

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Кафедра маркетингу, підприємництва і торгівлі



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: Управління маркетинговою діяльністю готельного комплексу
«Афродіта»

(ФОП МАРДАР ВАСИЛЬ МИХАЙЛОВИЧ)

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Здобувачки _____ Ковзаліної О.М.

2 курсу групи МРЗ-681

Керівник _____ доц. Савченко Т.В.

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від « 15» грудня 2022 р., протокол № 5 .

Завідувач кафедри маркетингу,

підприємництва і торгівлі _____ проф. Лагодієнко В.В.

Одеса – 2022 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту, маркетингу і логістики

Кафедра маркетингу, підприємництва і торгівлі

Ступінь вищої освіти “магістр”

Спеціальність 075 “Маркетинг”

Освітньо-професійна програма “Маркетинг”

ЗАТВЕРДЖУЮ
Зав. кафедри маркетингу,
підприємництва і торгівлі

“ ” _____ 2021 р.

ЗАВДАННЯ **НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧЦІ** *Ковзаліній Олександрі Миколаївні*

1. Тема проекту (роботи) Управління маркетинговою діяльністю готельного комплексу «Афродіта» (ФОП МАРДАР ВАСИЛЬ МИХАЙЛОВИЧ) керівник к.е.н., доц. Савченко Т.В. затверджені наказом ОНТУ від «7» жовтня 2021 року № 851-03 та у редакції, затвердженій наказом від «22» серпня 2022 року № 477-03
2. Строк подання студентом проекту (роботи) 15.12.2022 року
3. Вихідні дані до проекту (роботи) аналітичні дані готелю «Афродіта» (ФОП Мардар В.М.) про обсяги виробництва та реалізацію послуг за 2019-2021 роки, економічні показники діяльності готелю «Афродіта» (ФОП Мардар В.М.), огляд туристичного ринку послуг.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Теоретичні основи управління маркетинговою діяльністю на підприємстві. Розділ 2. Аналіз маркетингової діяльності готелю «Афродіта». Розділ 3. Шляхи удосконалення маркетингової діяльності готелю «Афродіта». Висновки та пропозиції. Список використаних джерел.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) табличний матеріал з відображенням показників діяльності підприємства та маркетингової асортиментної політики, графічний матеріал з аналізу та оцінки маркетингового середовища підприємства, графічний матеріал - презентація до захисту роботи (18 слайдів)

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 02.09.2022 р.

Керівник _____ к.е.н., доцент Савченко Т.В.

Керівник _____ ст. викл. Ковзаліна О.М.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір робочого варіанту теми і призначення наукового керівника кваліфікаційної роботи.	01-25 вересня 2021 р.	виконано
2.	Затвердження робочого варіанту теми кваліфікаційної роботи	05-25 вересня 2021 р.	виконано
3.	Формування подання кафедри до наказу на затвердження теми та керівника. Отримання завдання на проведення наукового дослідження та підготовка календарного плану виконання кваліфікаційної роботи, затвердження його керівником та завідувачем кафедри.	30 вересня – 10 жовтня 2021р.	виконано
4.	Аналіз та дослідження літературних джерел, статистичних даних за темою кваліфікаційної роботи. Підготовка першого розділу, написання тез та статей	жовтень 2021 р. – серпень 2022 р.	виконано
5.	Проходження дослідницької практики, збір даних підприємства. Уточнення теми кваліфікаційної роботи.	14 серпня – 14 жовтня 2022 р.	виконано
6.	Обробка та узагальнення зібраного матеріалу за темою роботи	16-29 жовтня 2022 р.	виконано
7.	Підготовка першого (чорнового) варіанту роботи і подання його на прочитання науковим керівником.	30 жовтня – 07 листопада 2022 р.	виконано
8.	Доопрацювання тексту роботи з врахуванням зауважень наукового керівника, збагачення роботи додатковими дослідженнями, що проводились під час практики, і подання її на друге читання.	09-22 листопада 2022 р.	виконано
9.	Подання кваліфікаційної роботи для малого захисту на кафедрі, перевірка оформлення, на плагіат.	22-30 листопада 2022 р.	виконано
10.	Подання роботи на зовнішнє рецензування	01 - 05 грудня 2022 р.	виконано
11.	Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи	05-18 грудня 2022 р.	виконано
12.	Захист виконаної роботи на засіданні Екзаменаційної комісії.	21 грудня 2022 р.	

Здобувач-дипломник _____ Ковзаліна О.М.
(підпис) (прізвище та ініціали)Керівник проекту (роботи) _____ Савченко Т.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи СВО «магістр» студентки Ковзалиної Олександри Миколаївни, виконаної в Одеському національному технологічному університеті.

Магістерська робота на тему «Управління маркетинговою діяльністю готельного комплексу «Афродіта» складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 99 сторінок, з них сторінок основного тексту. Робота містить 13 рисунків, 18 таблиць, список використаних джерел, який складається із 54 найменувань.

Метою магістерської роботи є розробка комплексу заходів з удосконалення управління маркетинговою діяльністю готелю «Афродіта».

Методи наукового дослідження: абстрактно-логічний, порівняння і графічне представлення результатів. Крім того, метод PEST-аналізу, опитування споживачів за допомогою анкетування, економіко – математичні методи.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у запропонованій системі показників оцінки ефективності маркетингової діяльності для підприємств готельного типу.

Практична значущість кваліфікаційної роботи полягає в тому, що всі надані рекомендації з удосконалення маркетингової діяльності готелю адаптовані під сучасні обставини та умови господарювання.

Ключові слова: управління маркетинговою діяльністю, конкурентне середовище, методи стимулювання збуту, асортимент послуг, споживач, ринок готельно – ресторанних послуг

SUMMARY

to the qualification work of the degree of higher education «Master» student Master's work on the topic «Management of marketing activities of the hotel complex "Aphrodite" consists of an introduction, three sections, conclusions and proposals, and a list of used sources. The total volume of work is a 99 page, of which pages are the main text. The work contains 13 figures, 18 tables, a list of used sources, which consists of 54 names.

The purpose of the master's thesis is to develop a set of measures to improve the management of the marketing activities of the Aphrodite hotel.

Methods of scientific research: abstract-logical, comparison and graphical presentation of results. In addition, the REST-analysis method, consumer surveys using survey questionnaires, economic-mathematical methods.

The scientific novelty of the obtained results lies in the proposed system of indicators for evaluating the effectiveness of marketing activities for hotel-type enterprises.

The practical significance of the thesis lies in the fact that all the provided recommendations for improving the hotel's marketing activities are adapted to modern circumstances and business conditions.

Keywords: management of marketing activities, competitive environment, methods of stimulating the facility, range of services, consumer, market of hotel and restaurant services

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	11
1.1. Сутність маркетингової діяльності	11
1.2. Оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємства	16
1.3. Розвиток маркетингової діяльності в сегменті готельно - ресторанних послуг.....	23
РОЗДІЛ 2	
АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «АФРОДІТА»	32
2.1. Аналіз мікро та макросередовища готелю	32
2.2. Аналіз конкурентного середовища підприємства	40
2.3. Визначення особливостей попиту на послуги готелю «Афродіта».....	45
2.4 Оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства	53
РОЗДІЛ 3	
ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «АФРОДІТА»	61
3.1. Напрямки удосконалення маркетингової діяльності готелю «Афродіта» ...	61
3.2. Технічні умови для реалізації запропонованих маркетингових заходів	71
3.3. Економічне обґрунтування запронованих напрямків удосконалення маркетингової діяльності готелю	87
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	91
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	95

ВСТУП

Актуальність теми. На сьогодні, змінились умови впровадження ринкових відносин, які стали більш жорсткими, тому в Україні постала вимога в новій культурі ведення бізнесу, одним із головних носіїв якої є саме маркетинг. Через високу конкуренцію, підприємець організації господарської діяльності повинен проявити себе найкращим чином та досягти високих результатів у короткий термін та з меншими затратами для підприємства.

Проблема новітньої парадигми управління підприємством полягає у тому, що діяльність більшості підприємств характеризується досить високим ризиком через бракування глибокого розуміння, аналізу та недостатнього врахування ключових аспектів зовнішнього середовища для виживання організації, а саме: оцінка поведінки споживачів та конкурентів; правильний вибір партнерів; створення конкурентоспроможних товарів і послуг; використання надійних джерел пошуку нової інформації та кваліфікована консультації тощо.

Управління підприємством більш доцільно розглядати як повністю відкриту систему, результати діяльності якої будуть відображатись її позицією на ринку, продуктивністю, якістю надання послуг та продукції, розвитком, професіоналізмом та компетенцією персоналу, а також саме головне – готовність до впровадження інноваційних технологій і загального новаторства.

Здобувач	Ковзаліна О.М.			КРМ. МПіТ.1.477-03.ІІ.07			
				Текстова частина	Стад		Стор.
						7	99
Керівник	Савченко Т.В.				ОНТУ		
Зав.каф.	Лагодієнко В.В.						

Головною проблемою у сфері готельно – ресторанного бізнесу є величезна конкуренція, так як ринок дуже агресивний та перенасичений, пропозиція випереджає попит, тому готелям важко відстоювати свої інтереси. Аналіз розвитку туризму в Україні показав, що готельна сфера розвивається дуже повільно, у порівнянні з іншими країнами. Зараз готельно – ресторанний бізнес в Україні перебуває у стадії глибокої структурної перебудови та формуванні усіх внутрігалузевих, міжгалузевих та зовнішньоекономічних зв'язків. І повною мірою це відноситься до процесів формування готельної інфраструктури, відповідного сегмента ринку праці і системи державного регулювання досліджуваної діяльності [32]. Також Україна переживає складний період глибокого реформування політичних та соціально – економічних відносин в державі в умовах зовнішньої агресії та озброєного конфлікту.

Особливості функціонування і розвитку готельно – ресторанного і туристичного бізнесу в кризових умовах не розглядалися раніше.

Досвід економічної діяльності останніх років у готельному господарстві України свідчить про повільне підвищення якісних параметрів оцінки продуктивності праці підприємствами галузі. Одночасно сьогодні розвивається мережа готелів високої категорії обслуговування, які надають послуги розміщення згідно з вимогами світових стандартів [25].

Готельний і ресторанний комплекс є найважливішим елементом соціальної сфери, що відіграє суттєву роль у підвищенні ефективності суспільного виробництва і відповідно, зростання життєвого рівня населення.

Для того, щоб покращити даний сегмент ринку і господарська діяльність функціонувала та розвивалась у вірному напрямку, потрібно розуміти закономірності товаропросування, аналізувати стан економіки та ефективність на практиці різних ринкових механізмів (конкуренція, попит, збут, ціноутворення і ін.) знати місткість певного ринку товарів та послуг, активність конкурентів та їх товари або послуги, стан попиту, потреби покупців. У підприємця, що розуміє важливість кожного з цих аспектів має

можливість не тільки підвищити якість та ефективність, але й прогнозувати динаміку пропозиції та попиту, а в майбутньому встановлювати зв'язок між виниклими потребами ті споживчими властивостями товарів. Якщо бракує цих знань, то згодом підприємство зазнає провалу.

В сучасних умовах стрімкого розвитку та жорсткої конкуренції, досягти успіху може лише те підприємство, яке у своїй діяльності правильно застосовує маркетингове управління, та відразу шукає шляхи та способи для швидкої адаптації на ринку при безперервно мінливих умов існування. Тому, для того, щоб підвищити конкурентоспроможність готелю «Афродіта», була обрана саме ця стратегія.

Мета і завдання дослідження. Розробка комплексу заходів з удосконалення управління маркетинговою діяльністю готелю «Афродіта».

Об'єкт дослідження – процеси управління маркетинговою діяльністю підприємства.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних, методичних і прикладних аспектів забезпечення ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємства готельно-ресторанного бізнесу

Виходячи з цієї мети були поставлені наступні **основні дослідницькі завдання:** розкрити науково – теоретичні основи управління маркетинговою діяльністю підприємства, проаналізувати стан та оцінити привабливість підприємства готельного типу «Афродіта» та його конкурентів, а також визначити напрямки вдосконалення маркетингової діяльності.

У даній роботі будуть використані наступні **методи:** метод PEST-аналізу, опитування споживачів за допомогою анкетування, економіко – математичні методи.

Інформаційну базу дослідження становлять дані міжнародної та вітчизняної статистики, законодавчі акти, наукові публікації та статті у фахових виданнях, матеріали науково-практичних конференцій, дані періодичної преси, відкриті відомості досліджуваного підприємства.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у запропонованій

системі показників оцінки ефективності маркетингової діяльності для підприємств готельного типу.

Практина значущість роботи полягає в тому, що всі надані рекомендації з удосконалення маркетингової діяльності готелю адаптовані під сучасні обставини та умови господарювання.

Інформаційну базу дослідження становлять дані міжнародної та вітчизняної статистики, законодавчі акти, наукові публікації у фахових виданнях, матеріали науково-практичних конференцій, дані періодичної преси, фінансова звітність досліджуваного підприємства.

Апробація результатів роботи. Основні результати дослідження доповідались, обговорювались і отримали схвалення на Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Topical issues of modernscience, society and education» (м. Харків, 2021 р.).