

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ**  
**АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**  
**КАФЕДРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ**  
**III Всеукраїнської науково-практичної конференції**  
**«СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ**  
**ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ»**

**23 квітня 2024 року**

**м. Херсон (м. Кропивницький)**

**УДК: 640.4**

Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні: зб. матеріалів III Всеукр. наук. – практ. конф. (Херсон-Кропивницький, 23 квітня 2024 р.) / за ред. доц. Нікітенко К.С. Херсон-Кропивницький: ХДАЕУ, 2024. 263 с.

У матеріалах конференції розглянуто економічні, екологічні та організаційні аспекти розвитку потенціалу підприємств туристичної індустрії та суміжних галузей в умовах світової економічної кризи. Досліджено менеджмент підприємств індустрії гостинності в умовах світової фінансової кризи: виклики й можливості, сильні та слабкі сторони. Висвітлено інноваційні технології та менеджмент якості продукції та послуг готельно-ресторанного, туристичного та рекреаційного бізнесу. Визначено сучасні тренди розвитку внутрішнього та зовнішнього туризму та готельно-ресторанного бізнесу в Україні та світі. Проаналізовано заходи щодо удосконалення маркетингового комплексу підприємств індустрії гостинності.

Призначено для науково-педагогічних працівників, науковців, докторантів, аспірантів, студентів, представників органів влади, громадських організацій та підприємств.

Матеріали доповідей друкуються в авторській редакції. Автори опублікованих матеріалів несуть відповідальність за їхній зміст, достовірність наведених фактів, посилань тощо.

**© Херсонський державний аграрно-економічний університет  
Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу**

<i>Черевична Н. І., Батицька О. Ю.</i> ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИХ ТУРІВ	202
<i>Черевична Н. І., Бобришев В. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СІМЕЙНОГО ВІДПОЧИНКУ ТА ДОЗВІЛЛЯ У ГОТЕЛЯХ	204
<i>Черевична Н. І., Богачов Д. О.</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	206
<i>Юзефович К. О.</i> ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ В СФЕРІ ТУРИЗМУ	209
<b>СЕКЦІЯ 6. УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ</b>	212
<i>Бойко В. С., Бойко В. О.</i> РОЛЬ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	213
<i>Дубінчак Є. В., Кізюн А. Г.</i> ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	216
<i>Лебедєва К. Б., Кізюн А. Г.</i> СТРАТЕГІЇ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ГОТЕЛІВ І РЕСТОРАНІВ	219
<i>Шіц М. О., Полотай Б. Я.</i> ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ У СПОЖИВАЧІВ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ НА ПРИКЛАДІ ОРТІМА MEDIEVALE LVIV	222
<b>СЕКЦІЯ 7. ФІНАНСОВО-ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ</b>	225
<i>Багрій К. Л.</i> СУЧАСНІ МЕТОДИ ОБЛІКУ ВИТРАТ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ	226
<b>СЕКЦІЯ 8. ІНФОРМАТИЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ</b>	230
<i>Жарінова Н. П., Серета Н. М.</i> ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	231
<i>Коваленко Н.О.</i> ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕВАГИ АВТОМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	234

---

*Лебедєва Катерина Борисівна*

*здобувач вищої освіти*

*Кіжун Алла Григорівна*

*к. геогр.н., доцент*

*Вінницький торговельно-економічний інститут*

*Державного торговельно-економічного університету*

*м. Вінниця*

## **СТРАТЕГІЇ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ГОТЕЛІВ І РЕСТОРАНІВ**

Використання контент-маркетингу є невід'ємною частиною успішної стратегії маркетингу для готелів і ресторанів. Особливо в індустрії гостинності, де важливо створювати і підтримувати зв'язок з клієнтами, контент-маркетинг може допомогти залучати нових гостей, підвищувати свідомість про бренд, стимулювати продажі і бути корисним для бізнесу.

Особливості та специфіка цієї галузі вимагають застосовувати ефективні маркетингові стратегії, щоб виділитися на тлі конкурентів та задовольнити потреби своєї цільової аудиторії [2]. Кожен елемент стратегії контент-маркетингу має свою важливість і впливає на сприйняття бренду клієнтами. Від блогів до соціальних мереж, відео та онлайн-комунікацій, існує безліч способів, які можуть допомогти вам досягти ваших маркетингових цілей.

У сфері готелів і ресторанів ефективний контент-маркетинг може відігравати ключову роль у залученні нових клієнтів, підвищенні усвідомленості бренду та покращенні взаємодії зі старими клієнтами (табл. 1).

**Таблиця 1. Стратегії контент-маркетингу для готелів і ресторанів**

Стратегія	Опис
1. Блог про подорожі та кулінарію	Створення цікавого блогу, де розповідається про місцеві кулінарні традиції, місця для відвідування та поради щодо подорожей.
2. Відео-екскурсії та рецепти	Створення відео-екскурсій по готелю, ресторанах, кухні, а також відео з рецептами страв, що подаються в ресторані.
3. Присутність в соціальних мережах	Активна участь у соціальних мережах, публікація фотографій страв, оголошення акцій та подій.
4. Онлайн-резервування та електронна пошта	Зручна система онлайн-бронювання та розсилка електронних листів зі спеціальними пропозиціями.
5. Відгуки і рейтинги	Збір позитивних відгуків на популярних веб-сайтах та платформах.
6. Електронні курси та подкасти	Розробка корисних матеріалів, таких як електронні курси з кулінарії або подкасти про готельний бізнес.
7. Участь у місцевих заходах та спонсорство	Активна участь у місцевих заходах, фестивалях, спонсорство місцевих подій.
8. SEO-оптимізація	Оптимізація веб-сайту для покращення його видимості в пошукових системах.

В таблиці 1 представлений комплексний огляд стратегій контент-маркетингу, які можуть бути успішно використані готелями і ресторанами для залучення нових клієнтів, підвищення свідомості про бренд та покращення взаємодії з клієнтами.

Кожна стратегія має свої особливості та може бути адаптована під конкретні потреби і можливості бізнесу. Обираючи і впроваджуючи ці стратегії, готелі і ресторани мають можливість підвищити свою конкурентоспроможність та залучити нових клієнтів.

Елементи стратегії контент-маркетингу для готелів і ресторанів можуть мати різну важливість залежно від конкретного бізнесу, його цілей та цільової аудиторії. Однак деякі з них є загальними і важливими для більшості готелів і ресторанів.

Важливість елементів стратегії контент-маркетингу [1]:

1. Блог:

- *Важливість*: Висока
- *Чому*: Блог дозволяє розповісти цікаві історії про бренд, місцеві кулінарні та туристичні особливості, що привертає увагу аудиторії та покращує SEO.

2. Соціальні мережі:

- *Важливість*: Висока
- *Чому*: Соціальні мережі дозволяють показувати візуальний контент, спілкуватися з аудиторією, оголошувати акції та події.

3. Відео контент (відео-екскурсії, рецепти тощо):

- *Важливість*: Висока
- *Чому*: Відео є візуально привабливим і дозволяє ефективно демонструвати атмосферу готелю чи ресторану.

4. Онлайн-резервування:

- *Важливість*: Висока
- *Чому*: Зручна система бронювання привертає клієнтів і сприяє збільшенню конверсії.

5. SEO-оптимізація:

- *Важливість*: Висока
- *Чому*: Допомагає підвищити видимість вашого бренду у пошукових системах і повернути цільовий трафік.

6. Електронна пошта (розсилки):

- *Важливість*: Висока
- *Чому*: Регулярна комунікація з клієнтами через електронну пошту допомагає підтримувати зв'язок та повертати клієнтів.

7. Відгуки і рейтинги:

- *Важливість*: Висока
- *Чому*: Позитивні відгуки і високий рейтинг сприяють довірі до бренду і збільшують його привабливість для клієнтів.

8. Участь у місцевих заходах:

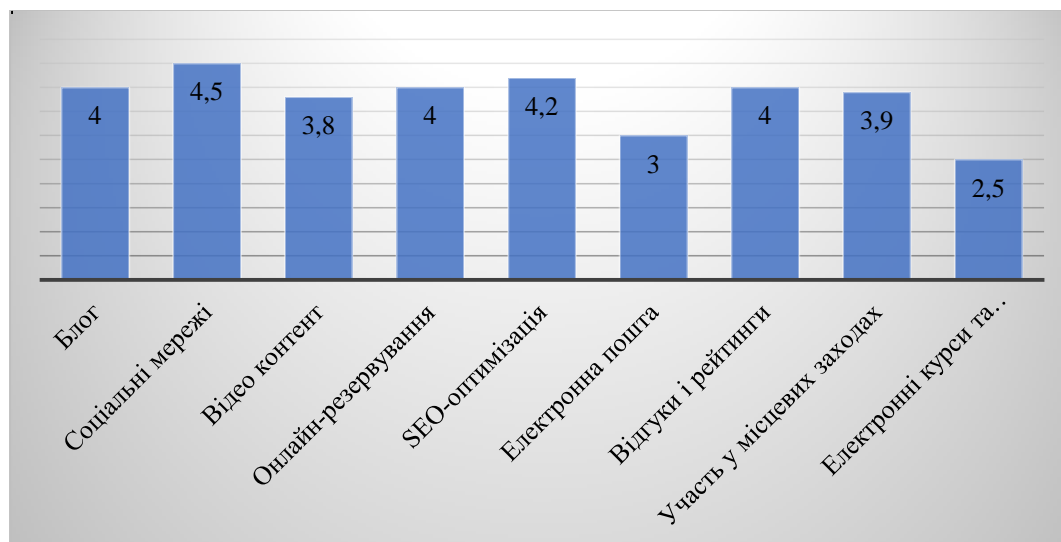
- *Важливість*: Середня

- Чому: Допомагає підтримувати зв'язок з місцевою спільнотою та привертати увагу нових клієнтів.

9. Електронні курси та подкасти:

- Важливість: Середня

- Чому: Може допомогти позиціонувати бренд як експерта в галузі готельного або кулінарного бізнесу.



**Рис. 1. Аналіз стратегій контент-маркетингу і їх важливість**

Кожен елемент може мати вагомую роль у успіху контент-маркетингової стратегії готелю чи ресторану. Вибір та поєднання цих елементів повинні відповідати специфіці вашого бізнесу та потребам вашої аудиторії.

Сучасному закладу готельно-ресторанної сфери необхідно бути готовим до різних ситуацій на ринку, постійно вдосконалюватися та керувати всіма процесами, які забезпечуватимуть його конкурентними перевагами.

Наведені стратегії контент-маркетингу допоможуть готелям і ресторанам підвищити свою впізнаваність, залучити нових клієнтів, покращити взаємодію зі старими клієнтами та підвищити свідомість про свій бренд.

Важливо пам'ятати, що успішна стратегія контент-маркетингу потребує часу, наполегливості та постійного вдосконалення, але вона може значно підняти бізнес на новий рівень.

### Список літератури

1. Оженіке Т. 6 прикладів успішного контент-маркетингу 2022 року. *Stripo.email*. URL: <https://stripo.email/ua/blog/successful-content-marketing-examples/> (дата звернення: 13.04.2024).

2. John. Маркетинг та просування готельних послуг: стратегії залучення та утримання клієнтів. *Hotel-Solution.Your partner in hotel industry*. URL: <https://hotel-solution.com.ua/news/marketing-and-promotion-of-hotel-services> (дата звернення: 13.04.2024).