

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справи»

на тему: Маркетинговий інструментарій просування послуг в сфері готельного господарства (на прикладі бутик – готелю «Дом Рабиновича»)

Виконавець студентка ФМЕ, гр. 41

Танцюра Олександра Євгенівна  
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник к.е.н., доцент  
(науковий ступінь, вчене звання)

Нездоймінов С.Г.  
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2022

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Сфера готельного господарства є одним із найважливіших секторів сфери послуг національної економіки, основою матеріально-технічної бази гостинності України. В сучасних умовах негативних фінансових результатів діяльності національного готельного господарства невідмінно підвищується роль та значення нетрадиційних методів і механізмів перспективного управління рівнем результативності діяльності підприємств готельного господарства, маркетингової політики просування послуг. Однією із найбільш актуальних проблем прикладного характеру стає впровадження інструментів цифрового маркетингу щодо забезпечення управління попитом на послуги в сфері готельного бізнесу. Це пов'язано із тим, що для обґрунтування стратегічно-спрямованих управлінських рішень, якісної підготовки перспективних планів та сценаріїв розвитку бізнес-процесів на підприємствах, необхідний надійний маркетинговий інструментарій, що враховує специфіку готельних послуг та відповідає рівню управління готелем.

Подолання кризових явищ, викликаних наслідками військової агресії Росії, впровадження заходів цифрової економіки потребує удосконалення маркетингового інструментарію просування на ринку послуг в сфері готельного господарства. Проблеми, що пов'язані з удосконаленням маркетингової політики просування послуг готелів, є дуже важливим в умовах відродження ринку, що і визначило вибір теми та **актуальність** кваліфікаційної роботи.

**Мета даної роботи** – визначити шляхи удосконалення маркетингового інструментарію просування послуг в сфері готельного господарства.

**Об'єктом дослідження** є процес маркетингової політики просування послуг в готельному господарстві.

**Предметом дослідження** є сукупність теоретичних і практичних положень щодо удосконалення маркетингової політики просування послуг на підприємстві сфери готельного господарства.

### **Завдання дослідження:**

- розглянути теоретичне підґрунтя маркетингової політики просування послуг підприємств сфери готельного бізнесу;
- розглянути підходи щодо впровадження цифрового маркетингу в сфері готельного господарства;
- дослідити організаційну структуру та надати загальну характеристику бутік – готелю «Дом Рабиновича»; - провести аналіз фінансово-господарської діяльності бутік – готелю «Дом Рабиновича»;
- дослідити стан маркетингової політики просування послуг в бутік – готелі «Дом Рабиновича»;
- запропонувати заходи цифрового маркетингу в просуванні послуг бутік – готелю «Дом Рабиновича»;
- визначити шляхи удосконалення позиціонування послуг бутік – готелю «Дом Рабиновича».

**Методологічну основу дослідження** становить комплекс заходів наукового пізнання, серед яких аналіз, синтез, систематизації, зіставлення, індукції та дедукції, абстрагування, узагальнення, формалізації, статистичний і порівняльно-нормативний методи, математичного моделювання та прогнозування, рентабельності інвестицій. Також були використані комп'ютерні програми Microsoft Office, Excel, Microsoft Word.

**Інформаційною базою роботи** є закони України, Укази Президента України, Постанови Уряду України, інші нормативно-правові акти, інструктивні та методичні матеріали галузевої приналежності. В роботі використовувалися матеріали наукових монографій, інформаційні матеріали науково-практичних конференцій і семінарів, періодичних видань, збірники та довідники служби державної статистики, тематична довідкова література, галузева інформація, інформаційні ресурси мережі Інтернет, дані бухгалтерського обліку, фінансова, та податкова звітність бутік-готелю «Дом Рабиновича».

**Практичне значення результатів**, які одержані в результаті дослідження, полягають у можливості використання запропонованих заходів щодо формування маркетингової політики просування послуг на підприємствах сфери готельного бізнесу.

**Публікації та апробація результатів дослідження.** Окремі результати дослідження були представлені у тезах доповіді: 1. Танцюра О. Є. Цифровий маркетинг в сфері готельного господарства. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти (м. Одеса, 12 квітня 2022 р.) / Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2022. 164 с. – С. 132-136.

**Структура роботи** складається зі вступу, трьох розділів, в кожному з яких висвітлюється тема та завдання даної роботи, висновків, списку використаних джерел та додатків. Кваліфікаційна робота містить 70 сторінок, 11 таблиць, 6 рисунків, список використаних джерел з 50 найменувань.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У першому розділі **НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ** розглянуто теоретичні основи маркетингової політики просування послуг підприємства в сфері готельного господарств. Визначено, що маркетингова політика просування послуг підприємств сфери готельного бізнесу завдяки швидким технологічним розробкам, інтерактивному маркетингу змінює поведінку споживачів. визначено, що маркетингова політика просування послуг підприємств сфери готельного бізнесу завдяки швидким технологічним розробкам, інтерактивному маркетингу змінює поведінку споживачів. Для ефективного застосування цифрового маркетингу в сфері готельного бізнесу необхідно врахувати ставлення споживача до змісту реклами та комунікації з виробником послуг.

У другому розділі **АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БУТИКГОТЕЛЮ «ДОМ РАБИНОВИЧА»** проведений аналіз фінансово-господарської діяльності butik-готелю «Дом Рабиновича». Коефіцієнт загальної ліквідності відповідає нормативному значенню, але в динаміці знизився на 0,13 % у 2021 році в порівнянні з 2020 роком. Бутик-готель «Дом Рабиновича» здатний забезпечити свої короткострокові зобов'язання з найбільше легко реалізованої частини активів – оборотних коштів. Для визначення зовнішніх загроз в маркетингової діяльності butik-готелю «Дом Рабиновича» побудовано матриця SWOTаналізу. Рекламна кампанія butik-готелю «Дом Рабиновича» носить інформативний характер формування попиту, з наступним нагадуванням під час «низького» сезону продажів. Готельне підприємство використовує інтегровані маркетингові комунікації, що сприяють отриманню цільової аудиторії.

У третьому розділі **НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ БУТИК - ГОТЕЛЮ «ДОМ РАБИНОВИЧА»** запропоновано підходи щодо удосконалення маркетингової політики butik-готелю «Дом Рабиновича». Розроблено проект удосконалення системи управління цифровим маркетингом, який має достатню ефективність та прийнятний термін окупності.

## **ВИСНОВКИ**

Цифрові технології сьогодні є вирішальним фактором успіху та інструментом маркетингової політики просування у сфері готельного господарства, що дає значні конкурентні переваги. Цифровий маркетинг являє собою комплексний підхід до просування готельних послуг у цифровому середовищі, а також охоплює офлайн-споживачів. Маркетингова політика просування базується на аналітиці даних про користувачів, їх поведінці, проникає в традиційні види комунікацій, щоб захопити увагу аудиторії і перетягнути її у віртуальний світ. Маркетингова політика готелю

передбачає персоніфікацію, що підсилює вплив маркетингових інструментів на цільову аудиторію.

На прикладі butik-готелю «Дом Рабиновича» було проаналізовано маркетингова політика просування послуг у сфері готельного господарства. Досліджуваний готель абсолютно новий готель з неповторною атмосферою одночасно розкоші та затишку розташований у самому центрі міста. Проаналізувавши організаційну структуру, зробили висновок, що у «Бутик-готелю «Дом Рабиновича» менеджмент відповідає сучасним вимогам та технологіям гостинності, здійснено розподілення обов'язків персоналу в рамках займаної ними посади.

Аналіз господарської діяльності butik-готелю «Дом Рабиновича» показав, що майже всі показники мають тенденцію до зниження. Тільки коефіцієнт заборгованості та коефіцієнт фінансового лівереджу позитивне значення, бо підприємство має невеликий позичковий капітал. Коефіцієнт автономії показує зменшення фінансових ресурсів butik-готелю «Дом Рабиновича» на 0,01%.

Коефіцієнт фінансової стабільності показує зниження у 2021 році показника у динаміці на 2,90 %. Це свідчить про те, що підприємство втрачає частку власного капіталу, та їх покриття поточних зобов'язань скорочується. В цілому фінансовий стан готелю задовільний, але в точному році прибуток було знижено на 15%.

Аналіз маркетингової політики показав, що в даний час для просування готельних послуг готелю butik-готелі «Дом Рабиновича» використовуються такі засоби: реклама за допомогою медійних засобів; просування за допомогою інструментів Інтернету; проведення PR-акцій та інших заходах.

Бутик-готелю «Дом Рабиновича» має власний сайт та сторінку в Instagram, але виходячи з аналізу, сайт є не досить інформативним по цінам та бронюванню. Всі замовлення йдуть від booking.com. Рекламна кампанія butik-готелю «Дом Рабиновича» носить інформативний характер щодо

формування попиту, з наступним нагадуванням під час «низького» сезону продажів.

Виявлені проблеми в маркетингової діяльності butik-готелю «Дом Рабиновича» щодо просування послуг, дало змогу сформувати рекомендації з її вдосконалення за рахунок запропонованих заходів:

- впровадження цифрового маркетингу в збутової діяльності butik-готелю «Дом Рабиновича» та розробки програми просування послуг;

- модернізувати та зробити більш інформативним сайт butik-готелю «Дом Рабиновича»;

- додати на сайт вкладку 3D-, розробити 360-градусну відеопанораму холу та номерів, а також дитячої кімнати, кафетерія та прилеглої території. Додати переклад сторінок сайту готелю, сторінок готелю в соціальних мережах та інших різних серверах на кілька мов.

- рекламувати додаткові послуги готелю, які будуть цікаві певному контингенту клієнтів. Для цього на сайті готелю необхідно позначити перехідні посилання на сторінки для певної групи осіб: сім'ї з дітьми, наречені, люди похилого віку та інше.

В роботі розраховано економічний ефект для запропонованих заходів, реалізація розробленого проекту передбачає зростання завантаження butik-готелю «Дом Рабиновича». Індекс прибутковості інвестицій показує, що на 1 грн. інвестицій проект принесе 2,93 грн. прибутку. Внутрішня норма доходності проекту становить 71,9%, це верхня межа відсоткової ставки, за якої інвестиції в проект окупаються.

Запропоновані заходи щодо удосконалення маркетингової політики просування послуг та застосування технологій цифрового маркетингу є необхідною умовою діяльності butik-готелю «Дом Рабиновича» в умовах ринкової конкуренції.