

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

(повна назва кафедри)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

(шифр та найменування спеціальності)

за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справи»

(назва бакалаврської програми)

на тему: **«Удосконалення маркетингової діяльності (на прикладі готелю
«Центральний» м. Черкаси)»**

Виконавець:

студентка факультету міжпородної економіки

Васюта Аліна Вадимівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

Д.е.н., доцент

Лебедєв Ігор Васильович

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2023

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Розвиток технологій та зміни споживацьких звичок призводять до зростання конкуренції на ринку, а отже, готелі повинні постійно вдосконалювати свою маркетингову стратегію для залучення та утримання клієнтів.

У контексті COVID-19, зміни у галузі туризму та готельної індустрії змусили готелі переглянути свої стратегії та пристосуватися до нових умов. Розуміння потреб та поведінки споживачів в умовах пандемії, розвиток інтернет-технологій та використання соціальних мереж як каналу залучення та комунікації зі споживачами, а також використання аналітики та інших інструментів маркетингу є ключовими елементами успішної маркетингової стратегії в готельній галузі.

Таким чином, робота на тему "Удосконалення маркетингової діяльності (на прикладі готелю «Центральний» м. Черкаси)" допоможе зрозуміти сучасні тенденції та виклики у готельній галузі, проаналізувати маркетингову діяльність готелю та запропонувати інноваційні рішення для покращення її ефективності.

Мета кваліфікаційної роботи є розробка шляхів удосконалення маркетингової діяльності готелю «Центральний».

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- розкрити сутність поняття маркетингова діяльність;
- розглянути наукові підходи до особливості маркетингової діяльності у сфері готельного господарства;
- визначити методи оцінки маркетингової діяльності;
- дослідити організаційно-економічну характеристику готелю «Центральний»;
- провести оцінку маркетингової діяльності готелю «Центральний»;
- надати оцінку конкурентної позиції готелю «Центральний»;
- розробити пропозиції щодо удосконалення маркетингової діяльності готелю «Центральний»;
- провести обґрунтування економічної доцільності впровадження окремих запропонованих заходів у діяльність готелю «Центральний».

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процес удосконалення маркетингової діяльності готельного підприємства.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є науково-практичні питання удосконалення маркетингової діяльності готелю «Центральний».

Методом дослідження роботи є діалектичний метод дослідження явищ та процесів у їхньому взаємозв'язку і розвитку. Для досягнення мети та розв'язання визначених завдань кваліфікаційної роботи використано такі загальнонаукові методи: абстрактно-логічний (для узагальнення теоретичних положень, визначення сутності економічних понять, формування висновків); системний аналіз (для аналізу конкурентних позицій готелю «Центральний»); графічний (для наочного представлення статистичних даних); табличний та групування (при аналізі діяльності готелю «Центральний»); експертних оцінок (для вимірювання та оцінки позицій підприємств); конструктивний та експериментальний (оцінка результатів запропонованих заходів удосконалення маркетингової діяльності готелю «Центральний»).

Інформаційна база дослідження. Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять наукові праці з названої проблеми вітчизняних та зарубіжних вчених, законодавчі та нормативні акти України, методики Всесвітньої туристичної організації, інструктивні матеріали, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання, довідково-інформаційні видання, дані бухгалтерської, статистичної та внутрішньогосподарської звітності готельного підприємств.

Не зважаючи на наявність публікацій, присвячених маркетинговій діяльності, досить мало уваги приділено удосконаленню інтернет-діяльності готелів.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання результатів дослідження для удосконалення діяльності готелю «Центральний».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (40 найменувань). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 66 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 61 сторінках. Робота містить 17 таблиць, 13 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи бакалавра опубліковано:

1. Васюта А.В. Особливості обслуговування туристів у двозіркових готелях / Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти (м. Одеса, 14 квітня 2021 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2021. 625 с.С. 162-166.
2. Васюта А.В. Структура та функції інженерно-технічної служби сучасного готелю / Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти (м. Одеса, 14 квітня 2021 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2021. 625 с. С. 360-364.
3. Васюта А.В. Дизайн як маркетинговий інструмент залучення клієнтів до ресторанних закладів / Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти (м. Одеса, 14 квітня 2021 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2021. 625 с.С. 419-422.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні основи маркетингової діяльності готельних підприємств» було розглянуто сутність маркетингової діяльності. Було наведено особливості маркетингової діяльності у сфері готельного господарства. Також наведено методи оцінювання маркетингової діяльності.

У другому розділі «Аналіз господарської та маркетингової діяльності готелю «Центральний»», надано загальну організаційно-економічну характеристику готелю

«Центральний», проведено оцінку маркетингової діяльності готелю «Центральний». Проведено оцінку маркетингової діяльності конкурентів готелю «Центральний».

У третьому розділі «Пропозиції щодо удосконалення маркетингової діяльності готелю «Центральний»» було розроблено пропозиції щодо удосконалення маркетингової діяльності готелю «Центральний». Було економічно обґрунтовано впровадження окремих запропонованих заходів у діяльність готелю «Центральний».

ВИСНОВКИ

Виконане дослідження дало змогу дослідити маркетингову діяльність готелю «Центральний». Підсумки наведено нижче:

1. Нами було досліджено основні аспекти маркетингу і його роль у сучасному бізнесі. Було розглянуто основні концепції, стратегії та інструменти, що застосовуються в маркетинговій діяльності, зокрема в плануванні, цінній політиці, продуктовому управлінні, просуванні та рекламі. Було виявлено сутність маркетингу, його вплив на успішність підприємства та способи використання маркетингових інструментів для досягнення конкурентної переваги.

2. Було досліджено специфіку застосування маркетингу в готельній індустрії. Проаналізовано з якими викликами стикаються готелі при розробці та реалізації маркетингових стратегій. Зокрема, розглядаються особливості сегментації ринку готельних послуг, формування цін, просування та реклами, а також важливість забезпечення високої якості обслуговування і задоволення потреб клієнтів. Окрему увагу було приділено інструментам інтерне-маркетингу та їх застосуванню у готельному бізнесі. Метою було розуміти унікальні виклики та можливості, які виникають у готельній галузі, і вказує на специфічні підходи до маркетингових рішень, що допомагають готелям досягти успіху на конкурентному ринку.

3. Було розглянуто різні показники та метрики, які використовуються для вимірювання ефективності маркетингових кампаній. Один з таких показників - це CTR (Click-Through Rate), що відображає відношення кількості кліків на рекламний матеріал до загальної кількості показів. Високе значення CTR вказує на те, що оголошення привертає увагу цільової аудиторії та має високу віддачу.

Ще один показник - CPC (Cost-Per-Click), який вимірює середню вартість одного кліку на рекламний матеріал. Цей показник дозволяє оцінити ефективність витрат на рекламу, а також порівняти вартість залучення клієнта через різні канали маркетингу.

Також, варто враховувати такі показники як конверсія (відношення кількості успішних дій або трансакцій до загальної кількості відвідувачів), ROI (Return on Investment), що вимірює віддачу від інвестицій у маркетингову кампанію, та CPA (Cost-Per-Action), який показує середню вартість одного конкретного дії або трансакції.

Використання цих показників дозволяє оцінити ефективність маркетингової діяльності, визначити тенденції та вдосконалити стратегію для досягнення кращих результатів. Це надає компаніям можливість приймати обґрунтовані рішення щодо алокації ресурсів та оптимізації маркетингових зусиль.

4. Досліджуваний готель «Центральний» без категорії. Кількість поверхів 5. Кількість номерів – 25, шести категорій. Засіб розміщення має мізерний асортимент

додаткових послуг, але гарне місце розташування. В готелі відсутня програма лояльності для постійних гостей. Готель «Центральний» використовує лінійно-функціональну організаційну структуру.

Провівши аналіз виробничої діяльності готелю «Центральний» було з'ясовано, що у 2022 р. основну частку гостей складають внутрішні туристи. Частка іноземних громадян була дуже мала. Основним сегментом клієнтів були постійні гості зрілого віку (до 2020 р.). Рівень завантаження засобу розміщення знаходиться на низькому рівні. Найбільший рівень завантаження простежується в літні місяці і досягає біля 38%. У 2022 році підприємство являлось збитковим.

5. Проведена оцінка дозволила виділити сильні та слабкі сторони готелю «Центральний». На основі даних, отриманих в ході аналізу, до сильних сторін досліджуваного нами готелю відносяться: вигідне місцерозташування; хороша транспортна розв'язка; персонал, що володіє іноземними мовами; співвідношення ціни та якості.

Серед слабких сторін слід відзначити: не розвинена інфраструктура; оснащення матеріально-технічної база вимагає доопрацювання; майже відсутні додаткові послуги готелю; звукоізоляція номерів; інтер'єр готелю; не дуже зручна парковка.

6. Було проведено аналіз конкурентоспроможності готелю «Центральний» в порівнянні з потенційними конкурентами – готелями міста Черкаси відповідного рівня. В ході аналізу було відокремлено двох основних конкурентів – готель «Готель Арагві» та «Спортохота». Готель «Центральний» отримав зважену оцінку 2,92, яка нижча за середню. За цим показником готель повністю відстав від обох своїх конкурентів.

7. Було запропоновано провести аналіз цільової аудиторії та розробити новий сайт для готелю «Центральний» задля того, щоб організувати пошукову оптимізацію сайту. Було розроблено дизайн нового сайту, продемонстровано його розділи та мобільну оптимізацію. Продемонстровано основні етапи розробки сайту та правила, яких необхідно дотримуватися для того, щоб розроблений сайт вдало впорався з поставленими завданнями.

8. Враховуючи надану інформацію, можна побачити, що розрахований ROI становить 216,8%, що є досить високим показником ефективності інвестицій. Однак, важливо звернути увагу на тривалість відновлення витрат (Payback Period).

За розрахунками, новий сайт буде повністю впроваджено у середині червня, при цьому вже будуть витрачені 27 000 грн у травні. З урахуванням цього, реальне збільшення коефіцієнта завантаження готелю через новий сайт можна очікувати починаючи з липня.

Таким чином, з чистого прибутку готель може розраховувати лише з вересня, коли рівень завантаження готелю через новий сайт буде належним чином зрости. Раніше цей рівень становив 20%.

Отже, економічне обґрунтування впровадження нового сайту для готелю "Центральний" базується на позитивному ROI, що свідчить про ефективність інвестицій. Проте, важливо врахувати тривалість відновлення витрат і

розраховувати на реальний приріст доходу починаючи з певного періоду після повного впровадження сайту.

АНОТАЦІЯ

Васюта А.В. «Удосконалення маркетингової діяльності (на прикладі готелю «Центральний» м. Черкаси).

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справа» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2023.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

Об'єкт дослідження – процес удосконалення маркетингової діяльності готельного підприємства. Предметом дослідження є науково-практичні питання удосконалення маркетингової діяльності готелю «Центральний».

Метою роботи є розробка шляхів удосконалення маркетингової діяльності готелю «Центральний».

У роботі проаналізовано сутність та походження поняття маркетингова діяльність, виявлено фактори, що впливають на удосконалення маркетингової діяльності підприємств готельного бізнесу. Аналізується надання послуг у готелі «Центральний» м. Черкаси. Оцінюється ефективність впровадження запропонованих заходів щодо удосконалення маркетингової діяльності готелю «Центральний».

За результатами дослідження сформульована доцільність впровадження ряду заходів. Проаналізована ефективність, враховуючи прибуток та витрати на впровадження заходів.

Ключові слова: маркетингова діяльність, маркетингові комунікації, послуги, готель «Центральний», удосконалення.

ANNOTATION

Vasyuta A.V. «Improvement of marketing activities (on the example of the hotel «Central» in Cherkasy)».

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 241 «Hotel and restaurant business» for the educational program «Economics and organization of hotel and restaurant business». – Odessa National Economics University. – Odessa, 2023.

The qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, and a list of used sources.

The object of research is the process of improving the marketing activity of a hotel enterprise. The subject of the study is the scientific and practical issues of improving the marketing activities of the "Central" hotel.

The purpose of the work is to develop ways to improve the marketing activities of the "Central" hotel.

The work analyzed the essence and origin of the concept of marketing activity, identified factors influencing the improvement of marketing activity of hotel business enterprises. The provision of services at the "Centralny" hotel in Cherkasy is analyzed. The effectiveness of the implementation of the proposed measures to improve the marketing activities of the "Central" hotel is evaluated.

Based on the results of the study, the feasibility of implementing a number of measures was formulated. The effectiveness was analyzed, taking into account the profit and costs of implementing the measures.

Keywords: marketing activity, marketing communications, services, Central hotel, improvement.