачук - К.: НУХТ, 2020. 175 с.
13. Андрушко І. Б. Менеджмент готельно-ресторанного господарства: підручник [Електронний ресурс] / І. Б. Андрушко, О. М. Кравець, І. М. Писаревський // ХНУМГ. - 2014. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://eprints.kmme.edu.ua/38971/1/%282009%2047%D0%9D%20%D0%9>
14. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА: бакалаврський курс. Частина 1 [Електронний ресурс] / [Н. В. Якименко-Терещенко, В. О. Александрова, Т. А. Жадан та ін.] // НТУ «ХП». - 2022. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/88704544-23b5->
15. Завідна Л.Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку: монографія/ Л.Д.Завідна. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. - 600 с
16. Офіційний сайт Держкомстату України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
17. Оформлення джерел. [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: [VAK.in.ua](http://VAK.in.ua)
18. Готель «Воздвиженський». [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.booking.com/hotel/ua/vozdvyzhensky-boutique.uk.html>
19. Готель «11 Mirrors Design Hotel». [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.booking.com/hotel/ua/mirrors-hotel.uk.html>
20. Гришук С.С., Пушка О.С. Удосконалення стратегії просування бутік-готелю. Матеріали XIII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною

участю «Інноваційні технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі», присвяченої 140-річчю НУХТ, 21 травня 2024 р. – К.: НУХТ, 2024 р.

# ДОДАТОК

# Додаток А – ТЕЗИ НА ТЕМУ «УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ БУТІК-ГОТЕЛЮ»

УДК 339.138:64

## МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ

Грищук С.С,

Пушка Ольга, к.т.н., доц.

*Національний університет харчових технологій,  
(НУХТ) Київ*

**Вступ.** Готельний бізнес - це конкурентна галузь, де успіх залежить не лише від якості послуг, але і від ефективності маркетингових заходів.

**Актуальність теми.** У цьому контексті важливо розробити комплекс маркетингових заходів для просування готелів, щоб залучити нових клієнтів та зберегти вже існуючих.

**Матеріали та методи.** Методом аналізу літературних даних та інформації в різноманітних інтернет-джерелах була встановлена перспективність використання маркетингових стратегій у вітчизняних закладах розміщення.

**Результати та обговорення.** Стратегія маркетингу готельного бізнесу — це формування цілей, досягнення їх і розв'язання задач готельного бізнесу по кожному окремому готельно-господарському продукту, по кожному окремому ринку на певний період. Стратегія формується з метою здійснення комерційної діяльності в повній відповідності з ринковою ситуацією і можливостями готельного бізнесу [1].

Було проведено аналіз та встановлено перелік ефективних маркетингових стратегій та їх правильне застосування, що є ключем до успіху готельно-ресторанного бізнесу.

Готель повинен розробити унікальний бренд, який відобразить його цінності, стиль та особливості. Це може бути виражено через: лозунги, логотипи, дизайн, атмосферу.

Для досягнення максимальної ефективності у сучасному світі важливо активно використовувати цифрові

маркетингові інструменти: веб-сайт, соціальні мережі, електронні розсилки, реклама в Інтернеті, пошуковий маркетинг.

Співпраця з туристичними агентствами та компаніями може допомогти залучити нових клієнтів та розширити аудиторію готелю: вигідні умови для туристичних агентств, які продають номери готелю, презентація готелю на туристичних виставках, конференціях та інших заходах, розробка спеціальних пакетів послуг та тарифів для клієнтів туристичних агентств.

Проведення промоційних акцій та заходів може стати ефективним інструментом для привертання уваги до готелю та залучення нових клієнтів: сезонні знижки, акції та спеціальні пропозиції, пакетні пропозиції, які включають проживання, харчування, екскурсії та інші послуги, концерти, вечірки, дегустації, майстер-класи та інші заходи, які можуть зацікавити гостей.

**Висновок.** Маркетингові стратегії мають бути гнучкими та адаптованими до потреб конкретного підприємства. Для досягнення максимальної ефективності маркетингових стратегій, їх необхідно постійно моніторити та аналізувати. Це дозволить вчасно виявляти недоліки, вносити корективи та оптимізувати зусилля, спрямовані на просування товарів чи послуг.

Розробка комплексу маркетингових заходів є ключовим етапом у просуванні готелів в Україні. Використання цифрових інструментів, розвиток унікального бренду, співпраця з партнерами та організація промоційних акцій допоможуть залучити увагу цільової аудиторії та забезпечити успіх на ринку готельного бізнесу.

#### **Література**

1. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу : навч. посіб. / З. І. Тимошенко, Г. Б. Мунін, В. П. Динзлевий; Європ. ун-т. - К., 2007. - 245 с.