

**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 магістерської програми)

на тему: **«ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ**

ІНФОРМАЦІЙНО-РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ

НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ «АЙВАЗОВСЬКИЙ»

»

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки

Вілюгіна Анастасія Сергіївна _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

викладач

Козловський Роман Сергійович _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Управління інформаційно-рекламною діяльністю є надзвичайно актуальним напрямом в економічній науці, адже воно вирішує проблему розвитку підприємства та забезпечує споживачів необхідною інформацією. Це в повній мірі стосується готельних підприємств. Туризм разом із готельним господарством впродовж усієї історії свого економічного існування переконливо утримує репутацію специфічної сфери, яка динамічно розвивається у складі галузей обслуговування і посідає все більш помітне місце в світовій економіці за показником швидкості обігу капіталу, кількості зайнятих, обсягом експорту послуг та в якості джерела доходів для національних бюджетів.

Інтеграція України у світовий економічний простір, глобалізація економічних процесів вимагає нових підходів до вирішення проблем реклами та туристично-готельної діяльності. Ці складові економіки стрімко розвиваються як у світовому масштабі так і в Україні, і тому вважаються пріоритетними напрямками її розвитку.

Україна має всі передумови для успішного розвитку туристичної галузі і за рівнем забезпеченості природними та історико-культурними ресурсами посідає одне з провідних місць в Європі. Проте, саме готельна сфера має значний невикористаний резерв посилення конкурентоспроможності на світовій економічній арені. Високий туристичний потенціал не є гарантом успіху готельної сфери, яка не може існувати без комплексного підходу до вдосконалення туристичної інфраструктури та рекламного забезпечення. Реклама повинна стати важелем залучення уваги споживачів та інвесторів до ринку готельних послуг.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування управління інформаційно-рекламною діяльністю підприємств готельного бізнесу та визначення напрямів його удосконалення.

Реалізація цієї мети обумовила вирішення таких **завдань**:

1. визначити теоретичні аспекти інформаційно-рекламного забезпечення готелів;
2. дослідити функції реклами
3. визначити роль реклами в просуванні готельних послуг;
4. розробити характеристику готелю «Айвазовський»
5. провести фінансовий аналіз діяльності готелю «Айвазовський»
6. проаналізувати інформаційно-рекламну діяльність готелю «Айвазовський»
7. розробити пакет рекомендацій для розробки рекламної кампанії готелю
8. проаналізувати економічну ефективність запропонованого пакету рекомендацій

Об'єктом дослідження є процес управління інформаційно-рекламною діяльністю готелю «Айвазовський».

Предметом дослідження є теоретичні та методологічні основи управління інформаційно-рекламною діяльністю підприємств готельної сфери.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою дослідження стали напрацювання вітчизняних і зарубіжних економістів. Інформаційною базою дослідження послужили закони України та інші нормативні акти з питань реклами та розвитку туристичного бізнесу в Україні, матеріали з управління статистики України

щодо діяльності низки підприємств туристичного бізнесу, матеріали наукових джерел та матеріали, зібрані автором у процесі спеціально організованих досліджень.

Під час вирішення поставлених завдань використовувалися методи порівняльного аналізу, системного підходу при уточненні сутності поняття реклама, розробці класифікації реклами, уточнені схеми рекламного процесу; застосування системного підходу до формування процесу управління рекламною діяльністю; статистичних і аналітичних методів збору й оцінки маркетингової інформації, статистичного аналізу, соціологічного дослідження та експертних оцінок при дослідженні та аналізі ринку туристичних послуг в Україні; візуально-графічний метод – для представлення результатів емпіричних досліджень у наочній формі економіко-математичні методи і моделі при розробці алгоритму вибору оптимального варіанту реклами.

Структура і обсяг дипломної роботи. Загальний обсяг роботи становить 56 сторінок, який складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку літератури

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти управління якістю обслуговування в готельному бізнесі» автором розглянута сутність поняття інформації та реклами, виділено основні фактори, що впливають на поширення інформації про послуги для гостей підприємств готельного господарства. Визначено основні чинники, що сприяють підвищенню якості обслуговування у готелях. Показані особливості управління рекламною кампанією..

У другому розділі «Аналіз діяльності готелю «Айвазовський» проаналізовано виробничу діяльність та фінансові результати готелю. Фінансово-економічний стан підприємства є задовільним, адже за останній рік спостерігається тенденція щодо підвищення прибутковості та показники рентабельності знаходяться на високому рівні. Було виділено основного конкуренту готелю «Айвазовський».

У третьому розділі «Заходи щодо удосконалення інформаційно-рекламної діяльності готелю «Айвазовський»» був запропонований комплекс заходів щодо удосконалення інформаційно-рекламної діяльності готелю. Так, пропнується витратити кошти на розміщення інформації у масс-медіа, мережі інтернет та налагодженню співпраці із туристичними компаніями. Було проведено аналіз ефективності їх використання.

ВИСНОВКИ

Рекламно-інформаційна діяльність українських засобів розміщення проводиться на основі маркетингового дослідження. Сучасний маркетинг готельного підприємства означає більше, ніж розробка конкурентоспроможних готельних послуг і встановлення на них привабливих цін, він спрямований, перш за все, на висвітлення діяльності готелю і донесення інформації до широких верств потенційних споживачів готельного продукту.

1. Під час виконання кваліфікаційної роботи були досліджені теоретичні аспекти інформаційно-рекламної діяльності готелів. Можна зазначити те, що така діяльність готельного підприємства супроводжується використанням прийомів, які враховують ступінь невизначеності і ризику. Останній можна в значній мірі зменшити, маючи в своєму розпорядженні в достатніх обсягах надійної, реальної і своєчасної інформацією, яку менеджери зарубіжних готелів періодично збирають.
2. Функція реклами як основний елемент інформаційно-рекламної діяльності готелю полягає в стимулюванні ринкових відносин попиту і пропозиції, яке проводиться через надання споживчих аудиторій інформаційних моделей винесених на ринок пропозицій. Рекламна діяльність сприяє регулюванню попиту та пропозиції, допомагаючи тим самим досягти гармонії продавців і покупців на ринку. Нижче перераховані деякі, найбільш важливі аспекти економічного впливу реклами на суб'єкти ринку.
3. Роль реклами в просуванні готельних послуг дозволяє чітко заявити, що завдяки їй відбувається цілеспрямоване поширення інформації про готельний продукт. Його головна мета - інформативний вплив на споживача для просування й продажу готельного продукту, сприяючого появі в покупця заінтересованості та бажання купити даний готельний продукт.
4. Характеристика готелю «Айвазовський» демонструє відповідальність готельного закладу заявленому рівню якості. Розташування у центральній частині міста Одеса, невеликий номерний фонд та наявність конференц-зали дозволяє чітко орієнтуватись на бізнес-туристів, які є головною цільовою аудиторією готелю.
5. Фінансовий аналіз разом із SWOT – аналізом показує що готель позиціонує себе як бізнес-готель і відповідає частині критеріїв, властивим готелям цієї спрямованості. За результатами нам вдалося сформулювати ряд вимог, які висувають потенційні клієнти таких готелів. Також нам вдалося з'ясувати, які готелі складають конкуренцію готелю «Айвазовський» в місті Одеса, основні їх переваги, по відношенню до нього.
6. Під час аналізу інформаційно-рекламної діяльності готелю ми прийшли до висновку, що дирекції готелю «Айвазовський» слід дотримуватися стратегії посилення позиції на ринку і планувати нові рекламні кампанії, спрямовані на формування іміджу і бренду готелю, а також його впізнаваність. Після завершення зазначених досліджень ми приступили до розробки рекламної кампанії.

7. При розробці рекламної кампанії готелю «Айвазовський» було запропоновано розмістити рекламу в наступних джерелах:
- а. масс-медіа (газети, журнали, книги, довідники);
 - б. друкована реклама (листівки, плакати, каталоги, листівки, проспекти, візитні картки і т.п.);
 - с. реклама через туристичні підприємства.

Для розміщення в ЗМІ (газети, журнали, книги, довідники) слід вибрати ті друковані будівлі, які популярні і затребувані в бізнес колах, бажано, вони повинні бути з можливістю безкоштовного розповсюдження і в найбільш людних місцях, ще краще, якщо поширюватися ці видання будуть в бізнес-центрах. Напередодні виставок, конференцій та семінарів маркетологу і менеджеру з реклами у вільний час слід розсилати комерційні пропозиції за послугою розміщення учасників семінару, для цього варто підтримувати ділові контакти з організаторами цих заходів.

8. Аналіз економічної ефективності запропонованих рекомендацій свідчить про необхідність використання додаткових коштів для реалізації запропонованих заходів у розмірі 80 тис. грн. Завдяки цим витратам можна очікувати збільшення доходу на 50%, що виглядає цілком логічним та економічно обґрунтованим.

Під час виконання дипломної роботи, після завершення всіх досліджень, був розроблений комплекс рекламних заходів готелю «Айвазовський», який дозволить залучити нових клієнтів і, створивши вигідні умови проживання, забезпечить приплив раніше залучених постояльців готелю.

АНОТАЦІЯ

Вілюгіна А. С. «Шляхи удосконалення інформаційно-рекламної діяльності готелю на прикладі готелю «Айвазовський»».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» за освітньою програмою «Готельно-ресторанна справа» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020.

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

Об'єкт дослідження – інформаційно-рекламна діяльність в готельному бізнесі. Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних аспектів обґрунтування управління інформаційно-рекламною діяльністю підприємств готельного бізнесу та визначення напрямів його удосконалення на прикладі готелю «Айвазовський».

Метою роботи є розробка пропозицій та заходів щодо підвищення ефективності інформаційно-рекламної діяльності готелю «Айвазовський».

У роботі були розглянуті різні підходи до найбільш вагомих визначень понять «інформація» та «реклама», а також зазначені їх особливості, розглянуті фактори впливу на рівень ефективності, а також проаналізовані актуальні методи інформаційно-рекламної діяльності. Було проведено аналіз інформаційної діяльності готелів в сучасних умовах. Визначається стан господарсько-економічної діяльності готелю «Айвазовський». Оцінюється ефективність впровадження запропонованих заходів щодо підвищення ефективності інформаційно-рекламної діяльності готелю.

За результатами дослідження сформульована доцільність застосування ряду заходів, направлених на підвищення ефективності інформаційно-рекламної діяльності готелю «Айвазовський».

Ключові слова: готель, інформація, реклама, ефективність, готельне господарство, бізнес-готель, інформаційно-рекламна діяльність.

ANNOTATION

A. Vilugina « The ways to improve the information and advertising activities on the example of hotel "Aivazovsky»

Qualifying work for a bachelor's degree in specialty 241 "Hotel and restaurant business" under the educational program "Hotel and restaurant business" - Odessa National University of Economics. - Odessa, 2020.

Qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of sources used.

The object of research is information and advertising activities in the hotel business. The subject of the research is a set of theoretical and practical aspects of substantiation of management of information and advertising activity of hotel business enterprises and determination of directions of its improvement on the example of hotel "Aivazovsky".

The purpose of the work is to develop proposals and measures to improve the efficiency of information and advertising activities of the hotel "Aivazovsky".

The paper considers various approaches to the most important definitions of "information" and "advertising", as well as their features, factors influencing the level of efficiency, as well as analyzes the current methods of information and advertising. The analysis of information activity of hotels in modern conditions was carried out. The state of economic activity of hotel "Aivazovsky" is defined. The effectiveness of the implementation of the proposed measures to improve the efficiency of information and advertising activities of the hotel is assessed.

According to the results of the study, the expediency of applying a number of measures aimed at improving the efficiency of information and advertising activities of the hotel "Aivazovsky" is formulated.

Keywords: hotel, information, advertising, efficiency, hotel management, business hotel, information and advertising activity.