

**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 «Готельно-ресторанна справа»

(назва бакалаврської програми)

**на тему: «РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У
ФУНКЦІОНУВАННІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТ»**

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки

Антихович Вікторія Олександрівна _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н. доцент

Шикіна Ольга Володимирівна _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2019

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Управління готельним господарством – це надзвичайно складний процес, який потребує великих зусиль, адже мета підприємства повинна бути досягнута шляхом раціонального використання матеріальних, інформаційних та трудових ресурсів. Для цього необхідно застосовувати функції, методи та принципи управління підприємствами готельного господарства. Готельне господарство – це одна з основних складових туризму, що є прибутковою галуззю економіки. Для Одеської області, враховуючи її історико-культурний потенціал, наявність моря, що значною мірою впливає на кількість готелів та баз відпочинку для туристів, розвиток готельного бізнесу відіграє винятково важливе значення.

На сьогоднішній день велику роль має проведення маркетингової діяльності готелів, що у свою чергу створює рівень зацікавленості у просуванні своїх послуг на ринок та їх вдосконалення в подальшому майбутньому.

Мета дослідження – розробка заходів та пропозицій щодо удосконалення маркетингової комунікації готелю «Premier Hotel Geneva».

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- розкрити специфіку та складові елементи послуг в готелі;
- розглянути характеристику ведення маркетингової діяльності на ринку готельних послуг;
- визначити методикку оцінювання маркетингових комунікацій в готелі;
- визначити загальну характеристику готелю «Premier Hotel Geneva»;
- провести фінансовий аналіз діяльності готелю «Premier Hotel Geneva»;
- дослідити маркетингові комунікації готелю «Premier Hotel Geneva»;
- розробити шляхи удосконалення комунікаційної політики готелю «Premier Hotel Geneva»;
- провести аналіз економічної ефективності запропонованих заходів щодо удосконалення маркетингових комунікацій готелю «Premier Hotel Geneva».

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процес організації маркетингових комунікацій у функціонуванні готельних підприємств.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є науково-практичні питання впровадження маркетингових комунікацій у функціонуванні готельних підприємств на прикладі готелю «Premier Hotel Geneva».

Методом дослідження роботи є діалектичний метод дослідження явищ та процесів у їхньому взаємозв'язку і розвитку. Для досягнення мети та розв'язання визначених завдань кваліфікаційної роботи використано такі загальнонаукові методи: абстрактно-логічний (для узагальнення теоретичних положень, визначення сутності економічних понять, формування висновків); системний аналіз (для аналізу фінансового стану готелю «Premier Hotel Geneva»); графічний (для наочного представлення статистичних даних); табличний та групування (при аналізі виробничої діяльності готелю); експертних оцінок (для вимірювання та оцінки заходів щодо удосконалення діяльності готелю); конструктивний та експериментальний (оцінка результатів запропонованих заходів удосконалення діяльності готелю «Premier Hotel Geneva»).

Інформаційна база дослідження. Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять наукові праці з названої проблеми вітчизняних та зарубіжних вчених, законодавчі та нормативні акти України, інструктивні матеріали, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання, довідково-інформаційні видання, дані бухгалтерської, статистичної та внутрішньогосподарської звітності готельного підприємств.

Не зважаючи на наявність публікацій, присвячених розвитку маркетингової діяльності готельного господарства, досить мало уваги приділено ролі маркетингових комунікацій у функціонування готельних підприємств, що входять у національну готельну мережу.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання результатів дослідження для удосконалення діяльності підприємств готельного господарства та підвищення його іміджу.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (84 найменувань). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 83 сторінки комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 73 сторінках. Робота містить 22 таблиці, 9 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи бакалавра опубліковано:

1. Бедрадіна Г. К. Ефективність використання методів маркетингу підприємствами транспорту / Г. К. Бедрадіна, В. О. Звягінцева // Актуальні питання управління сталим розвитком у сучасному суспільстві: проблеми та перспективи: Матеріали V Міжнародної конференції науковців, аспірантів, студентів, представників органів місцевої та державної влади, громадських організацій та бізнесу, 20-21.10.2016 р. – Кременчук: Кременчуцький національний університет ім. М. Остроградського, 2016.

2. Звягінцева В.А. Перспективи розвитку гостиниц санаторно-курортной сфери в Україні / В.А. Звягінцева // Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу: матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2017 року). – Одеса: ОНЕУ, 2017. – 500 с. – С. 112-114.

3. Звягінцева В. О. Властивості та застосування пектину в стравах дієтичного харчування / В.О. Звягінцева, М.О. Фроленкова // Минуле, сучасне, майбутнє: збірник наукових робіт за підсумками студентської наукової конференції, випуск 8, том 1 (м. Одеса, 27 березня 2018 року). – Одеса : Атлант, 2018. – 358 с. – С. 243-246.

4. Звягінцева В.О. Готельна індустрія Єгипту / В.О. Звягінцева // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2018 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2018. – 678 с. – С. 126-129.

5. Антихович В.О. Роль маркетингових комунікацій у функціонуванні готельних підприємств / В.О. Антихович // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених; Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019. – 881 с. – С. 664-667.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти маркетингової діяльності на ринку готельних послуг» автором розглянута сутність поняття «готельна послуга» та її основні елементи, виділені основні фактори, що впливають на готельну послугу. Наведена характеристика маркетингової діяльності готельних підприємств, інструментів інтернет-маркетингу. Було виділено можливість значної кількості варіантів використання інтернет-технологій у маркетингових комунікаціях для готельного господарства. Показано особливості і застосування методики оцінювання маркетингових комунікацій в готелі.

У другому розділі «Аналіз маркетингового середовища готелю «Premier Hotel Geneva» розглянуто загальну характеристику готелю. Проаналізовано фінансовий результат готелю «Premier Hotel Geneva». Фінансово-економічний стан підприємства є задовільним, адже спостерігається тенденція щодо підвищення прибутковості готелю за останні три роки, проте динаміка показників рентабельності за останні два роки знизилася. Було виділено конкурентів готелю «Premier Hotel Geneva» завдяки аналізу маркетингової діяльності в Інтернеті, було виявлено, що даний готель значно поступається готелю «Wall Street» та готелю «Олександрівський» та займає останнє місце серед готелів - конкурентів, тому даний готель повинен приділити значну увагу Інтернет-маркетингу.

У третьому розділі «Напрями вдосконалення маркетингової діяльності «Premier Hotel Geneva» було розроблено ряд заходів щодо вдосконалення маркетингової політики готелю, а саме: використовувати безкоштовні інтернет-ресурси, соціальні мережі і сайти, як Facebook, Twitter, FourSquare, Gowalla, YouTube, оновлювати веб-сайт, впровадити послугу «фотосесія в номері», запрошувати відомих спікерів проводити цікаві семінари. Було проведено аналіз ефективності їх використання.

ВИСНОВКИ

Виконане дослідження дозволило проаналізувати ведення маркетингової діяльності готелю, оцінити її ефективність та значимість. Нами було розроблено ряд заходів та пропозицій для удосконалення маркетингових комунікацій готелю завдяки Інтернет-маркетингу, підсумки наведені нижче.

1. Готельна послуга – це надання гостю номера або місця для тимчасового проживання в готелі. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг. Готельний продукт – це сукупність певної якості та кількості послуг, які здатні задовольнити потреби споживачів у комфортному проживанні, професійному сервісі обслуговування, відпочинку та розвагах.

2. Маркетингові дослідження в готелях – це надзвичайно важка система вивчення готельного ринку, його позицій на ринку, формування попиту, виявлення різних шляхів задоволення потреб клієнтів. Головною метою управління маркетингом є розробка стратегічних маркетингових програм, від правильності вибору яких залежить ефективність діяльності будь-якого готелю.

3. На сучасному ринку готельних послуг недостатньо створити якісні готельні послуги і встановити ціну. Для досягнення запланованого ефекту готельні послуги доцільно просувати за допомогою різних способів, механізмів і технологій маркетингових комунікацій. Це дозволяє не тільки досягати мети збільшення збуту, але і створювати сприятливий імідж виробників готельних послуг, а також вирішувати широке коло певних соціально-економічних завдань. На практиці використовують безліч показників, що характеризують маркетингові комунікації готельних підприємств. Існує ряд показників, що дає можливість оцінити ступінь їхньої реалізації, а саме: показники впливу маркетингу на споживача готельного продукту, його безпосередній вплив на обсяг продажів та на збільшення прибутку. Отримана оцінка готелем визначає його імідж, тобто ставлення споживачів і конкурентів до пропонованого ними готельного продукту.

4. Готель «Premier Hotel Geneva» входить до готельної мережі «Geneva Hotels Group». Готель розташований в історичному центрі міста в 5 хвилинах ходьби від вулиці Дерibasівської, його номерний фонд складає – 38 комфортабельних номерів, в оздоблені яких використані натуральні тканини та добротні класичні меблі. Готель має широкий асортимент додаткових послуг. Структура персоналу готелю має 28 осіб. Готель «Premier Hotel Geneva» нагороджений дипломами та сертифікатами. Займає 2-е місце в Ukrainian Hospitality Awards та почесне 3-е місце на Tripadvisor.

5. Проаналізувавши фінансову діяльність готельного підприємства, нами були оцінено поточну ситуацію готелю «Premier Hotel Geneva». Фінансовий стан підприємства є задовільним, адже показники рентабельності за три останні роки свідчать про те, що діяльність підприємства не є збитковою. Забезпечення ефективного функціонування готелю потребує ефективного економічно управління його діяльності. За допомогою аналізу ми визначили тенденції розвитку готелю, дослідити чинники, які впливають на зміни функціонування, виявили резерви для підвищення ефективності надання готельних послуг.

6. Проаналізувавши сучасний стан маркетингової діяльності готелю «Premier Hotel Geneva» було виявлено низку проблем, які потребують термінового вирішення: вдосконалення та оновлення асортименту додаткових послуг, моніторинг конкурентів, залучення нових сегментів споживачів, підвищення ефективності рекламної діяльності, пошук і розширення каналів збуту.

7. Просування в Інтернеті вимагає постійного оновлення. Готель має офіційний сайт, на якому розміщена інформація про послуги, ціни і розташування, а також надана можливість забронювати номер. Сайт готелю «Premier Hotel Geneva» є важливим каналом продажів номерів. Ми виявили, що готель використовує потужності Інтернет-реклами не на всі 100%, тому розробили ряд пропозицій щодо вдосконалення його маркетингової діяльності. Готелю необхідно використовувати відео технології, а саме: зробити високої якості відеоролик та фотографії.

8. Економічна ефективність запропонованих нами заходів щодо удосконалення маркетингових комунікацій готелю підтверджена проведеними нами розрахунками. Розрахунок показав, що збільшення рекламного бюджету призведе до збільшення прибутку готелю. Використання соціальних мереж та Інтернет простору

в цілому дають великі можливості для розвитку готелю, вплине на його конкурентоспроможність, збільшить кількість клієнтів та рівень доходу.

АНОТАЦІЯ

Антихович В.О. «Роль маркетингових комунікацій у функціонуванні готельних підприємств».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» за освітньою програмою «Готельно-ресторанна справа» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

Об'єкт дослідження – процес організації маркетингових комунікацій у функціонуванні готельних підприємств. Предметом дослідження є науково-практичні питання впровадження маркетингових комунікацій у функціонуванні готельних підприємств на прикладі готелю «Premier Hotel Geneva».

Метою роботи є розробка заходів та пропозицій щодо удосконалення маркетингової комунікації готелю «Premier Hotel Geneva».

У роботі проаналізовано загальні поняття та сутність готельної послуги, характеристика ведення маркетингової діяльності та методика оцінювання маркетингових комунікацій в готелі. Аналізується стан господарсько-економічної діяльності готелю «Premier Hotel Geneva». Оцінюється ефективність впровадження заходів щодо удосконалення маркетингових комунікацій.

За результатами дослідження сформульована доцільність застосування SMM, як елемента Інтернет-маркетингу. Проаналізована її ефективність, враховуючи прибуток та витрати на впровадження заходу.

Ключові слова: маркетингова діяльність, маркетингові комунікації, готельне господарство, мережеві готелі, ефективність.

ANNOTATION

Antykhovych V.O. «The role of marketing communications in the operation of hotel enterprises».

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 241 «Hotel and restaurant business» for the educational program «Hotel and restaurant business». – Odessa National Economics University. – Odessa, 2019.

The qualifying work consists an introduction, three chapters, conclusions, list of sources used.

The object of research is the process of organizing marketing communications in the functioning of hotel enterprises. The subject of the research is the scientific and practical questions of the introduction of marketing communications in the functioning of hotel enterprises on an example of the hotel "Premier Hotel Geneva".

The aim of the work is to develop measures and proposals for improving the marketing communications of the hotel "Premier Hotel Geneva".

The work analyzes the general concepts and essence of hotel services, the characteristics of marketing activities and the methodology for evaluating marketing communications at the hotel. The state of economic activity of the hotel "Premier Hotel Geneva" is analyzed. The effectiveness of implementing measures to improve marketing communications is assessed.

The results of the study formulated the feasibility of SMM, as part of Internet marketing. It analyzes its efficiency, taking into account the profit for the costs of introducing the measures.

Key words: marketing activity, marketing communications, hotel industry, chain hotels, efficiency.