

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
за освітньою програмою
Економіка та організація готельно-ресторанної справи

на тему: «Організація маркетингової діяльності підприємств готельного господарства (на прикладі ТОВ «Готельний комплекс «Аркадія»)»

Виконавець:

Студентка факультету міжнародної
економіки

Снежинська Дар'я Вікторівна

/підпис/

Науковий керівник:

_____к.е.н., доцент_____

Нечева Наталя Валеріївна

/підпис/

ОДЕСА – 2024

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність обраної теми. Зважаючи на постійні зміни у вимогах споживачів та конкурентному середовищі, готельна індустрія постійно перебуває під тиском вдосконалення своїх стратегій та підходів. В сучасному світі, де вплив технологій та соціокультурні тренди змінюються з космічною швидкістю, маркетинг стає ключовим фактором для успіху будь-якого готельного підприємства.

З кожним роком кількість готелів та готельних послуг зростає, що призводить до збільшення конкуренції. Готелі повинні активно застосовувати маркетингові стратегії для привертання і утримання клієнтів.

Споживачі тепер більш вимогливі та інформовані, їх очікування зростають, і вони готові платити за якісний сервіс та неповторний досвід перебування. У такому контексті, готелі мають бути готові до викликів та швидко адаптуватися до змін, щоб не лише привернути, але й утримати клієнтів.

Отже, організація маркетингової діяльності на підприємствах готельного господарства стає надзвичайно важливою для забезпечення конкурентоспроможності та успішного функціонування готелю в умовах сучасного ринкового середовища. Саме тому тема організації маркетингової діяльності підприємств готельного господарства є дуже актуальною в сучасному світі.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів удосконалення маркетингової діяльності підприємств готельного господарства.

У відповідності з поставленою метою в даній роботі вирішуються наступні **завдання**:

- визначити сутність, роль та значення маркетингової діяльності;
- розглянути принципи та завдання маркетингу в готельному бізнесі;
- виділити основні аспекти організації маркетингової діяльності

підприємств готельного господарства;

- охарактеризувати діяльність ТОВ «Готельний комплекс «Аркадія»;
- провести аналіз маркетингової діяльності ТОВ «Готельний комплекс «Аркадія»;
- запропонувати шляхи вдосконалення маркетингової діяльності ТОВ «Готельний комплекс «Аркадія»;
- розробити рекламу як інструменту для досягнення маркетингових цілей ТОВ «Готельний комплекс «Аркадія».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (44). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 77 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 69 сторінках. Робота містить 18 таблиць, 21 рисуноків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти маркетингової діяльності підприємств готельного господарства» визначено сутність, роль та значення маркетингової діяльності, розглянуто принципи та завдання маркетингу в готельному бізнесі, виділено основні аспекти організації маркетингової діяльності підприємств готельного господарства.

У другому розділі «Організація маркетингової діяльності ТОВ «Готельний комплекс «Аркадія» охарактеризовано діяльність ТОВ «ГК «Аркадія», проведено аналіз маркетингової діяльності ТОВ «ГК «Аркадія».

У третьому розділі «Напрями вдосконалення маркетингової діяльності ТОВ «Готельний комплекс «Аркадія» запропоновано загальні рекомендації для вдосконалення маркетингової діяльності ТОВ «ГК «Аркадія», розроблено рекламу як інструмент для досягнення маркетингових цілей ТОВ «Готельний комплекс «Аркадія».

ВИСНОВКИ

1. Виділено основні точки зору вчених щодо досліджуваної проблеми, запропоновано власне визначення поняття «маркетингова діяльність підприємств»: маркетингова діяльність підприємств – це комплекс стратегій, методів та інструментів, спрямованих на вивчення потреб ринку та споживачів, формування та просування продукції або послуг, а також на підтримку та розвиток стійкого споживчого попиту.

Виділено особливості готельних послуг, які впливають на специфіку маркетингової діяльності готелів.

Охарактеризовано складники маркетингової діяльності підприємства: планування, організація, управління і контроль маркетингу, які перебувають у постійному взаємозв'язку один із одним.

2. Розглянуто сутність поняття «маркетингова стратегія» та констатовано, що маркетингова стратегія готельного підприємства представляє собою комплекс дій та набір маркетингових інструментів, спрямованих на визначення та досягнення цілей у сфері маркетингу з метою залучення клієнтів, створення сприятливого іміджу та підвищення конкурентоспроможності на ринку готельних послуг.

Виділено та охарактеризовано принципи маркетингу у готельному бізнесі, які спільно допомагають готелям успішно конкурувати, забезпечуючи високу якість обслуговування та задоволення потреб клієнтів.

Проаналізовано дві групи завдань маркетингу: стратегічні та тактичні, однак не дивлячись на велику кількість завдань маркетингової діяльності, всі вони зведені до найважливішого – реалізації послуг в готельному бізнесі.

3. Організація маркетингової діяльності в готельному господарстві полягає у впровадженні стратегій маркетингу для привертання та утримання клієнтів, збільшення виручки та підвищення рівня задоволення гостей.

Визначено, що для управління маркетинговою діяльністю готельного підприємства необхідно враховувати розуміння динаміки попиту,

особливостей сегментації клієнтів та конкурентного середовища.

Процес управління маркетинговою діяльністю представляє собою 5 основних етапів, які спрямовані на досягнення стратегічних цілей підприємства.

4. Об'єктом у роботі виступає ТОВ «ГК «Аркадія», що належить мережі готелів «Mozart Hotel Group». Метою є задоволення потреб та очікувань гостей, а також забезпечення успішної та стабільної діяльності готельного бізнесу.

У ТОВ «ГК «Аркадія» працює 27 осіб, з яких кваліфікованими є лише 26%. Номерний фонд становить 287 номерів.

Аналіз показників засвідчив, що готель має фінансово-нестійке становище та дуже велику ймовірність банкрутства. У 2020-2022 рр. готельний комплекс не мав достатніх та необхідних можливостей задля покриття в повному обсязі своїх ПЗ наявними ліквідними активами.

Кінцевим результатом діяльності досліджуваного готельного комплексу у 2022 році був збиток у розмірі 1 млн. грн., що майже на 27,5 млн. грн. менше ніж у 2020 році.

5. Проведено SWOT-аналіз ТОВ «ГК «Аркадія» який вказує на те, що компанія має численні сильні сторони, такі як висока репутація у клієнтів, висока якість послуг, великий строк діяльності на ринку тощо. Проте товариство також зіштовхується з низкою слабких сторін, таких як складна система управління, конкуренція з боку інших готелів та комплексів.

PEST-аналіз діяльності ТОВ «ГК «Аркадія» показав, що головний фактор, що негативно впливає на діяльність готельного комплексу – це політична ситуація у країні.

Оцінено ефективність маркетингової діяльності, збільшення витрат на маркетинг впливає на зменшення рентабельності маркетингових витрат, отже, маркетингова політика ТОВ «ГК «Аркадія» є неефективною.

Готель намагається розвивати свою діяльність в онлайн-просторі, має офіційний сайт, сторінки в мережі Facebook, Instagram.

6. Шляхами вдосконалення маркетингової діяльності ТОВ «Готельний комплекс «Аркадія» є: оновлення веб-сайту та активна участь ТОВ «ГК «Аркадія» у соціальних медіа: зміна критерію класифікації на сайті; створення окремого пункту меню «Відгуки клієнтів»; просування сайту у Google; розробка програми лояльності.

7. Складено план та бюджет заходів щодо удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «Готельний комплекс «Аркадія».

Розроблено рекламу як інструмент для досягнення маркетингових цілей ТОВ «Готельний комплекс «Аркадія».

На основі експоненційного згладжування спрогнозовано розмір чистого прибутку ТОВ «ГК «Аркадія», який у 2025 році при незмінних стабільних умовах має становити 44,3 млн. грн.