

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

# ПАКЕТ РОЗДАТКОВИХ МАТЕРІАЛІВ

## ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

### «ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЮ «RAMADA ENCORE KIEV» М. КИЇВ»

Студента 2 курсу, 1м групи  
спеціальності 073 «Менеджмент»  
спеціалізації «Готельний і  
ресторанний менеджмент»

\_\_\_\_\_

*підпис*

Кривобокова  
Володимира  
Анатолійовича

Науковий керівник  
к.е.н., доцент

\_\_\_\_\_

*підпис керівника*

Расулова  
Алла Миколаївна

Київ - 2018

Таблиця 2.1

## Системний перепис за брендами «Wyndham Hotel Group»

<b>Бренди</b>	<b>Готелі</b>	<b>Номери</b>
Baymont Inn & Suites	449	35135
Days Inn	1777	142304
Dolce Hotels and Resorts	19	4394
Hawthorn Suites by Wyndham	108	10613
Howard Johnson	364	42650
Knights Inn	364	22098
Microtel Inn & Suites by Wyndham	337	24278
Ramada	873	122066
Super 8	2873	180930
Travelodge	415	30622
TRYP by Wyndham	115	16031
Wingate by Wyndham	155	14215
Wyndham Hotels and Resorts	104	25814
Wyndham Garden	109	17467
Wyndham Grand	41	12276
Dazzler Hotels	12	1525
Esplendor Boutique Hotels	10	697
The Trademark Hotel Collection	15	2555
<b>Total</b>	<b>8140</b>	<b>705670</b>

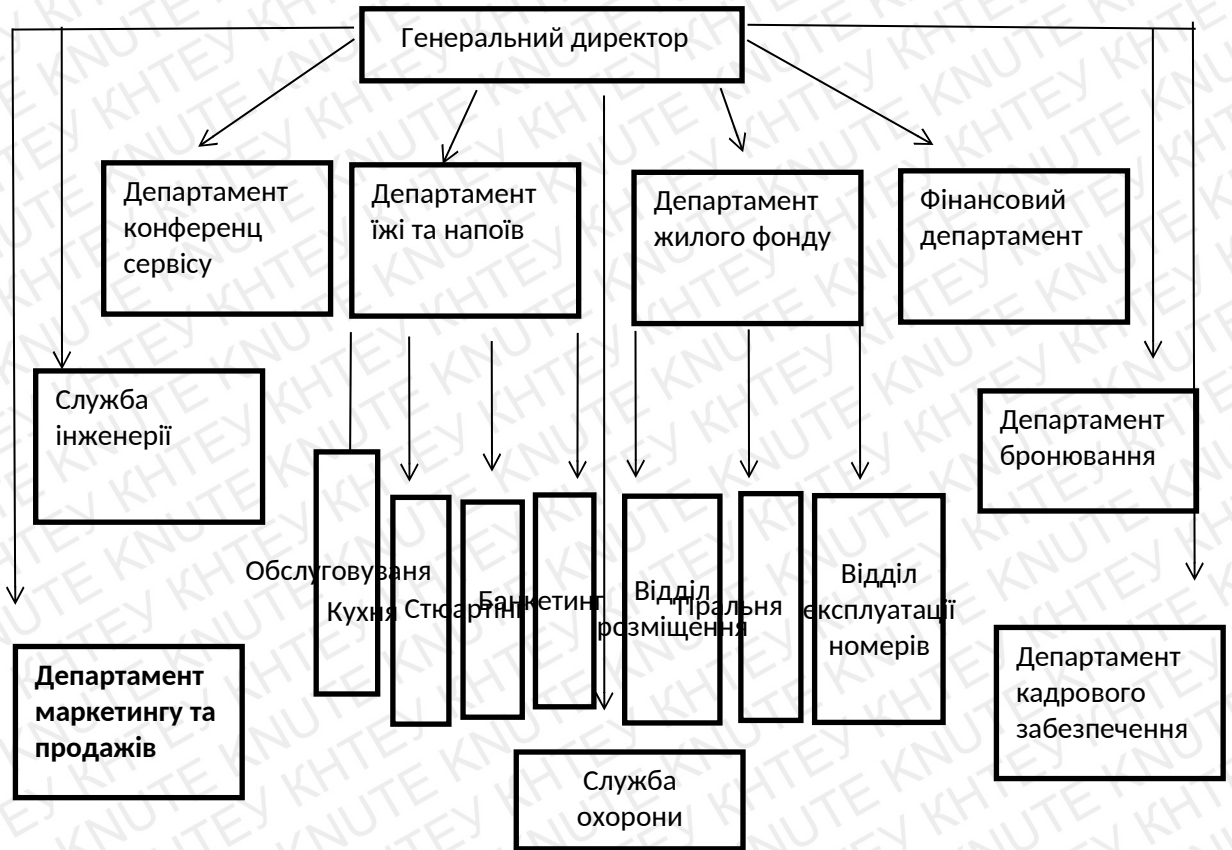


Рис. 2.2. Структура управління готелю «Ramada Encore Kiev»

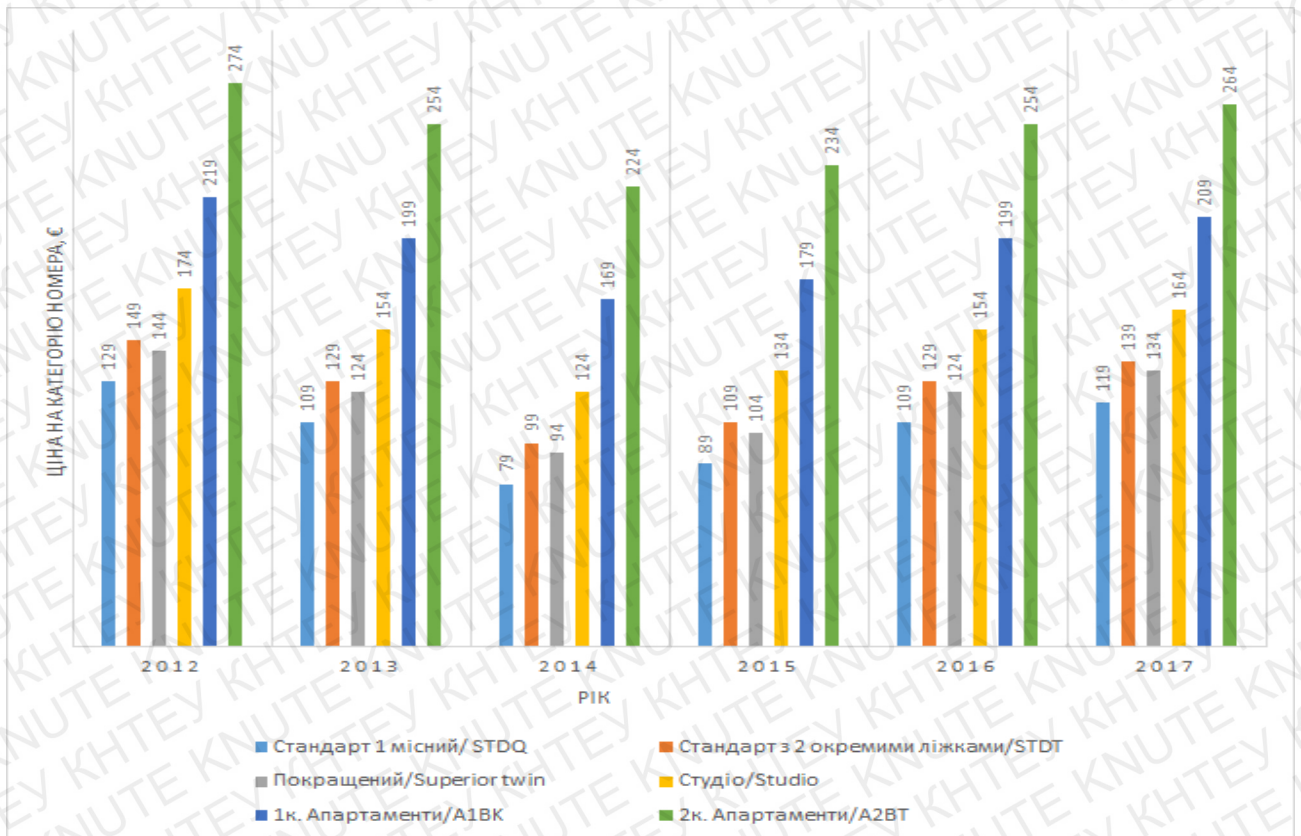


Рис. 2.3. Динаміка середніх цін на номери готелю «Ramada Encore Kiev» за 2012-2017 рр.

Таблиця 2.6

Динаміка фінансових результатів готелю «Ramada Encore Kiev» за 2014-2018 рр., тис. грн.

Показники	Роки					Відхилення			
	2014	2015	2016	2017	Не повний 2018	2018/2014		2018/2017	
						Абсолютне +/-	Відносне, %	Абсолютне +/-	Відносне, %
Продаж номерів	28567	29542	41669	50236	53452	24885,0	187,1	3216,0	106,4
Завантаженість номерного фонду	0,29	0,30	0,42	0,55	0,57	0,3	194,7	0,0	103,9
Номера, що не приїхали до готелю, але були продані	256	302	636	738	921	665,0	359,8	183,0	124,8
ADR (середня варт. номера в день)	754	912	1113	1210	1620	866,1	214,9	410,0	133,9
Room Revenue	19754,7	22918,8	36913,7	49957,7	74456,2	54701,6	376,9	24498,6	149,0
Food&Beverage Revenue	20547,7	30332,5	46993,7	64945,7	75321,7	54774,1	366,6	10376,1	116,0
Total Revenue	40302,4	53251,2	83907,3	114903,4	149778,0	109475,6	371,6	34874,6	130,4

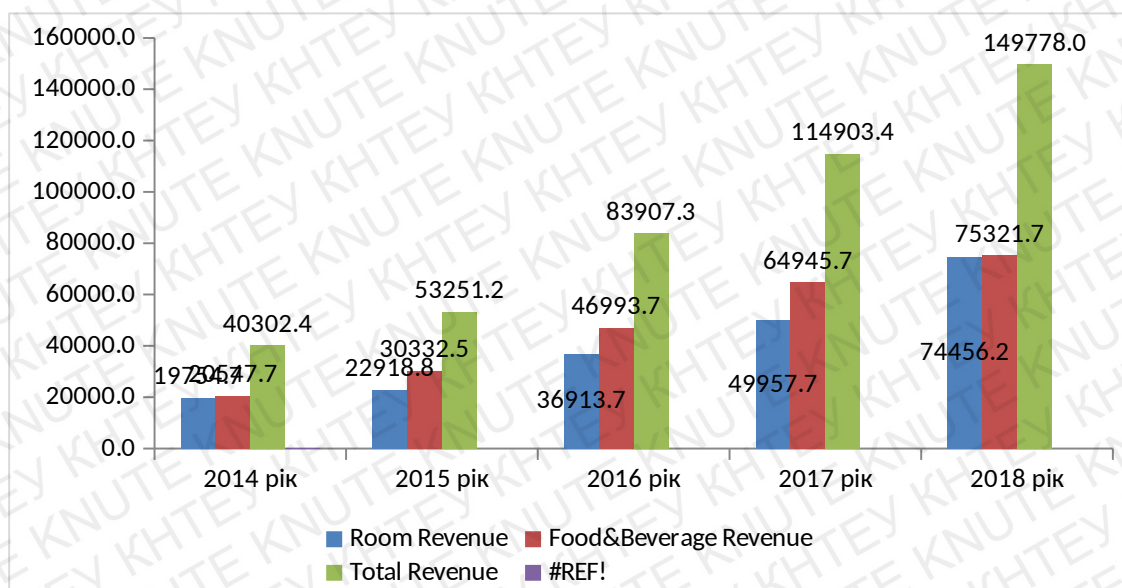


Рис. 2.4. Динаміка результатів фінансово-господарської діяльності готелю «Ramada Encore Kiev» за 2014-2018 рр.

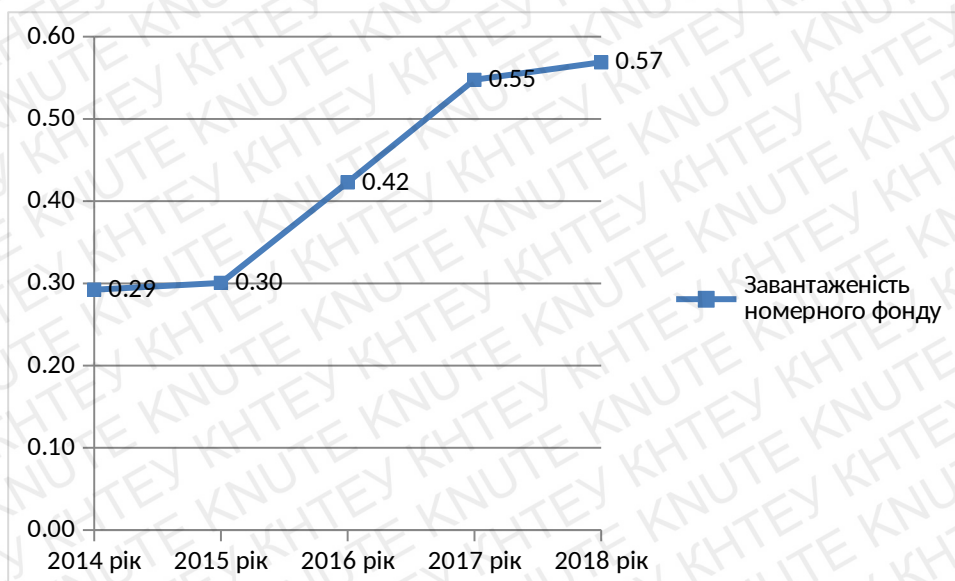


Рис. 2.5. Динаміка завантаженості номерного фонду готелю «Ramada Encore  
Kiev» за 2014-2018 рр.

Таблиця 2.7

**Динаміка розмірів тарифів готелю «Ramada Encore Kiev» за жовтень  
2018 рр.**

Назва номерів та тарифів	К-сть ночей	Прибуток, грн.	Середня ціна номера за ніч, грн..
Усього	4252	12 122 174	2 850,93
<b>Стандартний двомісний номер</b>	<b>2720</b>	<b>6 714 253</b>	<b>2 468,48</b>
<i>Стандартна ставка</i>	1143	2 884 298	2 523,45
<i>Базові не підлягають відшкодуванню</i>	799	1 711 175	2 141,65
<i>Тільки номер</i>	510	1 180 606	2 314,91
<i>Не підлягає відшкодуванню</i>	268	938 173	3 500,65
<b>Стандартний двомісний номер з 2 односпальними ліжками</b>	<b>851</b>	<b>2 199 155</b>	<b>2 584,20</b>
<i>Стандартна ставка</i>	365	910 600	2 494,79
<i>Тільки номер</i>	344	777 085	2 258,97
<i>Не підлягає відшкодуванню</i>	142	511 469	3 601,90
<b>Покращений номер Твін</b>	<b>247</b>	<b>738 571</b>	<b>2 990,17</b>
<i>Стандартна ставка</i>	134	409 148	3 053,35
<i>Тільки номер</i>	79	220 514	2 791,33
<i>Не підлягає відшкодуванню</i>	34	108 907	3 203,17
<b>Апартаменти-студіо</b>	<b>242</b>	<b>997 254</b>	<b>4 120,89</b>
<i>Стандартна ставка</i>	124	447 102	3 605,66
<i>Тільки номер</i>	65	242 614	3 732,53
<i>Не підлягає відшкодуванню</i>	53	307 538	5 802,61
<b>Апартаменти з 1 спальнею</b>	<b>99</b>	<b>578 853</b>	<b>5 847,01</b>
<i>Стандартна ставка</i>	57	261 228	4 582,95
<i>Тільки номер</i>	32	172 002	5 375,09
<i>Не підлягає відшкодуванню</i>	10	145 622	14 562,29
<b>Апартаменти з 2 спальнями</b>	<b>93</b>	<b>894 085</b>	<b>9 613,82</b>
<i>Стандартна ставка</i>	64	408 391	6 381,11
<i>Тільки номер</i>	17	398 142	23 420,17
<i>Не підлягає відшкодуванню</i>	12	87 551	7 295,93

Таблиця 2.8

**Динаміка розмірів тарифів готелю «Ramada Encore Kiev» за жовтень 2018 р.,  
заброньовані через сайт Booking.com**

Показники	На основі бронювань	
	за останні 365 днів	на наступні 365 днів
Кількість заброньованих ночей (станом на 01.10.2018 р. рік)	4224	103
Кількість заброньованих ночей (станом на 01.10.2017 р. рік)	3913	118
Темп приросту	+7.9%	-12.8%
Прибуток від продажу номерів (станом на 01.10.2018 р. рік)	12 062 889 грн.	379 119 грн.
Прибуток від продажу номерів (станом на 01.10.2017 р. рік)	9 778 405	356 088
Темп приросту	+23.3%	+6.4%
Середня ціна номера за ніч (станом на 01.10.2018 р. рік)	2 855,80 грн.	3 680,78 грн.
Середня ціна номера за ніч (станом на 01.10.2017 р. рік)	2 498,95	3 017,70
Темп приросту	+14.2%	+21.9%

Таблиця 2.9

**Топ-10 бронювань номерів готелю «Ramada Encore Kiev» через сайт  
Booking.com**

Країна/регіон	Відсоток бронювань	Середній тариф за день	Середня тривалість перебування	Відсоток скасувань	Середній період від бронювання до заїзду
Усього		2889,68	1,84	26,88 %	7,85
1 Україна	29,29 %	2512,29	1,32	19,25 %	4,92
2 Туреччина	9,28 %	2446,27	2,4	35,66 %	6,99
3 США	5,64 %	2808,05	2,28	41,44 %	11,9
4 Італія	3,75 %	2629,05	2,37	13,92 %	11,82
5 Німеччина	3,73 %	2598,73	2	20 %	11,53
6 Росія	3,66 %	2783,94	1,91	23,36 %	8,54
7 Велика Британія	3,66 %	5738,24	2,15	37,07 %	16,52
8 Китай	3,66 %	2560,82	2,38	38,89 %	8,21
9 ОАЕ	3,57 %	2958,74	2,51	29,07 %	5,89
10 Австрія	3,54 %	3096,99	2,03	8,54 %	7,88

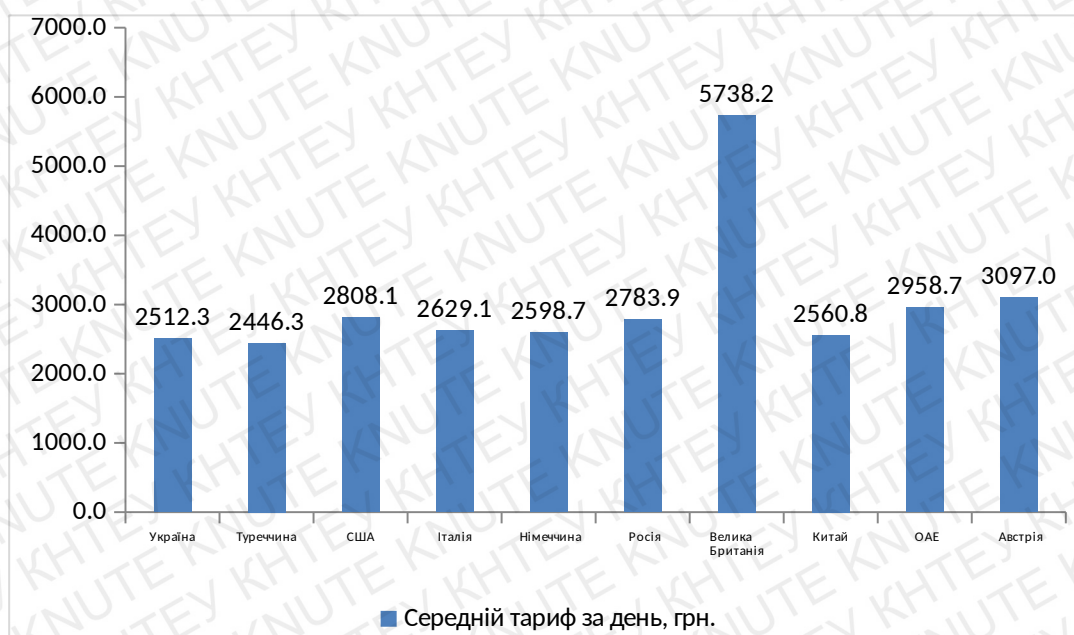


Рис. 2.5. Середній тариф проживання країн, з яких здійснюється бронювання номерів готелю «Ramada Encore Kiev» через сайт Booking.com

Таблиця 2.10

**Статистика бронювань номерів готелю «Ramada Encore Kiev» через Booking.com станом на 01.11.18 р.**

Тип розміщення	Кількість осіб	Середня ціна, грн..	Сніданок
Стандартний двомісний номер	2	4 128	Не включений + 336 грн.
	2	4 579,20	Включений
	1	4 003,20	Включений
Стандартний двомісний номер з 2 односпальними ліжками	2	4 128	Не включений + 336 грн.
	2	4 561,20	Включений
	1	4 003,20	Включений
Покращений номер Твін	2	4 608	Не включений + 336 грн.
	2	5 011,20	Включений
	1	4 435,20	Включений
Апартаменти-студіо	2	5 568	Не включений + 336 грн.
	2	5 875,20	Включений
	1	5 299,20	Включений



Таблиця 2.11

**Статистика бронювань номерів готелю «HyattRegencyKyiv» через  
Booking.com станом на 01.11.18 р.**

<i>Тип розміщення</i>	<i>Кількість осіб</i>	<i>Середня ціна, грн..</i>	<i>Сніданок</i>
Номер з 2 односпальними ліжками	2	12 291,07	Не включений + 980 грн.
	2	13 866,85	Включений
	1	13 078,96	Включений
Номер з 2 односпальними ліжками та видом на собор	2	13 078,96	Не включений + 980 грн.
	2	14 654,74	Включений
	1	13 866,85	Включений
Номер з 1 ліжком розміру "king-size" та доступом до клубу	2	13 871,32	Не включений + 980 грн.
	2	14 659,46	Включений
	1	13 871,32	Включений
Люкс Regency з двоспальним ліжком розміру "king-size"	2	17 018,41	Включений
Представницький люкс Regency	2	23 321,52	Включений

Таблиця 2.12

**Статистика бронювань номерів готелю «Holiday Inn Kiev» через  
Booking.com станом на 01.11.18 р.**

<i>Тип розміщення</i>	<i>Кількість осіб</i>	<i>Середня ціна, грн..</i>	<i>Сніданок</i>
Стандартний номер	2	6 808	Не включений + 525 грн.
	2	7 858	Включений
	1	7 333	Включений
Представницький номер	2	7 392	Не включений + 525 грн.
	2	8 442	Включений
	1	7 917	Включений

Таблиця 2.13

**Статистика бронювань номерів готелю «Aloft Kiev» через Booking.com  
станом на 01.11.18 р.**

<i>Тип розміщення</i>	<i>Кількість</i>	<i>Середня ціна, грн..</i>	<i>Сніданок</i>
-----------------------	------------------	----------------------------	-----------------

	<i>осіб</i>		
Номер Aloft	2	4 525,40	Не включений
	2	5 083,10	Включений
	1	4 827,10	Включений
Номер Aloft із 2 окремими ліжками	2	4 525,40	Не включений
	2	5 083,10	Включений
	1	4 827,10	Включений
Номер "Savvy"	2	5 279,64	Не включений
	2	5 837,33	Включений
	1	5 581,33	Включений
Номер Savvy з 2 окремими ліжками	2	5 279,64	Не включений
	2	5 837,33	Включений
	1	5 581,33	Включений

Таблиця 2.14

**Статистика бронювань номерів готелю «Inter Continental Kiev» через Booking.com станом на 01.11.18 р.**

<i>Тип розміщення</i>	<i>Кількість осіб</i>	<i>Середня ціна, грн..</i>	<i>Сніданок</i>
Класичний двомісний номер з 1 двоспальним або 2 односпальними ліжками	2	12 426	Не включений
Номер "Делюкс"	2	13 407	Не включений
Номер Делюкс із двоспальним ліжком розміру "king-size" та доступом до клубу	2	14 879	Не включений
Представницький клубний номер з двоспальним ліжком розміру "king-size".	2	18 149	Не включений
Люкс Ambassador	2	27 468	Не включений

Таблиця 2.14

**Статистика бронювань номерів готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» через Booking.com станом на 01.11.18 р.**

<i>Тип розміщення</i>	<i>Кількість осіб</i>	<i>Середня ціна, грн..</i>	<i>Сніданок</i>
Номер з двоспальним ліжком розміру "king-	2	9 283,64	Не включений + 946грн.

size"			
Двомісний номер Делюкс із видом на річку	2	10 244,01	Не включений + 946 грн.
Номер FairmontGold	2	11 204,39	Включений
Напівлюкс	2	12 164,77	Не включений + 946 грн.
Представницький люкс Джуніор	2	13 765,39	Включений
Люкс з однією спальною	2	14 085,52	Не включений + 946 грн.
Представницький люкс	2	15 686,15	Включений

Динаміка відгуків

Оцінка за відгуками

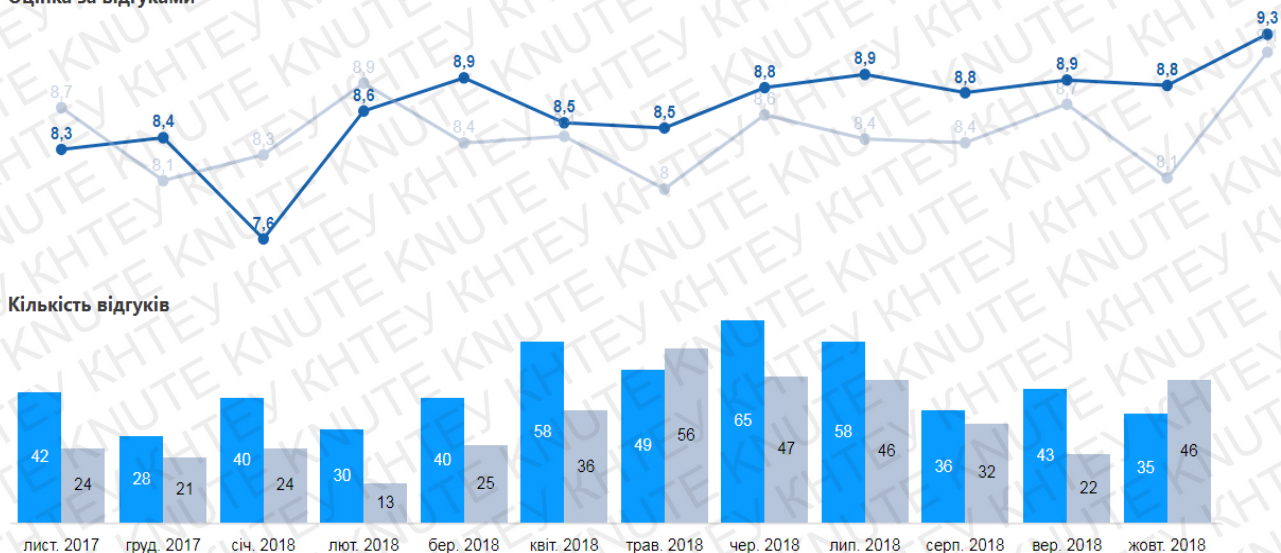


Рис. 2.8. Оцінка помешкання гостей готелю «Ramada Encore Kiev» за лютий 2017 р. по жовтень 2018 р.

Таблиця 2.15

### SWOT-аналіз готелю «Ramada Encore Kiev»

СИЛЬНІ СТОРОНИ (S):	СЛАБКІ СТОРОНИ (W):
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Широкий асортимент послуг;</li> <li>- Позитивний імідж готелю в м. Києві;</li> <li>- Можливість впровадження інновацій;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Плинність кадрів;</li> <li>- Потреба у розширенні спектру додаткових послуг;</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Високий рівень якості послуг;</li> <li>- Висока кваліфікація персоналу;</li> <li>- Мотивація персоналу;</li> <li>- Високий рівень організаційної структури підприємства;</li> <li>- Дотримання стратегії стабільності;</li> <li>- Цінові переваги на ринку;</li> <li>- Наявність бренду;</li> <li>- Ефективна стратегія;</li> <li>- Оптимальна організаційна структура;</li> <li>- Раціональний розподіл керівників відділів;</li> <li>- Залучення інвестицій;</li> <li>- Можливість проведення різних заходів, конференцій, банкетів, семінарів, зустрічей;</li> <li>- Розташування біля бізнес-центру та торгово-розважального центру;</li> <li>- Співпраця з кінотеатром, боулінгом;</li> <li>- Достатня кількість номерів;</li> <li>- Програма лояльності</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Непродумана маркетингова політика;</li> <li>- Пасивна кадрова політика;</li> <li>- Недотримання наказів керівництва;</li> <li>- Відсутність басейну;</li> <li>- Недостатня кількість меблів та посуду для проведення масштабних заходів;</li> <li>- відсутність досліду маркетингових досліджень.</li> </ul>
<b>МОЖЛИВОСТІ (О):</b>	<b>ЗАГРОЗИ (Т):</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розширення асортименту</li> <li>- Розвиток інформаційних технологій</li> <li>- Використання сучасних систем автоматизації</li> <li>- Можливість обслуговування додаткових груп споживачів</li> <li>- Застосування інструментів Інтернет-маркетингу</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Жорстокість конкуренції</li> <li>- Зміна смаків і потреб споживачів</li> <li>- Інфляційні процеси</li> </ul>

Таблиця 3.1

## Динаміка ціноутворення на інтернет рекламу

Вид послуги	Ціна інтернет реклами, грн.		Ефективність, %
	Мінімальна	Максимальна	
Реклама в Facebook	1500	2500	10%
Реклама в Instagram	1500	2000	15%
Виготовлення банерів	1000	3750	10%
Проведення банерної рекламної кампанії	3750	25000	27%
Контекстна реклама Google	800	20000	40%
Розміщення контекстної реклами	2000	12500	33%
Аудит контекстної реклами	2999	4000	11%
Налаштування контекстної реклами	1000	5700	13%
Реклама на Youtube	4000	-	24%

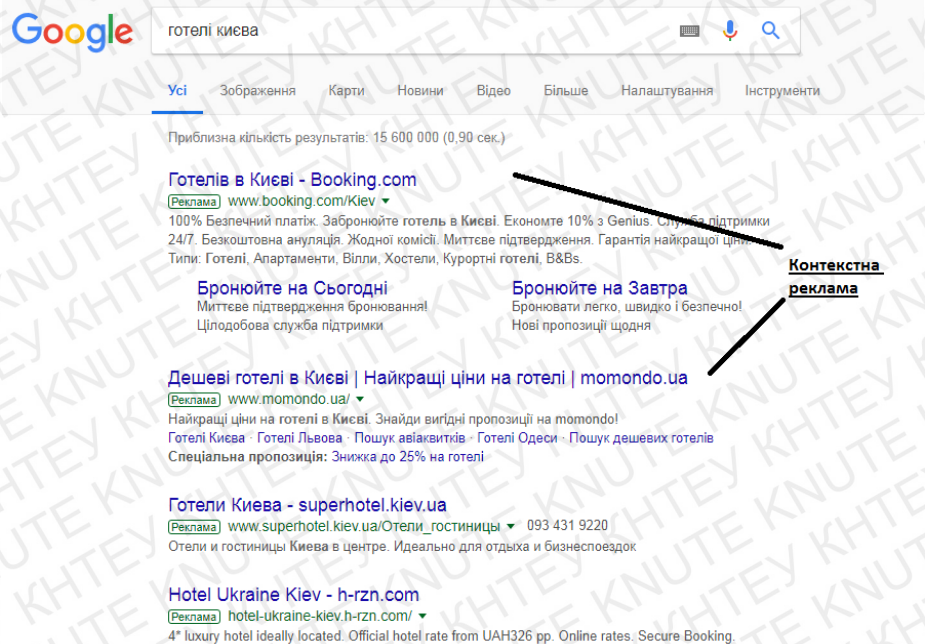


Рис. 3.2. Вид контекстної реклами від Google

**Просування мережі готелю «Ramada Encore Kiev» засобами  
інструментів Інтернет-маркетингу**

№ п/п	Технології Інтернет-маркетингу	Зміст
1	Пошуковий маркетинг	Робота з розміщення банерів на тематичних ресурсах, де цільова аудиторія збігається з цільовою аудиторією сайту готелю.
2	Медійна реклама	Роботи по налаштуванню, проведенню та аналізу рекламної кампанії Google Adwords
3	Social Media Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) більш ефективна розробка стратегії присутності в соціальних мережах і сервісах геолокації, залучення користувачів;</li> <li>b) аналіз ефективності;</li> <li>c) створення груп у соціальних мережах;</li> <li>d) створення каналу на Youtube, розміщення відео;</li> <li>e) реєстрація в instagram;</li> <li>f) проведення акцій «чек-ін» в foursquare;</li> <li>g) робота з репутацією (своєчасна реакція на негативні відгуки на основних інтернет майданчиках);</li> <li>h) e-mail marketing;</li> </ul>
4	Розвиток сайту досліджуваного підприємства	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) створення якогось розділу, необхідного для певної групи цільової аудиторії;</li> <li>b) розробка програмного модуля (калькулятор, особистий кабінет і т. д.);</li> <li>c) контент-маркетинг (розробка статей, підготовка розсилок, анонсування в соціальних мережах).</li> </ul>
5	Аналітика і звітність	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) аналіз ефективності всіх рекламних каналів, підготовка рекомендацій щодо збільшення конверсії;</li> <li>b) налаштування систем аналітики google analytics;</li> <li>c) щомісячна звітність: звіт про виконані роботи, позиціях, конверсіях з сайту;</li> <li>d) аналіз дзвінків, звернень, план робіт на наступний місяць.</li> </ul>

Таблиця 3.5

**Основні переваги електронної брошури в операційній діяльності  
готелю «Ramada Encore Kiev»**

№	Преваги електронного меню	Опис переваг
1	Значно прискорює процес прийому замовлень	Сприяє підвищенню сервісу. Відповідно, чим більше клієнтів може обслужити заклад, тим більший прибуток готель отримає.
2	Збільшення суми середнього чека	У систему вбудовані додаткові пропозиції, які спливають у міру замовлення і звертають на себе увагу клієнта.
3	Зменшення витрат на персонал	Електронна брошура бере на себе найбільшу частину роботи по залу, з цього випливає, що немає необхідності наймати великий штат робітників.
4	Зворотній зв'язок з клієнтами	Це відмінна можливість дізнатися, чого не вистачає відвідувачам, і зробити свій заклад краще і конкурентоздатним.
5	Швидке редагування	Електронна брошура для готелю дозволяє внести правки в список оперативно.
6	Розміщення реклами	В якості додаткового доходу можна використовувати рекламні банери інших підприємств

Таблиця 3.6

**Напрями застосування інноваційної системи TimeKeeper**

Операції відділу кадрів	<ul style="list-style-type: none"> <li>- прийом / звільнення співробітників;</li> <li>- переведення на іншу посаду / в інший підрозділ, зміна посадового окладу;</li> <li>- формування і зберігання бази даних по всім співробітникам підприємства.</li> </ul>
Установка нормативів для кожної категорії співробітників	<ul style="list-style-type: none"> <li>- тривалість робочого дня (min і max);</li> <li>- час перерв залежно від тривалості робочого дня;</li> <li>- тривалість робочого тижня (min і max);</li> <li>- кількість робочих днів у тижні;</li> <li>- перерву між змінами (min);</li> <li>- Режими реєстрації у випадку запізнь, виходів раніше або поза графіком</li> </ul>
Створення майстер-графіків (графіків потреби готелю в персоналі)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- шаблонів майстер-графіків по потребі на певні посади / категорії або групи співробітників;</li> <li>- Укладання майстер-графіків по потребі на певний період;</li> <li>- Можливість завдання винятків із майстер-графіків, сформованих автоматично.</li> </ul>
Створення графіків роботи	<ul style="list-style-type: none"> <li>- формування шаблонів графіків;</li> <li>- створення графіка роботи для конкретної категорії персоналу, посади, зміни;</li> <li>- створення індивідуального графіка роботи для співробітника;</li> <li>- формування зведеного графіка роботи підрозділу;</li> <li>- порівняння побудованих графіків з майстер-графіком.</li> </ul>
Облік відпрацьованого часу	<ul style="list-style-type: none"> <li>- реєстрація приходу і відходу співробітників в системі по персональним магнітними картками, відзначеним на касових або офіціантських станціях, або спеціальному пристрої;</li> <li>- установка обмежень на реєстрацію відповідно до графіка (за потребою);</li> <li>- побудова зведеного табеля персоналу на основі даних по фактично відпрацьованому часу із зазначенням відхилень від заданих нормативів;</li> <li>- побудова індивідуального табеля співробітника;</li> <li>- коректування часу приходу і відходу по кожному співробітнику з фіксацією внесених змін у звітах;</li> <li>- Можливість внесення коментарів до табелю співробітників по виконуваних в робочий час дорученнями.</li> </ul>
Звіти	<ul style="list-style-type: none"> <li>- звіт за графіками - дозволяє врахувати час роботи співробітників за період (при необхідності з розбивкою по днях) на підставі складеного зведеного графіка співробітників (в тому числі і звільнених);</li> <li>- звіт по відпрацьованому часу - надає дані про фактично відпрацьованих співробітником годинах (для розрахунку заробітної плати);</li> <li>- порівняння індивідуального графіка з табелем - відбиває переробки або недоробки співробітника;</li> <li>- відхилення від графіків - показує всі відхилення від запланованих графіків, в тому числі запізнення, не вихід на роботу, вихід раніше графіка або поза графіком і т.д.</li> </ul>



Таблиця 3.7

**Розробка он-лайн програми тренінгу для персоналу**

Назва тренінга	Категорія персоналу	Результат
Бездоганий сервіс	Тренінг для офіціантів, адміністраторів, менеджера - директора	Результатом тренінгу буде підвищення якості обслуговування гостей. Нові практичні навички, етикет, правильне спілкування і багато інших важливих моментів - запорука створення "нових" або збільшення клубу "постійних" гостей. Цей комплексний тренінг корисний готелю, кафе та ресторану будь-якого формату та цінової категорії.
Стати лідером та створити ефективну команду	Тренінг для адміністратора та директора	Тренінг допомагає менеджеру в подоланні труднощів управління персоналом. Лідерство допомагає добитися результату без додаткових витрат за допомогою злагодженої команди. Матеріал складений на основах психології, складний, але необхідний.

Таблиця 3.9

**Оцінка ефективності впровадження системи он-лайн тренінгів на  
прикладі департаменту банкетингу в готелі**

Показники	2018 г.	Прогноз	Зміни
Чисельність персоналу, осіб	53	42	-
Прийнято	10	-	
Звільнено	16	-	
Коефіцієнт плинності кадрів	23,6	12,8	-10,8
Витрати на проведення програми тренінгів, тис.грн.	-	20	+20
Всього витрат	-	30	+11,2
Продуктивність праці, тис.грн	2602	2992,3	390,3
Виручка від реалізації, тис.грн.	193389	198633,4	5244,4
Додатковий дохід за рахунок зростання продуктивності праці, тис.грн.	-	5244,4	-
Економічний ефект тис.грн.	-	5214,4	-