

**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 241 «готельно-ресторанна справа»  
(шифр та найменування спеціальності)  
за освітньою програмою Готельно-ресторанна справа  
(назва освітньої програми)

на тему: «Маркетингові комунікації підприємства готельного господарства»

Виконавець  
студентка Центру заочної та вечірньої форми навчання  
Лаврішко Анна Ігорівна  
(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.** Комунікаційна система є основним елементом управління, за допомогою якого відбувається обмін інформацією як всередині готельних підприємств, так і у зовнішньому середовищі. Система комунікацій сприймається як джерело інформації для прийняття управлінських рішень і як фактор успішної реалізації цих рішень.

**Метою** кваліфікаційної роботи є розробка та впровадження комплексу практичних заходів, спрямованих на вдосконалення маркетингової комунікаційної діяльності готелю «Анабель».

**Об'єктом** дослідження є процес управління маркетинговою комунікаційною політикою готелю «Анабель».

**Предметом** підвищення ефективності маркетингових комунікацій готелю «Анабель».

Для досягнення поставленої мети в процесі написання кваліфікаційної роботи необхідно вирішити наступні **завдання:**

- дослідити сутність та зміст термінів «комунікація» та «маркетингова і комунікаційна політика»;
- визначити оптимальну модель комунікаційного процесу;
- визначити особливості управління маркетинговими комунікаціями готелю «Анабель», що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність;
- провести комплексне дослідження ефективності систем маркетингових комунікацій в господарській діяльності готелю;
- розробити методичні підходи та практичні рекомендації щодо створення та вдосконалення систем управління маркетинговими комунікаціями готелю «Анабель».

**Методами дослідження** є поєднання загальних наукових прийомів, що дозволяють узагальнити та проаналізувати теоретичні засади функціонування вітчизняних засобів розміщення та спеціальних економічних методів, які

застосовуються у готельному господарстві. Для виконання кваліфікаційної роботи використовувались методи теоретичного узагальнення, статистичного та системного аналізу.

*Інформаційну базу дослідження* сформували нормативно-правові акти України, бухгалтерська документація та статистична і фінансова звітність готелю «Анабель», тематичні Інтернет-ресурси, статті з фахових періодичних видань, а також науково-практичні видання та навчальні посібники вітчизняних та зарубіжних авторів: І. Щєбліна, Г. Чміль, О. Сенишин, О. Парасюк, О. Шикіної, С. Нездоймінова, М. Рябеня, Т. Кукліна, І. Мазуревич, Т. Кузь, О. Єгорова, І. Галицька, А. Абрамович та інших.

*Структура та обсяг роботи.* Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (44 найменування) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 60 сторінок. Основний зміст викладено на 53 сторінках. Робота містить 16 таблиць, 12 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретико-методологічні засади формування комплексу маркетингових комунікацій»* розглянуто сутність, географію, організаційну структуру маркетингових комунікацій, роль маркетингових комунікацій, як чинника підвищення ефективності діяльності готелю.

У другому розділі *«Аналіз діяльності готелю «анабель»* наведено організаційно-економічна характеристика готелю «Анабель», проаналізовано основна діяльність підприємства на ринку туристичних послуг, досліджено його фінансовий стан та результати господарської діяльності.

У третьому розділі *«Шляхи вдосконалення маркетингових комунікацій в готелі «анабель» ТА ЇХ ОЦІНКА»* сформульовано пропозиції щодо

вдосконалення маркетингових комунікацій в готелі «Анабель», прораховано економічну ефективність впровадження даних пропозицій.

## **ВИСНОВКИ**

Дипломна робота присвячена темі маркетингової комунікаційної політики. Маркетингові комунікації - це процес, за допомогою якого ті, хто ініціює комунікаційний процес (компанії, особи, установи та організації), передають сигнали та інформацію до цільовій аудиторії та отримання відповідної реакції для досягнення мети. Управління корпоративними маркетинговими комунікаціями - це процес планування, організації, контролю та мотивації комунікаційного процесу між компанією та її цільовою аудиторією.

На нашу думку, термін «маркетингові комунікації» охоплює весь комплекс маркетингу. Термін «просування» використовується як аналог терміну «комунікація». Усі складові комплексу маркетингу надсилають комунікаційні повідомлення до цільової аудиторії. Тому їх можна назвати елементами маркетингових комунікацій, адже це частина маркетингової комунікації, яка створює вплив на цільову аудиторію за допомогою певного виду просування.

«Промоакції» - це елементи, які є частиною маркетингової комунікації і створюють вплив на цільову аудиторію за допомогою певних інструментів маркетингових комунікацій та інші елементи взаємодіють, надсилаються повідомлення, і організація отримує на них зворотній зв'язок. Іншими словами, всі компоненти комплексу маркетингу.

Комунікація - це процес обміну інформацією між учасниками всередині та поза організацією. Здобуває інформацію для прийняття стратегічних і тактичних управлінських рішень, забезпечує їх реалізацію та передає необхідну інформацію зовнішньому світу з метою підвищення конкурентоспроможності та ефективності організації в цілому.

В дипломній роботі нами проаналізовано готель «Аннабель», котрий був відкритий влітку 2008 року. Готель розташований за адресою: м. Одеса, вул. Катерининська, 14, з номерів відкривається вид на внутрішній двір. Проаналізовано фінансові показники діяльності готелю, котрі свідчать про ефективне функціонування. Також проаналізовано маркетингові комунікації готелю та знайдено певні недоліки організації комунікаційної діяльності готелю «Анабель».

У дипломній роботі надані рекомендації щодо вдосконалення розробки маркетингової комунікаційної політики. До них відносяться наступні:

- оновлення дизайн сайту;
- зменшення кількість контекстної банерної реклами;
- розміщення на сайті фото- та відеозвіти з рекламних пропозицій;
- регулярне наповнення сайту новинами та оригінальними матеріалами;
- запровадження спеціальних лічильників для відстеження відвідуваності сайту готелю.

В результаті написання дипломної роботи нами були вирішені наступні завдання:

- досліджено сутність та зміст термінів «комунікація» та «маркетингова і комунікаційна політика»;
- визначено оптимальну модель комунікаційного процесу;
- визначено особливості управління маркетинговими комунікаціями готелю «Анабель», що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність;
- проведено комплексне дослідження ефективності систем маркетингових комунікацій в господарській діяльності готелю;

- розроблено методичні підходи та практичні рекомендації щодо створення та вдосконалення систем управління маркетинговими комунікаціями готелю «Анабель».

Для підвищення конкурентоспроможності та підтримки репутації компанії на споживчому ринку необхідно постійно вживати нових заходів для вдосконалення маркетингової та комунікаційної політики, а також для підтримання зацікавленості клієнтів у придбанні товарів цієї компанії.