

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 242 «Туризм»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою «Туризм»
(назва освітньої програми)

на тему: «Планування рекламної діяльності туристичних підприємств»

Виконавець

студентка Центру денної форми навчання

Фіалка Олена Валеріївна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

(науковий ступінь, вчене звання)
Павлоцький Володимир Якович
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми, якій присвячена кваліфікаційна робота, На сьогодні в Україні функціонує велика кількість підприємств ресторанного бізнесу. Найбільш важливим питанням для них є маркетингова діяльність підприємства. Управління маркетинговою діяльністю підприємства прямо впливає на його репутацію, а це впливає на прибуток підприємства.

Мета дослідження, Визначити особливості організації маркетингової діяльності підприємств ресторанного господарства

Завдання дослідження:

Для досягнення мети визначені наступні завдання:

- Визначити сутність маркетингової діяльності
- проаналізувати маркетингову діяльність підприємства «МАМАН»;
- оцінити фінансовий стан підприємства «МАМАН» ;
- проаналізувати ефективність маркетингової діяльності ресторану «МАМАН».
- запропонувати напрями подальшого розвитку маркетингової діяльності підприємства «МАМАН»;

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи виступає процес удосконалення маркетингової діяльності вітчизняних підприємств ресторанного бізнесу

Предметом дослідження роботи виступає дослідження форм й методів покращення маркетингової діяльності ресторану «МАМАН»

Методи дослідження що були використані у кваліфікаційній роботі включають загальні наукові та спеціальні економічні методи, серед яких, в основному, використовувалися: монографічний, статистичний, порівняльний, системно-структурний та інші методи. Для виконання розрахунків і представлення результатів аналізу використовувалися можливості табличного мікропроцесора Excel і програм побудови діаграм. Для обґрунтування ефективності нової кампанії маркетингових заходів ресторану

був застосований регресійний аналіз залежності між витратами маркетингові заходи та обсягами реалізації ресторанних послуг.

Тема кваліфікаційної роботи відповідає напрямам наукових досліджень кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету.

Інформаційна база дослідження У процесі написання кваліфікаційної роботи використовувалися нормативно-правові акти України, науково-практична література з проблем роботи, окремі Інтернет-ресурси, комплекти фінансової та статистичної звітності ресторану «МАМАН» за 2017-2018 рр.

Основними монографічними джерелами дослідження були праці таких вітчизняних і зарубіжних авторів як: Н. І. Ведмідь, В. Г. Герасименко, В. Ф. Кифяк, Р. Каплан, Ф. Котлер, Л. Мітчел, Т. Б. Самонова, О. С. Телетов, Г. І. Фролова та ін.

Структура та обсяг роботи. Структура кваліфікаційної роботи включає вступ, три розділи основної частини, кожен з яких присвячений вирішенню відповідних завдань, висновки, список використаних джерел.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні аспекти маркетингової діяльності підприємств ресторанного господарства»** сутність види та особливості маркетингової діяльності підприємств, маркетингова діяльність підприємств ресторанного господарства.

У другому розділі **«Аналіз господарської та маркетингової діяльності ресторану «МАМАН»** наведено організаційно-економічна характеристика ресторану, аналіз господарсько-економічної діяльності ресторану «МАМАН», аналіз фінансових результатів діяльності ресторану.

У третьому розділі **«Удосконалення планування маркетингової діяльності ресторану «МАМАН»** сформульовано пропозиції щодо удосконалення маркетингової діяльності ресторанного господарства, надано

економічне обґрунтування ефективності нової концепції маркетингової діяльності ресторану «МАМАН».

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі: В результаті кваліфікаційної роботи було виявлено, що управління маркетинговою діяльністю на підприємстві – це широкий комплекс заходів стратегічного й тактичного характеру, спрямованих на ефективне здійснення ринкової діяльності підприємства та досягнення його основної мети – задоволення потреб споживачів товарів і послуг і отримання на цій основі максимального прибутку

Ресторан «МАМАН» на базі якого була написана кваліфікаційна робота, відноситься до підприємства ресторанного господарства із задовільними фінансово-економічними показниками. За 2017-2017 рік діяльність ресторану була прибутковою.

Ресторан «МАМАН» використовує рекламу в Інтернеті як засіб просування своїх послуг. Даний вид реклами можна вважати найефективнішим інструментом залучення споживачів. Більш ніж 60% споживачів використовують Інтернет-ресурси для пошуку інформації щодо цін, меню, місця знаходження та відгуки гостей. Ресторан застосовує рекламу у соціальних мережах. Ресторан має свої групи та публічні сторінки у таких соціальних мережах як: Facebook та Instagram. Через них компанія інформує потенційних споживачів про сезонні пропозиції, знижки та новинки.

Для досягнення найбільшої ефективності від маркетингових заходів, на нашу думку, у ситуації, що склалась, доцільно розширити межі рекламної діяльності використовуючи різні ЗМІ, зовнішню рекламу, радіо, та розширити рекламу на Інтернет-ресурсах.

Виконавши завдання дослідження можна стверджувати, що при написанні кваліфікаційної роботи були досягнуті наступні цілі:

- розглянуті теоретичні аспекти маркетингової діяльності.
- проаналізована маркетингова діяльність підприємства «МАМАН».
- оцінений фінансовий стан ресторанного підприємства.
- проаналізована ефективність маркетингової діяльності ресторану «МАМАН».
- запропоновано напрями подальшого розвитку маркетингової діяльності підприємства «МАМАН».