

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА

на тему:

«Формування сприятливого іміджу готельного підприємства»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ГРС-20-2
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
Лісова Є.П.

Керівник: Писарькова В.Р., викл.

м. Дніпро
2024

АНОТАЦІЯ

Лісова Є.П. ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВОГО ІМІДЖУ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Об'єкт дослідження: Імідж готельних підприємств.

Предмет дослідження: Методи та інструменти формування сприятливого іміджу, їх застосування у готельно-ресторанному бізнесі.

Мета роботи: Отримання теоретичних і практичних знань про аспекти формування сприятливого іміджу для готельних підприємств, принципів його роботи та стратегії вдосконалення.

Одержані висновки та їх новизна: виявлено основні аспекти, які впливають на створення сприятливого іміджу готельних підприємств. Розібрано, на прикладі великих гравців ринку, структуру роботи готелів з позитивним іміджем і власним брендом. Наразі питання формування власного бренду у готелях є дуже актуальним. Від стану іміджу залежить прибутковість та конкурентоспроможність кожного підприємства.

Теоретичне та практичне значення виконаного дослідження. Зроблені висновки дозволяють поглиблено розібрати теоретичні питання таких понять як імідж, бренд і репутація. Дозволяють оглянути практичні методи застосування стратегій формування сприятливого іміджу на прикладі великих гравців готельно-ресторанного бізнесу.

Кваліфікаційна робота: 51 с., 6 рис., 23 джерел.

Ключові слова: імідж, бренд, репутація, готельно-ресторанне підприємство, готельні ланцюги.

SUMMARY

LISOVA Y.P. FORMATION OF A FAVORABLE IMAGE OF THE HOTEL ENTERPRISE

The research Image of hotel enterprises.

The research subject of the study is Methods and tools of forming a favorable image, their application in the hotel and restaurant business

The research paper aims of the study is Obtaining theoretical and practical knowledge about the aspects of forming a favorable image for hotel enterprises, the principles of its operation and improvement strategy.

The scientific novelty of the study: the main aspects that influence the creation of a favorable image of hotel enterprises. Using the example of major market players, the structure of hotels with a positive image and their own brand is analyzed. Currently, the issue of forming one's own brand in hotels is very relevant. The profitability and competitiveness of every enterprise depends on the state of the image.

Theoretical and practical significance of the performed research. The conclusions made allow for an in-depth analysis of theoretical issues of such concepts as image, brand and reputation. They allow to review the practical methods of applying strategies for the formation of a favorable image on the example of major players in the hotel and restaurant business.

The degree paper amounts 50 pages. It is illustrated with 6 figures, 23 references are used.

Keywords: image, brand, reputation, hotel and restaurant enterprise, hotel chains.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність іміджу підприємства

1.2 Складові формування іміджу та його вплив на готельне господарство

1.3 Методики і стратегії формування іміджу підприємства

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРИНЦИПІВ РОБОТИ ТА ВПЛИВУ ІМІДЖУ НА ПРИКЛАДІ НАЙВІДОМШИХ ГРАВЦІВ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

2.1 Фактори, що заважають та допомагають при формуванні сприятливого іміджу готельного підприємства

2.2 Загальні характеристики, які формують сприятливий імідж на прикладі найпопулярніших готельних мереж світу

2.3 Стан іміджу відомих готельних підприємств в сучасних умовах

РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЙ СТВОРЕННЯ СПРИЯТЛИВОГО ІМІДЖУ

3.1 Визначення внутрішніх стратегій формування сприятливого іміджу: персонал, послуги, інтер'єр

3.2 Обґрунтування зовнішніх стратегій формування сприятливого іміджу: маркетинг, PR

3.3 Визначення та вдосконалення способів дослідження стану іміджу власного підприємства

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ