

УДК НИР 339.138
Методы и инструменты digital-продвижения компаний сферы гостиничного бизнеса.

Ф.С. Усманова. Санкт-Петербургский национально-исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург.

Научный руководитель: А.Г. Будрин. Санкт-Петербургский национально-исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург.

Независимый консультант: В.В. Пастухов., Санкт-Петербург.

Актуальность темы и постановка проблемы.

По итогам 2020 года индустрия гостеприимства пострадала в наибольшей степени в результате ограничительных мер и закрытия государственных границ. По предварительным оценкам, восстановление отрасли ожидается не ранее 2023 года. Именно поэтому компаниям сферы гостиничного бизнеса важно уделить особое внимание развитию и продвижению своего объекта в цифровой среде. Ситуация с режимом самоизоляции ускорила процесс цифровизации бизнеса и освоение online-среды. Гостиничные предприятия, у которых нет сайта или социальных сетей, теряют порядка 80% гостей и не конкурентноспособны на рынке. Поэтому предприятиям сферы гостиничного бизнеса необходимо постоянно отслеживать тренды и использовать современные методы и инструменты продвижения в цифровом пространстве, ведь у большинства современных путешественников интернет-технологии стали неотъемлемой частью жизни. Показатели развития методов и инструментов digital-продвижения и динамичности рынка гостиничного бизнеса постоянно повышаются, теоретическая база по этим темам устарела и недостаточно глубоко изучена.

Целью исследования является разработка метода продвижения гостиничных услуг компаний сферы гостиничного бизнеса с использованием инструментов digital-продвижения в цифровой среде.

Базовые положения исследования. Исследования в гостиничном бизнесе проведены на примере российских компаний гостиничного бизнеса. Это городские гостиницы, мини-отели, а также объекты загородной недвижимости. В рамках данной работы рассматриваются методы и инструменты digital-продвижения в гостиничном бизнесе.

На данный момент для компаний сферы гостиничного бизнеса является актуальной задачей разработка универсального метода продвижения в цифровой среде с использованием современных инструментов продвижения.

Основные результаты. В ходе проведенного исследования и анализа сферы гостиничного бизнеса была определена роль и важность применения методов и инструментов digital-продвижения, выявлены тенденции в гостиничной отрасли, проанализированы внешняя и внутренняя среда гостиничного бизнеса, а также разработан авторский метод продвижения для компаний сферы гостиничного бизнеса.