

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Герасименко В.Г.  
“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2018 р.

**ВИПУСКНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

зі спеціальності *242 Туризм*

за темою:

**«Інструменти маркетингової політики готелю «Джоконда»**

**Виконавець,**

Студентка ДФН, гр. 48

Орел Карина Валеріївна

**Науковий керівник,**

к.е.н., доцент Михайлюк О.Л.

**Одеса 2018**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП .....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ .....</b>	<b>5</b>
1.1. Характеристика основних понять і визначень.....	5
1.2. Світовий досвід маркетингової політики готельного бізнесу .....	15
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ НАЦІОНАЛЬНОГО ДОСВІДУ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ .....</b>	<b>24</b>
2.1. Характеристика сучасного стану розвитку готельного бізнесу в Україні .....	24
2.2. Характеристика готелю «La Gioconda Boutique Hotel» та основні показники його діяльності .....	33
2.3. Аналіз маркетингової діяльності готельного підприємства «La Gioconda Boutique Hotel» .....	49
<b>РОЗДІЛ 3. ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЛЯ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЮ «ДЖОКОНДА» .....</b>	<b>57</b>
3.1. Рекомендації щодо вдосконалення діяльності готельного підприємства «La Gioconda Boutique Hotel».....	57
3.2. Створення маркетингового відділу на підприємстві «La Gioconda Boutique Hotel».....	65
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>71</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>71</b>

## ВСТУП

Сфера готельної індустрії характеризується жорсткою конкуренцією на ринку, яка обумовлена бурхливим розвитком готельних послуг. Саме тому для успішного функціонування готельного підприємства необхідно завжди впроваджувати ефективні інструменти маркетингової політики. У зв'язку з цим розгляд її ролі, визначення основних проблем ринку готельних послуг і шляхів їх вирішення є актуальним на сучасному етапі розвитку економіки.

Інвестування у чітку та ефективну маркетингову політику стають довгостроковим фактором конкурентоспроможності і виживання у готельному бізнесі окремих готельних підприємств. Маркетингова політика має важливе значення для усіх організацій. Без чіткого функціонування жодна організація не зможе досягти своїх цілей і вижити в сучасних умовах ринку.

Актуальність теми дипломної роботи полягає в тому, що маркетингова політика є планом успіху готельного підприємства, яка дозволить покращити показники готельного підприємства в цілому.

**Предметом дослідження** випускної роботи є використання інструментів маркетингової політики для перспективного розвитку готелю «Джоконда» на досвіді лідерів готельного бізнесу України та на основі всесвітньо відомих готельних мереж.

**Об'єктом дослідження** є маркетингова політика готельного підприємства «Джоконда».

Враховуючи вищевикладене, **метою** роботи є розробка інструментів маркетингової політики щодо удосконалення роботи та організації праці у готелі «Джоконда».

Для досягнення мети в роботі були сформульовані та вирішені такі **завдання**:

- визначити зміст та сутність поняття «маркетингова політика»;
- розглянути загальні стратегії маркетингової політики;

- розглянути міжнародний досвід маркетингової політики готельного бізнесу;
- проаналізувати конкурентні можливості готелю «Джоконда» на ринку Одеси.
- надати характеристику підприємства і проведено аналіз його діяльності;
- провести аналіз виробничої діяльності готелю «Джоконда»;
- запропонувати інструменти маркетингової політики для готелю «Джоконда».

Базою для написання теоретичної частини послужили праці таких вчених як: С.І. Дугіна [21], С. В. Скибінський [22], С. П. Гаврилюк [9], Герасименко В.Г. [15], І. Ю. Ляпіна [19], В.Руделіус [23]; розвиток готельного бізнесу в Україні вивчають Л.Г. Агафонова [7], С.С. Галасюк [10], О. В. Шикіна [11], проблеми вивчення готельної бази в Україні досліджувала С.С Галасюк [12].

Дослідження по темі випускної роботи проводилися з використанням різних **методів**: порівняльного, історичного, статистичного, SWOT- аналізу, а також аналізу документів і матеріалів організацій та установ, літературних джерел, розрахунків на основі даних підприємства, таблиць та схем.

**Структура і зміст роботи.** Випускна робота складається із вступу, трьох розділів, висновку, списку літератури. Основний текст містить 77 сторінок, включаючи 2 малюнка, 22 таблиць. Список літератури містить 52 найменування.

## ВИСНОВКИ

1. У ході проведеного аналізу організаційної структури управління і фінансово-господарської діяльності готелю «La Gioconda Boutique Hotel» визначено основні тенденції його розвитку, а саме: рівень завантаження, модель керівництва підприємства. Детально розглянуто лінійну модель управління у готелі. У результаті проведеного дослідження встановлено, що готель належить до категорії малих готелів, надає широкий спектр додаткових послуг. Основними проблемами господарської діяльності є досить виражена сезонність попиту на послуги готелю.

2. Було проаналізовано кількість проживаючих туристів у готелі за 2015 – 2017 роки. Визначено цільові групи туристів, які зупиняються у готелі.

3. Надано рекомендації щодо вдосконалення якості надання послуг. Основою реалізації цього пункту є персонал готельного підприємства. Для покращення роботи персоналу пропонується впровадити щомісячні тренінги та тести для персоналу для закріплення знань стандартів підприємства, розроблена система заохочень та система бонусів за накопичений стаж роботи на підприємстві. Запропонована система дозволить утримати кваліфікований персонал.

4. Розроблена анкета гостя, яка буде стимулювати персонал до вічливості при кожному контакті із споживачем. Сутність заохочення персоналу через анкету полягає у відмітці гостем ім'я того, хто допоміг йому у запиті.

5. Запропонована система накопичення балів, яка буде спрямована на отримання більшої кількості постійних клієнтів для готельного підприємства.

Систему лояльності для готелю «La Gioconda Boutique Hotel» була розроблена на основі всесвітньовідомої готельної мережі «Маріотт». Основою системи стала реєстрація на сайті та внесення до аккаунта даних про проживання у готелі, які згодом переводяться у бали та надають надалі можливість безкоштовного проживання. Такі бали було запропоновано заробляти

не тільки завдяки проживанню у готелі, але й шляхом залучення друзів до реєстрації на сайті у цій програмі.

6. Було запропоновано покращити рекламу готелю та додаткових послуг на його території шляхом створення на території «La Gioconda Boutique Hotel» маркетингового відділу. Було розраховано його рентабельність за умов, що відділ буде забезпечувати щоденне бронювання номеру з ймовірністю у 50%.

7. Розглянуто соціальні мережі, на яких доцільно здійснювати реклами готельного підприємства та додаткових послуг на його території. Основою просування було обрано дві соціальні мережі :Інстаграм та Фейбук.

8. Проаналізовано доцільність застосування таргетної реклами для готелю La Gioconda Boutique Hotel. Розглянуто можливу кількість осіб, що буде залучена до основної сторінки готелю за рахунок даного виду реклами та можливість готелю надати послуги у потрібній на те кількості.

9. Рекомендовано заходи щодо удосконалення управління організацією праці персоналу у готелі «Джоконда» на основі АСУ. Це може бути здійснено завдяки покупці нових блоків для програми «Фіделіо», які дозволять автоматизувати роботу, шляхом закриття бронювання на сайтах (Букінг. Ком, Експедія). Саме це дозволить полегшити роботу адміністраторів готелю, створивши сприятливі умови для виконня безпосередніх функцій адміністратора стійки ресепшн.

6. Запропоновано шляхи вирішення проблеми плинності кадрів у готелі «Джоконда» - розробити систему накопичення робочого стажу на підприємстві готельного господарства «Джоконда» та прямопропорційне цьому стажу зростання заробітної плати робітників підприємства. Ця пропозиція дозволить готелю «Джоконда» послабити плинність кадрів та зберегти цінних працівників.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДСТУ 4269:2003. "Послуги туристичні. Класифікація готелів". – [Чинний від 2003-12-23]. – К. : Держспоживстандарт України, 2003 – с. 15.
2. ДСТУ 4268: 2003 "Послуги туристичні. Засоби розміщування". – [Чинний від 2003-12-23]. – К. : Держспоживстандарт України, 2003 – с. 21.
3. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2005, IDT) : ДСТУ ISO 9000:2007. – [Чинний від 2008-01-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2008. – 36 с. – (Національний стандарт України).
4. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності (ISO 9004:2000, IDT): ДСТУ ISO 9004:2001. – [Чинний від 2001-07-01]. – К.: Держспоживстандарт України. 2001. – 70 с. – (Національний стандарт України).
5. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2005, IDT): ДСТУ ISO 9000:2007. – [Чинний від 2008-01-01]. – К.: Держспоживстандарт України, 2008. – 36 с. – (Національний стандарт України).
6. ДСТУ 3294-95 "Маркетинг. Терміни та визначення основних понять" (наказ Держстандарту України №444 від 28.12.95).
7. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посіб. / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова. – К.: Знання України, 2006. – 352 с.
8. Відомості про готелі України на Booking.com [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://booking.com>
9. Гаврилюк С. П. Конкуренентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : навч. посіб. / С. П. Гаврилюк. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 180 с.
10. Галасюк С. С. Оцінка конкурентоспроможності підприємств готельного господарства Одеської області / С. С. Галасюк // Економіка. Управління. Інновації. Сер. : Економічні науки : електрон. наук. фах. вид. – Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2014.

11. Галасюк С. С. Організаційно-економічні засади функціонування малих готелів: монографія / С. С. Галасюк, О. В. Шикіна. – Одеса: Атлант, 2015. – 279 с.
12. Галасюк С. С. Проблеми визначення ємкості готельної бази в Україні /С. С. Галасюк // Науковий вісник Ужгородського національного університету: зб. наук. праць. Серія : Економіка. – 2011. – № 33. – Ч. 3. – Ужгород : УжНУ, 2011. – С. 36-41.
13. Головка О. М. Організація готельного господарства: навчальний посібник / О. М. Головка, Н. С. Кампов, С. С. Махлинець, Г. В. Симочко; за ред. О. М. Головка. – К.: Кондор, 2012. – 338 с.
14. Головка О. М. Організація готельного господарства: Навч. посіб. / О. М. Головка та ін. — К.: Кондор Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика: Підручник / М. П. Мальська. — К.: Центр учбової л-ри, 2012. — 470.
15. Герасименко В. Г. Організація надання туристичних послуг: навчальний посібник / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк. – Одеса: Атлант, 2014. – 244 с.69
16. Джум Т.А., Денисова Н.И. Организация гостиничного хозяйства: учеб. Пособие – М.:Магистр:ИНФРА-М, 2012. – 400 с.
17. Круль Г., 2011. — 408 с.
18. Круль Г. Я. Основи готельної справи: навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2011. – 368 с.
19. Ляпіна І.Ю. Організація та технологія готельного обслуговування. – М.:Видавничий центр «Академія», 2011. – 326 с.
20. Липчук В. В. Маркетинг: навч. пос. / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк, С. Я. Бугіль, Я. С. Янишин. - Львів: „Магнолія 2006”, 2012. - 456с
21. Маркетингова цінова політика / Дугіна С. І. — К.: КНЕУ, 2002.
22. Маркетинг : Підручник для студ. вищ. навч. закл. Ч. 1 / С. В. Скибінський; Львів. комерц. акад. — Л., 2000. — 640 с. — Библиогр.: 143 назв.
23. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко та ін: Ред.-упоряд. О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. 2-е вид. — К.: Навчально-



видавничий центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. — 648 с.

24. Міжнародні готельні мережі в Україні Український туризм. – № 5. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hoteliero.com/ru/articles/hotel-chains/>

25. 6. Огляд ринку готелів і готельних комплексів України. – Сайт Hotel Market. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hotelmarket.com.ua/published/hotel/obzor.html>

26. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Аналіз діяльності підприємств туристської індустрії» (для студентів 4 і 5 курсів усіх форм навчання, освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки 6.140101 – Готельно-ресторанна справа, 6.140103 – Туризм) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; уклад. Н. М. Влащенко. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – 29 с.

27. Морозов М.А. Інформаційні технології в соціально-культурному сервісі і туризмі: підручник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. - М. : Академія, 2002. - 345 с.

28. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навчальний посібник / П. Р. Пуцентейло. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.

29. Попов Я. Основи готельної справи: Навч. посіб. / Г. Я. Круль. — К.: Центр учбової л-ри, 2011. — 367 с.

30. Статистична інформація. Головне управління статистики в Одеській області // [www.od.ukrstat.gov.ua](http://www.od.ukrstat.gov.ua)

31. Сайт Державної служби статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

32. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. / Є. В. Крикавський, Л. І. Третьякова, Н. С. Косар ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. ун-т «Львів. політехніка». – 2-ге вид. – Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2012. – 256 с. :

табл. – (Серія "Світ маркетингу і логістики" ; вип. 3). – Бібліогр.: с. 230-232 (43 назви). – ISBN 978-617-607-353-6

33. Торгівля, маркетинг, реклама : термінол. словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, І. М. Комарницький ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. ун-т «Львів. політехніка». – Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2011. – 312 с. – Бібліогр.: с. 305-309 (78 назв). – ISBN 978-617-607-066-5 : 6

34. Хобта В. М. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства / В. М. Хобта, Г. О. Комар // Економіка промисловості. – 2009. – № 1. – С. 102-109.

35. Янковой А. Г. Многомерный анализ в системе STATISTICA. Вып.1 / Янковой А. Г. – Одесса : Оптимум, 2001. – 216с.

36. Офіційний сайт «Tripadvisor». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tripadvisor.ru/Hotels>

37. Офіційний сайт «Hyatt Hotels Corporation». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hyatt.com/ru-RU/home>

38. «Hilton Hotels & Resorts». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hilton.com/ru/corporate/>

39. ReikartzHotels & Resorts. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://reikartz.com>

40. InterContinental Hotels and Resorts. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/InterContinental>

41. MGallery by Sofitel. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.accorhotels.group/en/hotel-development/brands/rixos>

42. Radisson Blu. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.radissonblu.com>

43. TopHotels. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tophotels.ru/main/hotelchain?id=2205>

44. Дизайн-отель «"11 Mirrors" 11 Mirrors Design Hotel». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.11mirrors-hotel.com/ru/explore-hotel/overview>

45. «Фредерік Коклен». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.koklenhotel.com/ru/>

46. Офіційний сайт готелю «Джоконда». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lagiocondahotel.com/ru/>
47. Офіційний сайт «Прем'єр Женева Готель». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://geneva-hotel.phnr.com/>
48. Офіційний сайт «Premier Palace Hotel Kharkiv». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kharkiv-palace.phnr.com/>
49. Офіційний сайт «Senator Maidan». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://senator-apartments.com>
50. Офіційний сайт готелю «Інтерконтиненталь». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kyiv.intercontinental.com/ru/default.html>
51. Офіційний сайт «Готель Опера». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.opera-hotel.com>
52. Офіційний сайт «Marriott International». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Marriott\\_International](https://ru.wikipedia.org/wiki/Marriott_International)