

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра менеджменту організацій

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 073 "Менеджмент"
за магістерською програмою професійного спрямування
"Менеджмент організацій"

на тему: «Формування стратегії розвитку готельного підприємства на
засадах клієнтоорієнтованого підходу»»

(назва теми)

Виконавець:

студентка факультету менеджменту та
інформаційних технологій

Комарцов Олександр Дмитрович

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

К.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Балабаш Ольга Сергіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми.

Значущість готельного бізнесу у розвитку економіки країни зумовлюється тим, що він є важливою складовою туристичної індустрії, сприяючи залученню інвестицій, створенню робочих місць та розвитку інфраструктури. На сьогодні проблеми в готельній галузі пов'язані зі складною економічною ситуацією, нестабільністю, що обумовлена соціально-політичними та військовими факторами. Це негативно впливає на діяльність підприємств, знижує їхню конкурентоспроможність і стійкість. У таких умовах особливої актуальності набувають дослідження щодо формування стратегії розвитку готельних підприємств на засадах клієнтоорієнтованого підходу, що дозволяє за рахунок покращення обслуговування та задоволеності персоналу, забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність на ринку.

Метою кваліфікаційної роботи є теоретичне дослідження основ формування стратегії розвитку підприємства та практичне застосування отриманих теоретичних знань у процесі формування стратегії розвитку готелю "Фредерік Коклен".

Завдання дослідження:

- дослідити сутність клієнтоорієнтованого управління;
- дослідити тенденції розвитку сфери гостинності України;
- визначити стратегічну позицію готелю "Фредерік Коклен";
- розробити рекомендації щодо формування стратегії розвитку готелю "Фредерік Коклен";
- провести оцінювання ефективності запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є готель "Фредерік Коклен".

Предметом дослідження є процес формування стратегії розвитку підприємства.

Наукова новизна дослідження полягає в розробці методичного підходу формування стратегії розвитку готельного підприємства, що на відміну від існуючих дозволяє врахувати рівень клієнтського досвіду і клієнтоорієнтованості персоналу підприємства, та врахувати специфіку діяльності підприємств сфери гостинності.

Теоретичною основою кваліфікаційної роботи є роботи українських та зарубіжних науковців, навчальні підручники, монографії, матеріали нормативних документів, наукові статті. Аналітичний розділ роботи побудований на основі внутрішньої документації підприємства, а саме: Статуту підприємства, форми фінансової і статистичної звітності, внутрішніх положень підприємства. У роботі використані офіційна інформація Держкомстату України та дані статистичної та

фінансової звітності підприємств роздрібною торгівлі, дані мережі Internet, власні аналітичні розрахунки. Обробка даних здійснювалася за допомогою сучасних інформаційних технологій.

Практична значимість роботи полягає в можливості використання розроблених рекомендацій для формування стратегії розвитку готельних підприємств.

Методи досліджень, використані в кваліфікаційній роботі, включають: метод абстрагування - для уточнення сутності поняття «клієнтоорієнтованість»; SWOT-аналізу - для визначення факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на діяльність підприємства; методи економічного аналізу – для оцінки фінансового стану підприємства, Графік Ганта – дослідження процесу запровадження чат-боту.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (60 найменувань) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 80 сторінок. Основний зміст викладено на 69 сторінках. Робота містить 26 таблиць, 15 рисунків.

Основні результати роботи опубліковані:

Комарцов О. Д., Балабаш О. С. Клієнтоорієнтованість підприємства: підходи до визначення // О. Комарцов, О. Балабаш – Актуальні проблеми менеджменту: матеріали VIII студентської конференції, листопад 2024 р. – Одеса, ОНЕУ, 2023. – С. 48-51.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи стратегії розвитку підприємства»* досліджено основні наукові підходи до визначення поняття «розвиток», а також особливості процесу формування стратегії розвитку підприємства.

У другому розділі *«Загальна характеристика та стратегічна позиція готелю «Фредерік Коклен»* надано загальну характеристику та аналіз фінансово-господарської діяльності готелю "Фредерік Коклен", визначено стратегічну позицію.

У третьому розділі *«Формування стратегії розвитку готелю "Фредерік Коклен" на засадах клієнторієнтованості»* розроблено рекомендації щодо формування стратегії розвитку готелю "Фредерік Коклен" та проведено оцінювання ефективності запропонованих заходів.

ВИСНОВКИ

1. За результатами дослідження сфери гостинності України, було встановлено, що протягом 2019–2023 років сфера гостинності зазнала значних змін. Пандемія спричинила скорочення кількості працюючих готелів, зниження попиту та заморожування багатьох інвестиційних проектів. У 2021 році

внутрішній туризм сприяв частковому відновленню, але війна у 2022 році стала найбільшим викликом для ринку. Багато готелів закрилося або перепрофілювалося під житло для біженців. Відновлення галузі розпочалося у 2023 році, переважно в західних регіонах України, що свідчить про стійкість індустрії до кризових ситуацій.

2.Об'єктом дослідження є готель «Фредерік Коклен» — це елегантний бутік-готель у центрі Одеси, що відзначається високими стандартами обслуговування та унікальною атмосферою. Основними послугами є проживання та харчування, а також надається низка додаткових сервісів, таких як сніданки, трансфери, екскурсії, консьєрж-сервіс та інтернет. Аналіз фінансових показників за 2021-2023 роки свідчить про стабільну ліквідність і фінансову стійкість підприємства. Рентабельність також продемонструвала зростання, що свідчить про підвищення ефективності діяльності готелю у 2023 році..

3.За результатами проведеного SWOT – аналізу було досліджено внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства. Встановлено, що найвагоміші сильні сторони підприємства є Стан номерного фонду та Рівень компетентності персоналу. Найвагомішою слабкою стороною - Обмежене використання технологічних новацій. Побудований вектор спрямованості направлений в сектор ST (загрози/сильні сторони). Це говорить про те, що готель «Фредерік Коклен» володіє переліком сильних сторін, які переважають слабкі сторони. При цьому у зовнішньому середовищі вплив загроз є переважаючим порівняно з можливостями розвитку. Заходи мають бути направлені на подолання загроз зовнішнього середовища за рахунок реалізації внутрішнього потенціалу розвитку. Доцільною стратегією є нівелювання впливу зменшення попиту шляхом використання технологічних новацій, з огляду доступності їх на ринку.

4. За результатами дослідження рівня клієнтоорієнтованості готелю було встановлено, що показник клієнторієнтованості персоналу становить 0,73, що відповідає «нейтральному рівню». Найнижчі бали отримано за частковими показниками відповідності роботи очікуванням, готовність виконувати додаткові доручення (завдання). Показник клієнтського досвіду гостя дорівнює 0,72, що відповідає також «нейтральному рівню». Низькі бали отримано за параметрами швидкість та оперативність обслуговування, система бронювання та резервування, зусилля витрачені на вирішення проблем, які могли виникнути під час відвідування закладу.

5. За результатами побудови Карти клієнт-орієнтованості готелю «Фредерік Коклен» було визначено, що координати точки на матриці становлять (0,73;0,72), відповідно позиція на матриці відповідає нейтральному клієнтському досвіду та нейтральному значенню клієнтоорієнтованості персоналу . Стратегія підприємства

має бути направлена на суттєве удосконалення функціональної якості та клієнтоорієнтованості персоналу.

6. Розроблено заходи з формування стратегії підприємства на засадах клієнтоорієнтованості, що полягають у запровадженні чат-боту у процес обслуговування клієнтів. Чат-бот може використовуватися для: бронювання та прийому замовлень, автоматизації оброблення замовлень, обслуговування під час реєстрації, обслуговування клієнтів під час перебування у готелі, інформаційний супровід та забезпечення зворотнього зв'язку.

Розроблено логічну карту запитів у чат-боті готелю «Фредерік Коклен». Вона визначає, як чат-бот обробляє різні запити користувачів і спрямовує їх до конкретних відповідей або дій. Вона використовується для забезпечення зрозумілої та логічної взаємодії між користувачем і системою. Дана карта відображає, як бот може реагувати на найпоширеніші запити клієнтів, мінімізуючи необхідність втручання персоналу.

7. З метою формалізації процесу запровадження чат-боту побудовано алгоритм найпоширенішого запиту «бронювання номеру». Нами відображено етапи реалізації процесу бронювання, а також розглянуто можливі варіанти взаємодії з клієнтом на кожному з обґрунтованих етапів. Основними етапами процесу визначено: запит про наміри, вибір типу номера, вибір дати заселення та від'їзду, збір персональних даних, підтвердження бронювання, запит на оплату та додаткові запити. Особливістю алгоритму бронювання номеру у готелі через чат-бот є розроблене меню дій, які може обрати клієнт та варіанти відповідей чат-боту у корпоративному стилі спілкування.

8. З метою візуалізації плану проєкту запровадження чат-боту, та керування термінами етапів побудовано графік Ганта. Нами визначено 6 етапів реалізації процесу та розраховано, що загальна тривалість процесу становитиме 41 день.

9. За результатами розрахунку витрат на реалізацію встановлених етапів було визначено, що запропоновані заходи є ефективними. У результаті реалізації запропонованих заходів відбувається збільшення прибутку підприємства на 424,87 тис.грн.

АНОТАЦІЯ

Комарцов Д. О.. «Формування стратегії розвитку готельного підприємства на засадах клієнтоорієнтованого підходу»,
кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 073 "Менеджмент" за магістерською програмою «Менеджмент організацій»,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2024 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – ТОВ «ФРЕДЕРІК КОКЛЕН». У роботі розглядаються теоретичні аспекти формування стратегії розвитку підприємства.

Проаналізовано тенденції розвитку ринку напоїв в Україні, фактори, що впливають на розвиток ТОВ «ФРЕДЕРІК КОКЛЕН».

Розроблено рекомендації з формування стратегії розвитку підприємства.

Ключові слова: підприємство, стратегія, стратегія розвитку, торгівля, готельне підприємство, управління.

ANNOTATION

Komartsov D. O. "Formation of a hotel enterprise development strategy based on a customer-oriented approach",
thesis for Master degree
in specialty 073 «Management » under the program «Management of Organizations»,
Odessa National Economic University
Odessa, 2024

Thesis consists of three chapters. Object of study LLC «FREDERICK COCLIN».

Diploma thesis deals with theoretical aspects of the formation of the company's development strategy.

Trends in the development of beverage market in Ukraine, factors influencing the development of LLC " FREDERICK COCLIN " were analyzed.

Recommendations for the formation of the company's development strategy have been developed.

Key words: enterprise, strategy, development strategy, hotel enterprise, management.