

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

Кафедра маркетингу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 075 маркетинг
(шифр та найменування спеціальності)
за магістерською програмою професійного спрямування
маркетинговий менеджмент
(назва магістерської програми)

на тему: «Маркетинг послуг підприємства «Amsterdam» ТОВ «Елеонора» на ринку готельно-ресторанного бізнесу»

(назва теми)

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки

Сисоєва Анна В'ячеславівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Оснач Ольга Федорівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Протягом тривалого часу розвиток сучасної економіки та світового господарства характеризується превалюванням сфери послуг, про що свідчить зростання даного сектору економіки у структурі ВВП розвинених країн світу. Таке домінування послуг пояснюється підвищенням життєвого рівня населення, внаслідок чого і спостерігається зростання попиту на послуги. Таке зростання попиту призводить і до появи на ринку все більшої кількості гравців, які готові надавати послуги споживачам. Для того, щоб підприємство успішно функціонувало на ринку, необхідно відрізнятись від своїх конкурентів, тобто розробляти комплекс маркетингу, який допоможе ідентифікувати дане підприємство на ринку та вирізнити його поміж конкурентів.

Кваліфікаційна магістерська робота присвячена аналізу діяльності та маркетингу підприємства «Amsterdam» ТОВ «Елеонора» на ринку готельно-ресторанного бізнесу. В ній проаналізовано тенденції готельно-ресторанного бізнесу на українському ринку, проаналізовано також 7 складових маркетингу послуг «Amsterdam», конкурентні переваги серед гравців, які надають схожого роду послуги, розглянуті розбіжності між дійсним та бажаним позиціонуванням готельно-ресторану готельно-ресторану «Amsterdam», визначено вплив інтернет-маркетингу на діяльність даного закладу.

Мета дослідження кваліфікаційної магістерської роботи є дослідження функціонування «Amsterdam» на одеському ринку готельно-ресторанного бізнесу, обґрунтування впливу інтернет-маркетингу в комплексі маркетингу послуг підприємства, а також розроблення рекомендацій щодо можливих шляхів покращення діяльності «Amsterdam» ТОВ «Елеонора».

Завдання дослідження:

- розглянуто сутність та особливості послуг;
- визначена необхідність врахування впливу інтернет-маркетингу в сучасних міжнародних моделях маркетингу послуг;
- проаналізовано маркетингове середовище та сучасний комплекс маркетингу послуг «Amsterdam» ТОВ «Елеонора»;
- проведено маркетингові дослідження готельно-ресторану «Amsterdam»;
- проаналізовано слабкі місця готельно-ресторану «Amsterdam» в порівнянні з конкурентами;
- запропоновано основні напрямки вдосконалення маркетингової політики «Amsterdam» та обґрунтовано рекомендації щодо покращення діяльності даного закладу на ринку готельно-ресторанного бізнесу.

Об'єктом дослідження в моїй роботі виступає маркетингова діяльність «Amsterdam» ТОВ «Елеонора».

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти ролі комплексу маркетингу послуг, а також вплив інтернет-маркетингу на нього, в діяльності підприємства як умова успішного функціонування закладу «Amsterdam» на ринку готельно-ресторанних послуг.

Методи дослідження. У процесі дослідження застосовувалися методи системного аналізу та інші загальнонаукові методи: синтез, аналіз, систематизація,

абстрагування. Предмет дослідження зумовив одночасне використання таких методів досліджень, як описування, спостереження, кабінетні дослідження. Були застосовані програмні засоби – табличний процесор Microsoft Excel та SPSS.

Інформаційна база дослідження. Комплексу маркетингу послуг як в теоретичному, так і в практичному аспектах присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних авторів. Для написання магістерської кваліфікаційної роботи були використані наукові публікації та монографічні видання українських і зарубіжних учених, звіти та аналітичні матеріали маркетингових агентств «КОЛОРО», «Нетология». Також було використано такі джерела, як внутрішня фінансова звітність підприємства, договори підприємства «Amsterdam» ТОВ «Елеонора» з підрядчиками.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (52 найменувань) та 2-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 115 сторінок. Основний зміст викладено на 103 сторінках. Робота містить 15 таблиць, 26 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 1 статтю: Маркетингові можливості соціальної мережі Facebook для просування підприємства на ринку готельно-ресторанного бізнесу // *Первый независимый научный вестник, Київ, 2017*(назва видання, місце, рік).

Елементами наукової новизни є доповнена модель «Servuction +» та модель «4В» або «Ракета бажань», які висвітлюють істотний вплив інтернет-маркетингу та інших сучасних видів маркетингу на формування потреби споживачів в послугах та прийняття рішення стосовно придбання послуги.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Теоретичні аспекти маркетингу послуг*» розглянуто сутність та особливості послуг, проаналізовано міжнародні наукові моделі маркетингу послуг та визначено вплив інтернет-маркетингу на них.

У другому розділі «*Аналіз маркетингового середовища ТОВ «Елеонора»*» проаналізовано загальний економічний стан підприємства, комплекс маркетингу послуг та інтернет-маркетинг готелю-ресторану «Amsterdam» ТОВ «Елеонора».

У третьому розділі «*Удосконалення маркетингової діяльності «Amsterdam» ТОВ «Елеонора» на ринку готельно-ресторанного бізнесу*» запропоновано введення додаткових послуг, створення мобільного додатку лояльності та корпоративного сайту.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Було виявлено, що «Amsterdam» завищує ціни, але залишається при цьому готелем середнього класу. Аби перейти в другу групу «найкращі готелі», потрібно покращувати базові та додаткові зручності та характеристики, щоби ціна відповідала якості, тому було запропоновано вжити наступні заходи: трансфер,

робота ресепшену 24/7, введення безкоштовного сніданку, володіння адміністратором та обслуговуючого персоналу англійською мовою.

2. Також було виявлено, що «Amsterdam» ніяк не реагує на скарги своїх відвідувачів в соціальних мережах, тому було запропоновано розробити мобільний додаток лояльності, який буде напряду доносити скарги клієнтів до адміністратора та директора закладу, а також, окрім опрацювання скарг, даний додаток слугує своєрідною бонусною картою для відвідувачів. Отож, завдяки цьому додатку можна буде з легкістю утримувати старих лояльних клієнтів та залучати відвідувати заклад нових.

3. Проведені дослідження показали, що у конкурентів готелю-ресторану «Amsterdam» майже у всіх є власні сайти. Власний сайт для закладу, який позиціонує себе для цільової аудиторії, чий дохід є вище середнього, є обов'язковим, оскільки він служить візиткою закладу. Тому було запропоновано розробити корпоративний сайт для «Amsterdam», а також було проаналізовано, чому недостатньо бути розміщеним на booking.com.

АНОТАЦІЯ

Сисоєва А.В.,

(прізвище та ініціали студента)

«Маркетинг послуг підприємства «Amsterdam» ТОВ «Елеонора» на ринку готельно-ресторанного бізнесу»

(назва кваліфікаційної роботи)

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «маркетинг» за магістерською програмою «маркетинговий менеджмент»,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2017 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – маркетингова діяльність підприємства «Amsterdam» ТОВ «Елеонора».

У роботі розглядаються теоретичні аспекти сутності та особливостей послуг, комплексу маркетингу послуг. Проведено аналіз основних економічних показників господарської і фінансової діяльності ТОВ «Елеонора», проведено маркетингові дослідження готелю-ресторану «Amsterdam», в тому числі кластерний аналіз та регресійний аналізи.

Проаналізовано маркетингове середовище та сучасний комплекс маркетингу послуг «Amsterdam» ТОВ «Елеонора», вплив інтернет-маркетингу в сучасних міжнародних моделях маркетингу послуг, а також його вплив на діяльність «Amsterdam» ТОВ «Елеонора».

Запропоновані наступні шляхи удосконалення маркетингової діяльності підприємства: введення додаткових послуг готелю-ресторану «Amsterdam», створення мобільного додатку лояльності та корпоративного сайту.

Ключові слова: послуга, комплекс маркетингу послуг, готель-ресторан «Amsterdam», інтернет-маркетинг, програма лояльності

ANNOTATION

Sysoieva A.

(students surname and initials)

“Services marketing of the enterprise «Amsterdam» LLC «Елеонора» on Hotel and Restaurant Industry Market”

(work title)

thesis for Master degree in specialty «_____marketing_____» under the program «_____marketing management_____»,

Odessa National Economic University

Odessa, 2017

Thesis consists of three chapters. Object of study is the marketing activity of the enterprise «Amsterdam» LLC «Елеонора».

Diploma thesis deals with theoretical aspects of the essence and features of services, services marketing. In the diploma were analyzed main economic indicators of the financial activity «Amsterdam» LLC «Елеонора», was viewed marketing mix of the enterprise, were used different methods of marketing research such as cluster and regression analysis. The author proposed to enter the additional services, create a mobile application for increasing clients loyalty and create corporate site.

Keywords: services, services marketing, Hotel and Restaurant «Amsterdam», internet-marketing, loyalty program.