

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА

**СПЕЦИФИКА ПРОДВИЖЕНИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА В
ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Работу выполнила Н.Н. Минаева
Факультет географический
направление 43.03.03 – Гостиничное дело (на базе СПО)

Научный руководитель
доцент, канд. социол. наук Д.В. Жаворонков

Цель дипломной работы - сравнительный анализ и оценка эффективности различных методов продвижения и стимулирования сбыта в гостиничной индустрии.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

изучить теоретический материал отечественных и зарубежных авторов по проблемам продвижения;

рассмотреть практическое применение методов продвижения на примере предприятий гостиничной сферы;

рассмотреть пути повышения эффективности использования методов продвижения услуг гостиничных предприятий;

определить методы оценки экономической и психологической эффективности рекламы;

определить способы оценки эффективности других методов продвижения гостиничных услуг.

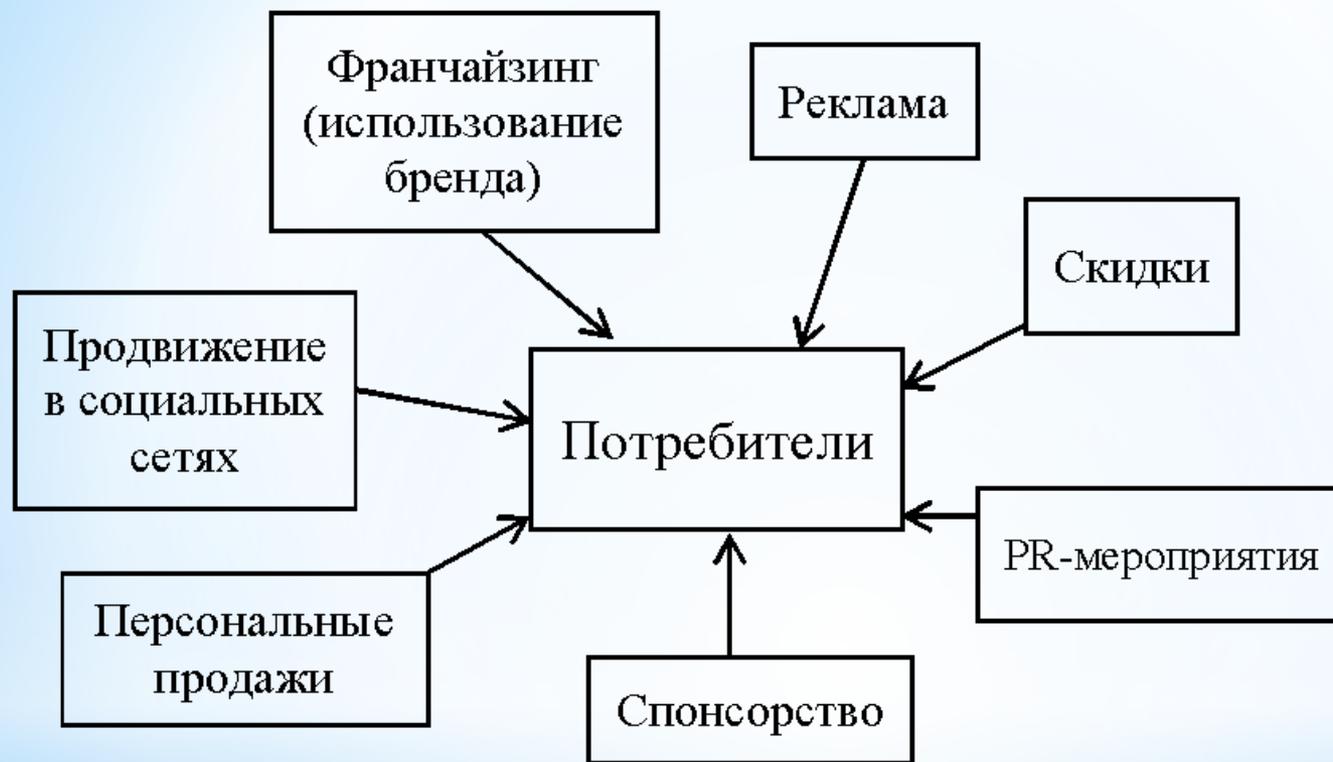


Рисунок 1 – Система методов продвижения и стимулирования спроса

Таблица 1 – Цели стимулирования

ЦЕЛИ		
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ	СПЕЦИФИЧЕСКИЕ	РАЗОВЫЕ
<p>Увеличить число потребителей.</p> <p>Увеличить количество товара, потребителем.</p> <p>Увеличить оборот до показателей, намеченных в плане маркетинга.</p> <p>Выполнить показатели плана продаж.</p>	<p>Ускорить продажу наиболее выгодного товара.</p> <p>Повысить оборачиваемость кого-либо товара.</p> <p>Избавиться от излишних запасов.</p> <p>Придать регулярность сбыту сезонного товара.</p> <p>Оказать противодействие возникшим конкурентам.</p> <p>Оживить продажу товара, сбыт которого переживает застой.</p>	<p>Извлечь выгоду из ежегодных событий (Рождество, Новый год и т.д.).</p> <p>Воспользоваться отдельной благоприятной возможностью (годовщина создания фирмы, открытие нового филиала и т.п.).</p> <p>Поддержать рекламную компанию.</p>

Таблица 2 – Первая десятка корпоративных гостиничных сетей франшизного типа по данным на 2014 г [27].

Компания	Общее число номеров	Число гостиниц франшизного типа	Общее число гостиниц
Cedant	552 528	5200	6624
Choice Hotels International	361 674	4545	4545
Six Continents Hotels	486 321	3200	3312
Hilton Hotels Corp.	308 426	1482	2037
Marriott International	435 983	1321	2463
Carlson Hospitality Worldwide	120 297	726	813
Accor	415774	757	3654
US Franchise Systems	нет данных	500	500
Societe du Louvre	нет данных	409	933
Starwood Hotels & Resosrts Worldwide	224467	313	745

Таблица 3 – Структура типовых франчайзинговых платежей гостиницы

Компания/ Торговая марка	Вступительный взнос в долл. США	Годовой платеж (роялти) (в %)	Ежегодные взносы на маркетинг и продвижение	Плата за подключение к системе бронирования в долл. США
Accor	200 за номер	4% валового дохода от реализации услуг размещения	2% валового дохода от реализации услуг размещения	Сумма не фиксирована, – примерно 8 за бронирование одной ночевки
Choice Hotels International	120 за номер	1-ый год: 1% валового дохода от реализации услуг размещения 2-ой год: 2% валового дохода от реализации услуг размещения 3-ий год: 2,5% валового дохода от реализации услуг размещения 4-ый год и далее: 3% валового дохода от реализации услуг размещения	1% валового дохода от реализации услуг размещения	6 за одну операцию резервирования
Holiday Inn	400 за номер (минимум 30 000)	4% валового дохода от реализации услуг размещения	Фиксированный годовой платеж, 2-3% валового дохода от реализации услуг размещения	Включаются в расходы на маркетинговые исследования и продвижение
Marriott International	300 за номер	4% валового дохода от реализации услуг размещения + 1% от реализации услуг питания и напитков	1,5 % от выручки	12,5 за одну операцию резервирования
Radisson SAS Hotels	Приблизительно 40 000	От 3% валового дохода от реализации услуг размещения	2,5% валового дохода от реализации услуг размещения	11,0 за одну операцию резервирования

Таблица 4 – Участие отеля «Надежда» в туристских выставках в 2014 г. [17]

Название выставки	Время проведения	Место проведения
«Курорты и туризм»	январь,	г. Сочи
«Оздоровление в России и странах СНГ»	февраль	г. Москва
«Лето»	февраль	г. Мюнхен, Германия
МИТТ-2014	март	г. Москва
«Туризм и отдых»	апрель	г. Ростов-на-Дону
«Туризм, спорт, отдых»	апрель	г. Казань
«Дни Краснодарского края в Германии»	апрель	г. Ганновер, Германия
«Зимний отдых»	октябрь	г. Ростов-на-Дону
«Отдых-2014»	октябрь	г. Москва
«Карелия туристская»	ноябрь	г. Петрозаводск
«Санаторно-курортное лечение»	ноябрь	г. Москва