

Львівський національний університет імені Івана Франка

Географічний факультет

Кафедра туризму

Пояснювальна записка
до магістерської (кваліфікаційної) роботи
Магістр
_____ (освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему :

**Менеджмент і маркетинг як складові успішного функціонування ТОВ
«ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ»**

Виконав: студент II курсу, групи ГРТм-21с

Спеціальності 242 Туризм

Туристична діяльність _____
(шифр і назва напрямку)

Ольшанецький І. Р. _____
(прізвище та ініціали)

Керівник доц. Паньків Н. М. _____
(прізвище та ініціали)

Рецензент _____
(прізвище та ініціали)

ЛЬВІВ – 2023 року

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка
Географічний факультет
Кафедра туризму

Допущено до захисту.
Завідувач кафедри

проф. Мальська М.П.

„_____” _____ 2023 р.

Ольшанецький Ігор Романович

**Менеджмент і маркетинг як складові успішного функціонування ТОВ
«ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ»**

Магістерська робота

Спеціальність 242 Туризм

Спеціалізація – Туристична діяльність

Науковий керівник –
кандидат географічних
наук, доцент
Паньків Наталія Мирославівна

(підпис магістра)

(підпис)

ЛЬВІВ – 2023 року

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1. Концептуальні основи маркетингу та менеджменту в сфері послуг.....	7
1.2. Особливості маркетингової діяльності готельних підприємств.....	22
1.3. Особливості менеджменту готельного господарства.....	31
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ»	39
2.1. Організаційно-економічна характеристика менеджменту готельного підприємства ТОВ «Гранд Готель Львів».....	39
2.2. Визначення особливостей маркетингової діяльності готельного підприємства ТОВ «Гранд Готель Львів».....	57
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ»	64
3.1. Інноваційні засади підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	64
3.2. Пропозиції щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства у віртуальному середовищі.....	78
3.3. Заходи щодо удосконалення якості обслуговування готельного підприємства.....	83
ВИСНОВКИ	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	94
ДОДАТКИ	99

ВСТУП

Сфера послуг є одною з найважливіших сфер діяльності в сучасній економіці. В Україні ринок послуг також швидко розширюється, а попит на послуги зростає. Готельний бізнес є домінуючим невиробничим сектором, проте він стикається з різними проблемами, які можуть здійснити негативний вплив на готельну індустрію та туристичний ринок країни. Одними із прикладів, що негативно вплинули на туристичну сферу є пандемія COVID-19 та війна. Тому виникає необхідність дослідити сучасний стан та потенціал розвитку готельного підприємства ТОВ «Гранд Готель Львів».

Актуальність теми дослідження. У сучасному суспільстві готельний бізнес займає важливе місце та провідну позицію в індустрії туризму, оскільки є її невід'ємною частиною. Готельна індустрія є гнучкою та інноваційною, оскільки потреби людей постійно змінюються. Та потреба ночівлі при подорожах, які тривають довше ніж доба, залишається. Основним джерелом доходу для готельних компаній є надання різноманітного асортименту послуг. Для того, щоб підвищити якість додаткових послуг, готелі звертають увагу на сучасні тенденції та технології і надають високоякісні, актуальні послуги. Розвиток неможливий без дослідження сфери готельного бізнесу та характеризування її сучасного стану. Це допомагає знаходити рушійні важелі для просування до нових тенденцій та інновацій. Готельні послуги почали формуватися з самого початку існування готельного підприємства і лише з плином часу вони розділялися, поєднувалися, класифікувалися, доповнювалися.

Звідси випливає, що актуальність теми кваліфікаційної роботи полягає в тому, що сучасні готельні послуги та підходи до розвитку готельного господарства, вже потребують вдосконалення, оскільки сучасні технології, тенденції та засоби розваг постійно змінюються та відповідно змінюватися має і сама готельна галузь та туристичний бізнес загалом. Для цього й необхідно дослідити управлінську діяльність (менеджмент) та відділ маркетингу готельного підприємства ТОВ «Гранд Готель Львів», аби зрозуміти, які новітні засоби можна запропонувати для подальшого розвитку та конкурентоспроможності готелю на ринку із надання послуг.

При написанні магістерської роботи були використані матеріали з публікацій вітчизняних та наукових вчених: Армстронг Г., Гайванович Н.В., Іванова Л.О., Котлер Ф., Левіна М.О., Мальської М.П, Пандяка І.Г., Мескон М., Альберт М., Черенков В.І., Лотерборн Р.

Метою дослідження є методологічна, теоретична та практична демонстрація організації менеджменту та маркетингу ТОВ «Гранд Готель Львів».

Відповідно до мети дослідження були поставлені наступні завдання:

- проаналізувати теоретичні засади застосування менеджменту та маркетингу;
- обґрунтувати основні методологічні принципи дослідження менеджменту та маркетингової діяльності підприємства;
- проаналізувати менеджмент та маркетингову діяльність підприємства;
- розробити пропозиції щодо удосконалення роботи менеджменту та маркетингової діяльності підприємства.

В контексті менеджменту та маркетингу ТОВ «Гранд Готель Львів» предметом дослідження виступає поєднання теоретичних основ менеджменту та маркетингу готельного бізнесу, аналізу сучасного стану діяльності підприємства ТОВ «Гранд Готель Львів», визначення перспектив та тенденцій для подальшого розвитку готельного підприємства ТОВ «Гранд Готель Львів».

Об'єктом дослідження виступає готельне підприємство ТОВ «Гранд Готель Львів».

Методи дослідження. При виконанні магістерської роботи та проведенні аналізу теоретичного інформаційного поля по менеджменту та маркетингу готельного бізнесу, аналізу діяльності готельного підприємства ТОВ «Гранд Готель Львів», аналізуванні сучасних тенденцій та перспектив розвитку готельного підприємства «Гранд Готель Львів», використовувались такі методи дослідження, як:

теоретичні методи дослідження: аналіз, класифікація та узагальнення даних наукових видань та публікацій з проблеми дослідження, вивчення документації вищих навчальних закладів).

емпіричні методи дослідження: спостереження, аналіз та узагальнення незалежних експертних характеристик, які сприяли вивченню реального стану проблеми у сфері менеджменту та маркетингу готельних послуг, статистична та аналітична обробка даних дослідження.

Магістерська робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У розділі 1 подаються теоретико-методологічні аспекти визначення сутності менеджменту та маркетингу в сфері гостинності на основі вивчення матеріалів наукових робіт сучасних вітчизняних та іноземних науковців.

В розділі 2 аналізується діяльність готельного підприємства ТОВ «Гранд Готель Львів»: виклад основної інформації про підприємство, структура підприємства, функції кожного з підрозділів.

В розділі 3, згідно проведеного дослідження менеджменту та маркетингу готельного підприємства ТОВ «Гранд Готель Львів», наводяться ідеї щодо удосконалення функціонування та подальшого розвитку підприємства.

У висновках коротко викладено основні тези, які характеризують діяльність у сфері менеджменту та маркетингу готельного підприємства ТОВ «Гранд Готель Львів» і перспективи для подальшого удосконалення його функціонування та конкурентоспроможності на туристичному ринку в регіоні.

Магістерська робота доповнена 7 рисунками, 4 таблицями, 16 фото і додатками.

Загальний обсяг магістерської роботи складає 104 сторінки, з яких основного тексту 93 сторінки. Список використаних джерел налічує 50 позицій.

ВИСНОВКИ

Беручи до уваги вищесказане, ми дійшли наступних висновків:

- розвиток менеджменту та маркетингу в готельних підприємствах України є актуальним не лише для забезпечення їхньої конкурентоспроможності, але й для підвищення привабливості країни для туристів та розвитку галузі гостинності в цілому;
- з посиленням конкуренції в галузі туризму, готельне підприємство має змогу змагатися за увагу та лояльність клієнтів, що вимагає впровадження ефективних маркетингових стратегій, а саме заохочувати потенційного споживача завітати саме до вашого закладу, здійснюючи ставку на рекламу додаткових послуг, що пропонуються готелем (СПА-процедури, майстер-класи, проведення днів народжень чи конференцій). Завдяки цьому готельне підприємство зможе не лише забезпечити комфортне перебування гостей, а й заробити кошти для подальшого розвитку;
- довоєнне зростання туристичних потоків Львова сформувало потребу в збільшенні кількості готельних послуг та вдосконалення рівня обслуговування;
- використання цифрових технологій в маркетингу та управлінні готелю «Гранд Готель Львів» може покращити способи комунікації з клієнтами, а також оптимізувати процеси бронювання та управління готельним бізнесом;
- залучення іноземних туристів вимагає використання міжнародних стандартів управління та маркетингу для відповіді на їхні очікування;
- збільшення конкуренції вимагає розробки унікального бренду готелю, що відповідає потребам та очікуванням клієнтів, для цього спостерігаються зусилля відділу маркетингу;
- головною перевагою конкурентоспроможності ТОВ «Гранд Готель Львів» є зручне місцезнаходження готелю з добре розвиненою транспортною інфраструктурою, наявністю гастрономічних закладів та культурно-історичної спадщини;

- готель привертає увагу туристів з різною метою: ознайомлення з об'єктами туристичного показу, культурними особливостями міста, діловою метою (бізнес);

- основними завданнями менеджменту ТОВ «Гранд Готель Львів», що включають в себе ряд ключових аспектів, необхідних для успішного функціонування та розвитку готельного підприємства є наступні: стратегічне управління, якісне обслуговування гостей, управління ресурсами, маркетинг і просування, управління персоналом, сталість якості, фінансовий контроль, інновації та управління ризиками;

- розробка та виконання стратегічних планів для досягнення визначених цілей та посилення конкурентоспроможності готелю;

- забезпечення високого рівня обслуговування для задоволення потреб клієнтів та створення позитивного враження про готель;

- ефективне розподілення фінансових, людських та матеріальних ресурсів для оптимізації функціонування готелю;

- розробка та реалізація маркетингових стратегій для привертання нових клієнтів та утримання існуючих, а також підвищення відомості про готель;

- рекрутинг, навчання, мотивація та управління персоналом, що відповідає вимогам якості обслуговування.

- постійне підвищення рівня обслуговування та стандартів якості, щоб відповідати очікуванням гостей;

- моніторинг фінансових показників та бюджетування для забезпечення ефективного використання ресурсів;

- здійснення постійних зусиль у напрямку впровадження нових технологій та покращень для підвищення ефективності готельного бізнесу;

- виявлення та управління ризиками, пов'язаними з готельною діяльністю, для забезпечення стабільності та безпеки гостей;

- маркетингова діяльність ТОВ «Гранд Готель Львів» спрямована на створення позитивного іміджу готелю, привертання нових споживачів та утримання існуючих, а також підвищення свідомості про бренд. Основними завданнями маркетингу готельного господарства є: брендування та

позиціонування, онлайн-присутність, соціальні медіа та контент маркетинг, проведення маркетингових акцій та промоцій, партнерство та спонсорство, управління відгуками та репутація, аналітика та вдосконалення;

- розробка унікального образу готелю, визначення його цільової аудиторії та позиціонування на ринку;
- розвиток і підтримка веб-сайту, який представляє всі аспекти готелю, включаючи фотографії, послуги та резервацію номерів;
- активна присутність у соціальних мережах для комунікації з клієнтами, розміщення змісту про життя в готелі, ресторанах, подіях тощо;
- співпраця з іншими компаніями, туристичними агентствами чи участь у місцевих подіях для розширення аудиторії та залучення уваги до готелю;
- вимірювання ефективності маркетингових кампаній, аналіз результатів та коригування стратегій для оптимізації результатів.
- направлені маркетингові кампанії на різні сегменти клієнтів (бізнес-подорожі, сімейні відпустки, романтичні відпочинки тощо).

Отже, поставлені вище завдання допомагають зрозуміти, що ТОВ «Гранд Готель Львів» позиціонує себе на ринку з надання готельних послуг як елітний заклад з вишуканими послугами та створюють позитивний імідж, що є необхідним для залучення нових споживачів та утримання уже існуючої аудиторії.

Тому менеджмент і маркетинг формують загальну оцінку гостя від комфортності перебування в даному типі закладів розміщення. І тому чим більше буде позитивних відгуків від тимчасових мешканців готелю, тим вищою буде його привабливість до потенційного споживача.

В менеджменті та маркетинговій діяльності готельного підприємства ТОВ «Гранд Готель Львів» не вистачає достатньої кількості кваліфікованих працівників зі знанням іноземної мови, недостатність контролю за виконанням усіх поставлених цілей та задач керівниками відділів, через що виникають конфліктні ситуації, недостатня кількість програм із залученням додаткових коштів для покращення функціонування готельного підприємства.