

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 "Менеджмент"

на тему: «Управління маркетинговою діяльністю підприємства на ринку готельних
послуг»

Виконавець:
студент факультету менеджменту,
обліку та інформаційних технологій
Богатирьова Леся Михайлівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:
д.е.н., професор
(науковий ступінь, вчене звання)
Кузнецова Інна Олексіївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми обумовлена необхідністю адаптації маркетингової діяльності готельних підприємств до сучасних умов економічної нестабільності та воєнного стану, що висуває нові вимоги до ефективності залучення та утримання клієнтів.

Мета дослідження представляю собою комплексний аналіз маркетингової діяльності готелю «Отрада» та розробка практичних рекомендацій з її удосконалення в умовах сучасних викликів.

Завдання дослідження:

- описати теоретичні основи маркетингової діяльності готельних підприємств;
- дослідити особливості маркетингової діяльності готелю «Отрада»;
- проаналізувати стан маркетингової діяльності підприємства;
- запропонувати конкретні напрями удосконалення маркетингової стратегії;
- обґрунтувати економічну доцільність запропонованих заходів.
-

Об'єкт дослідження маркетингова діяльність готелю «Отрада».

Предмет дослідження процеси управління маркетинговою діяльністю у сфері готельного бізнесу.

Методи дослідження включають в себе методи теоретичного узагальнення, економічного та порівняльного аналізу, метод експертних оцінок, елементи прогнозування та моделювання. Також використано інструменти стратегічного аналізу, зокрема модель п'яти сил конкуренції, матрицю Ансоффа, ESFAS-аналіз, а для візуалізації результатів – графічні та табличні методи.

Інформаційна база дослідження включає в себе наукові джерела з маркетингу та готельного менеджменту, статистичні дані про ринок готельних послуг в Україні, аналітичні звіти щодо впливу війни на індустрію, звітність готелю «Отрада», а також матеріали, зібрані під час проходження практики, включно з внутрішніми документами та спостереженнями автора.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (38 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 76 сторінок. Основний зміст викладено на 71 сторінках. Робота містить 22 таблиці, 9 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні основи управління маркетинговою діяльністю підприємств у сфері готельного господарства»** розглянуто сутність, види та завдання маркетингової діяльності в готельному бізнесі. Проаналізовано класифікацію маркетингових інструментів, особливості управління маркетингом у закладах готельного типу, а також роль маркетингу у формуванні конкурентних переваг.

Окреслено внутрішні й зовнішні фактори, які обумовлюють необхідність адаптації маркетингової діяльності до умов нестабільного ринкового середовища, зокрема під час війни та економічної кризи. Теоретичний аналіз доповнено схемою процесу маркетингового управління, узагальненою на основі літературних джерел.

У другому розділі **«Стан маркетингової діяльності та напрями її удосконалення в готелі «Отрада»»** надано загальну характеристику досліджуваного підприємства, проаналізовано його маркетингову діяльність та ефективність застосовуваних стратегій, здійснено аналіз готельного ринку України в умовах воєнного стану та економічних викликів. Застосовано методи аналізу фінансових показників, порівняльного аналізу, ESFAS-матрицю та прогнозування економічного ефекту. Встановлено, що маркетингова діяльність готелю характеризується активним використанням цифрових каналів (SEO, соціальні мережі, таргетована реклама), однак потребує удосконалення у сфері управління лояльністю клієнтів та персоналізації пропозицій.

Запропоновано комплекс заходів для підвищення ефективності маркетингу готелю, зокрема впровадження програми лояльності, покращення цифрової присутності, оптимізацію бюджету маркетингу, розвиток партнерських зв'язків та каналів збуту. Проведено економічну оцінку запропонованих заходів, яка підтвердила їх доцільність для підвищення завантаженості номерного фонду, зростання частки прямих бронювань та формування стійкої клієнтської бази.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Обґрунтовано, що ефективне управління маркетинговою діяльністю є ключовим чинником забезпечення конкурентоспроможності та прибутковості готельного підприємства в умовах економічної нестабільності та війни.
2. Доведено, що готель «Отрада», попри кризові обставини, зберігає преміальний імідж та потенціал для покращення маркетингової діяльності завдяки наявній інфраструктурі та досвіду роботи з цільовою аудиторією.
3. Виявлено як сильні сторони маркетингу готелю (онлайн-присутність, активність у соцмережах, якість сервісу), так і недоліки (обмежена персоналізація, низька частка прямих бронювань, нестача CRM-інструментів).
4. Встановлено, що на готельний ринок України суттєво вплинули зовнішні чинники: війна, скорочення туристичного потоку, підвищення витрат. Водночас спостерігається адаптація через розвиток внутрішнього туризму та цифровізацію.
5. Сформульовано стратегічні цілі маркетингової діяльності готелю: підвищення середньорічної завантаженості, збільшення частки прямих бронювань, формування бази лояльних клієнтів, оптимізація маркетингового бюджету.
6. Розроблено конкретні практичні заходи: оновлення сайту, активізація соцмереж, впровадження програм лояльності, персоналізовані пропозиції, співпраця з турагентствами, що підтверджено прогнозом очікуваного ефекту та рентабельності.
7. Дослідження має прикладне значення і може бути використане для вдосконалення маркетингової стратегії готелю «Отрада», а також як орієнтир для інших підприємств готельної сфери в умовах післявоєнної трансформації

АНОТАЦІЯ

Богатирьова Л.М. «Управління маркетинговою діяльністю підприємства на ринку готельних послуг»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності

« 073 «Менеджмент» »
(шифр та назва спеціальності)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2025.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю у сфері готельного бізнесу.

Проаналізовано маркетингову діяльність п'ятизіркового бутік-готелю «Отрада» в умовах економічної нестабільності та воєнного стану, виявлено її сильні та проблемні аспекти, а також оцінено ефективність маркетингових інструментів.

Запропоновано комплекс практичних заходів для підвищення ефективності маркетингу готелю, зокрема впровадження програм лояльності, цифрових комунікацій, персоналізованих пропозицій, оптимізації бюджету та підвищення частки прямих бронювань. Результати дослідження можуть бути використані для підвищення ефективності управління маркетингом у готельному секторі України.

Ключові слова: готельний бізнес, маркетинг, стратегія, просування, цифрові комунікації, клієнтський досвід, преміальний сегмент.

ANNOTATION

Bohatyrova L. Marketing Management in the Hotel industry

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty

« 073 “Management” »
(code and name of the specialty)

Odessa National Economics University. – Odessa, 2025.

The work deals with the theoretical aspects of marketing management in the hotel industry under conditions of economic instability and martial law in Ukraine.

Author analysis the marketing activity of the five-star boutique hotel “Otrada”, identifying its strengths and weaknesses, and evaluating the effectiveness of applied marketing tools. A set of practical measures is proposed to improve the hotel’s marketing performance, including the implementation of loyalty programs, digital communications, personalized offers, budget optimization, and increasing the share of direct bookings. The research results can be applied to enhance marketing management efficiency in the hotel sector of Ukraine.

Keywords: hotel business, marketing, strategy, promotion, digital communication, customer experience, premium segment.