

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра туристичного і готельно-ресторанного бізнесу
(найменування кафедри)

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
проф. Герасименко В.Г.

(підпис)
“ ____ ” _____ 2017р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 242 «Туризм»
(шифр та найменування спеціальності)
за магістерською програмою професійного спрямування
«Економіка та управління туристичною діяльністю»
(назва магістерської програми)
на тему: «Шляхи підвищення конкурентоспроможності готелю
«Grand Pettine»»
(назва теми)

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки
Герганова Маргарита Пилипівна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

к. е. н., доцент
(науковий ступінь, вчене звання)
Нездоймінов Сергій Георгійович
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	6
1.1. Сутність понять «конкуренція», «конкурентоспроможність», «конкурентна перевага» готельного підприємства.....	6
1.2. Конкурентоспроможність готельного підприємства і фактори, що на неї впливають.....	13
1.3. Наукові підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу.....	24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «GRAN PETTINE»	29
2.1. Загальна характеристика і організаційна структура готелю «Grand Pettine».....	29
2.2. Діагностика економічної діяльності готелю «Grand Pettine»	38
2.3. Аналіз конкурентного середовища і визначення конкурентних позицій готелю «Grand Pettine».....	44
РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ ЗАХОДІВ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЮ «GRAND PETTINE»	53
3.1. Механізм формування лояльності споживачів готельних послуг на засадах маркетингу відносин у готелі «GrandPettine».....	53
3.2. Обґрунтування впровадження дисконтної системи в готелі «Grand Pettine» на базі програмного продукту.....	68
ВИСНОВКИ	78
Список використаних джерел	81

ВСТУП

Актуальність теми полягає в тому, що в даний час спостерігається високий рівень конкуренції між готельними підприємствами, що представляють послуги різного класу. У зв'язку з постійно зростаючою конкуренцією між готелями і готельними мережами, неминучим є необхідність підвищення результативності роботи готельних підприємств шляхом формування комплексу заходів таких як, впровадження інноваційних методів та технологій в діяльність готелів та управління ними, підвищення якості обслуговування клієнтів, підвищення професіоналізму співробітників. Все це дозволить підприємствам готельного бізнесу досягти конкурентних переваг і тим самим підвищити свою конкурентоспроможність.

Метою роботи є розробка і економічне обґрунтування шляхів підвищення конкурентоспроможності готелю «Grand Pettine».

Для досягнення поставленої мети треба *вирішити наступні завдання:*

- розкрити сутність понять «конкуренція», «конкурентоспроможність», «конкурентна перевага» готельного підприємства;
- з'ясувати фактори, які впливають на конкурентоспроможність готельних підприємств;
- визначити наукові підходи щодо оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу;
- охарактеризувати сучасний стан готелю «Grand Pettine»;
- проаналізувати економічну діяльність готелю «Grand Pettine»;
- провести оцінку конкурентоспроможності готелю «Grand Pettine»;
- запропонувати механізм формування лояльності споживачів готельних послуг на засадах маркетингу відносин у готелі;
- обґрунтувати впровадження дисконтної системи в готелі «Grand Pettine» на базі програмного продукту.

Об'єкт дослідження – процес підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства.

Предмет дослідження – теоретико-методичні та прикладні засади формування механізму підвищення конкурентоспроможності підприємства готельного господарства.

Основу дослідження становлять наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, де відображено фундаментальні положення щодо управління конкурентоспроможністю підприємств готельної галузі. Теоретико-методологічною базою дослідження є загальнонаукові та спеціальні методи пізнання.

В кваліфікаційній роботі були використані наступні *методи*: теоретичні (пояснення, класифікація, синтез) це стосується першого розділу, де мова йде про теоретичні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу. Для того, щоб визначити сучасний стан готелю був використаний метод аналізу. Для оцінки конкурентного середовища був використаний метод побудови «карти стратегічних груп». Далі для визначення конкурентоспроможності готелю був використаний метод експертних оцінок, графічний метод побудови «багатокутника конкурентоспроможності» та метод «SWOT– аналізу». Також в роботі присутні табличний і графічний методи для наочного представлення даних. В останньому розділі використані математичні методи для того, щоб обґрунтувати впровадження запропонованих заходів підвищення конкурентоспроможності.

Інформаційною базою дослідження є статистична, фінансова звітність підприємства, наукова вітчизняна і зарубіжна література з досліджуваної проблеми; законодавчі та нормативно-правові акти України; монографічні дослідження та наукові статті з питань підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу.

Публікації та апробація результатів дослідження.

Герганова М.П. Аналіз конкурентного середовища та визначення конкурентних переваг готелю. // М.П. Герганова, С.Г. Нездоймінов//Сучасні тенденції розвитку української науки: Всеукр. наук.конф., 21-22 грудня 2017 р., Переяслав-Хмельницький // Матеріали наукової конференції – Переяслав-Хмельницький, 2017. – Вип. 10 – С.144-150.

Герганова М.П. Интерактивный маркетинг в деятельности музея//Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу: Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2017 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2017. – С.328-331.

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів основного тексту. У першому розділі розкриваються науково-теоретичні засади забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу, визначаються наукові підходи до стратегічного управління в сфері готельного бізнесу. У другому розділі проведено економічну діагностику підприємства «Grand Pettine». Проведений аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства та його конкурентного середовища. У третьому розділі запропоновано комплекс заходів щодо підвищення конкурентоспроможності готелю.

Практична значимість роботи полягає в тому, що запропоновані заходи щодо підвищення конкурентоспроможності дозволять підприємству поліпшити якість послуг, що надаються, скоротити витрати, пов'язані з діяльністю готелю, поліпшити якість обслуговування гостей, тим самим забезпечити підприємству збільшення чистого прибутку.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі здійснено обґрунтування теоретичних і методичних засад, розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення діяльності підприємства готельного господарства в сфері підвищення загальної конкурентоспроможності. У результаті проведеного дослідження сформульовано такі висновки:

1. Узагальнено теоретичні підходи до визначення сутності понять «конкуренція», «конкурентоспроможність» та «конкурентна перевага» готельного підприємства. Ці три розглянутих поняття тісно взаємопов'язані між собою. Для підприємств готельного бізнесу характерна висока ступінь конкуренції. Для того, щоб функціонувати в таких умовах, підприємства повинні бути конкурентоспроможними. Багато в чому забезпечити цю конкурентоспроможність допоможуть конкурентні переваги, якими готельне підприємство володіє.

2. Визначено, що конкурентоспроможність готельного підприємства – це узагальнююча характеристика стійкості підприємства. Були визначені чотири групи факторів, які формують і в свою чергу впливають на конкурентоспроможність. Але перераховані фактори потрібно не просто мати, а постійно працювати над їх якістю. Ні в якому разі не потрібно забувати про процес управління, однією з головних функцій якої є контроль.

3. Встановлено, що перш ніж планувати діяльність будь-якого підприємства, необхідно оцінити його конкурентне положення. Це дасть можливість реалістичне намітити напрямки необхідних змін, що сприятимуть придбання конкурентних переваг. Конкурентоспроможність готельних підприємств треба оцінювати комплексно за всіма критеріями й напрямками діяльності, отже, можливе застосування декількох методів одночасно.

4. Розглянуто особливості й умови удосконалення організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю готельного підприємства.

5. Здійснено аналіз економічного стану розвитку готелю. Незважаючи на всі переваги готелю, його економічна діяльність в 2015 та в 2016 роках була збитковою, майже по всіх показниках простежується негативна тенденція. В 2015 році збиток підприємства становив 1563,3 тис. грн. В 2016 році збиток виріс на 472,8 тис. грн. або на 30,2 % і становив 2036,1 тис. грн.

6. Проаналізувавши конкурентне середовище готелю «Grand Pettine», з'ясовано що конкуренція в цьому сегменті послуг дуже висока. Існують реальні конкуренти, які випереджають за багатьма факторами наш готель. За результатами SWOT – аналізу встановлено, що окрім сильних сторін, готель має також велику кількість слабких сторін, які негативно впливають на діяльність усіх підрозділів готелю. В умовах глобальної конкуренції найбільш реальним засобом існування будь-якого підприємства готельного господарства є реалізація стратегії сталого розвитку на основі інтегрованого, комплексного механізму управління підприємством, орієнтованого на побудову довготермінових відносин зі споживачами.

7. Запропоновано інструменти щодо формування програми лояльності споживачів готельних послуг на засадах маркетингу відносин у готелі «Grand Pettine». Програма лояльності, нами визначено як комплекс маркетингових заходів для розвитку повторних продажів готельних послуг, існуючим клієнтам в майбутньому, продажу їм додаткових послуг, просування корпоративних ідей і цінностей, інших видів потенційно прибуткової поведінки. Програма лояльності - це дієвий інструмент управління відносинами з клієнтами. Запропонована програма дозволяє збільшити частку постійних клієнтів і поліпшити фінансові показники готелю.

8. Розроблено заходи щодо впровадження дисконтної системи в готелі «Grand Pettine» на базі програмного продукту «Сервер ККМ». Розраховано економічний ефект запропонованого заходу. За результатами розрахунків, індекс рентабельності, пропонованого проекту автоматизації програми лояльності клієнтів в готелі «Grand Pettine» складе 140,6. Прогнозований термін окупності – 0,08 року.

Наведені результати дослідження дозволяють зробити загальний висновок про те, що програма лояльності, може бути впроваджена і спрямована на забезпечення конкурентних переваг готельного підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Хазиахметов Б.З. Проблемы конкурентоспособности в современной экономике/ Б.З. Хазиахметов //Журнал проблемы современной экономики.[Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.m-economy.ru>
2. Функції конкуренції. [Электронный ресурс]. - Режим доступа:<http://www.uaeconomic.com/ulens-1199-1.html>
3. Герасименко В. Г. Конкурентоспроможність підприємств туристичного бізнесу: конспект лекцій.
4. Портал про гостиничный бизнес. [Электронный ресурс]: Режим доступа:<http://prohotel.ru>
5. Что такое конкурентоспособность. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic>.
6. Конкурентоспособность. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://studbooks.net>
7. Тимохина Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов: учебное пособие. М.: ООО «Книгодел»: МАТГР, 2005. — 288 с.
8. Позитивный имидж как фактор конкурентоспособности гостиничного предприятия. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>
9. М.В. Полевая, Третьякова А.Н. Управление персоналом в гостиничном сервисе: Учебник. М: Академия, 2014.С 158.
10. Конкурентоспособность гостиничных предприятий. Учебно-методическое пособие, 2007 год. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.stroimhotel.ru/files/pdf/metodology/metod/04.pdf>
11. Наукові підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://infopedia.su/11x4f00.html>
12. Готель «Grand Pettine». [Электронный ресурс]: Режим доступа:<http://grand-pettine.odessa-hotels.com.ua/>

13. Конкуренція в готельному бізнесі. [Електронний ресурс]: Режим доступу: [//prohotel.ru](http://prohotel.ru)
14. Готелі Одеси, які розташовані поблизу моря. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.odessahotels.ru/gostinicy-odessa-u-morja.htm>
15. Відомості про вартість проживання та якість обслуговування в готелях. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <https://www.tripadvisor.ru/>
16. К.І. Ладиченко. Роль управління якістю у формуванні позитивного іміджу підприємства готельного господарства.
17. Организация и управление гостиничным бизнесом/ Под. ред. А.Л. Лесника, М.: Интел Универсал, 2009.
18. Гостиничный маркетинг. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://hotelier.pro>
19. Скобкин С.С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: Учебно-практич. пособие. — М.: Юристъ, 2010.— 224 с.
20. Мазаракі А.А., Пугачеський Г. Модель Кано в системах управління якістю // Стандартизація, сертифікація, якість. — 2004 — № 3. — С. 55—58.
21. Все про програми лояльності в готелях: огляди, кращі практики та рекомендації. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://ngmsys.com/review/hotel-loyalty-programs-review>
22. Михайлова-Изипорина В.С., Радыгина Е.Г. Повышение лояльности потребителей гостиничных услуг. 2016 г. с.59
23. Дисконтна система на базі ПЗ Сервер ККМ. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.vostok.dp.ua/ukr/infa1/Avtomatizatsiya/diskont-v-kkm/>
24. Галасюк С. С. Заходи щодо забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства Одеської області / С. С. Галасюк, О В. Гусєва // Економіка та управління національним господарством: стан, тенденції та

- перспективи: тези доповідей I Міжнародної наук.-практ. конф. (29-30.05.2014). – Одеса: Пальміра, 2014. – С. 66-68.
25. Маркетинговий аналіз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_m/marketing_analysis/ .
26. Тимохіна Т.Л. Організація прийому і обслуговування туристів : Конкуреноспроможність готельних підприємств. [Навчально-методичний посібник]. - 2005. — 288 с.
27. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. професора В.Г.Герасименко.– Одеса: Астропринт, 2013.–334 с.
28. Готельна справа та побутове обслуговування. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://myreferat.net/referats/919/8457>
29. Всі прапори в гості: чим живе готельний бізнес в українських реаліях: економічна стаття [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/opinions/1404341-vse-flagi-v-gosti-chem-zhivet-gostinichnyj-biznes-v-ukrainskih-realiyah>
30. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
31. В Україні перший еко-сертифікований готель – Radisson Blu // Туристичні новини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourismnews.com.ua/news-235.html>.
32. Остапенко Я.О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://global-national.in.ua/archive/8-2015/256.pdf>
33. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. — Одеса: ОНЕУ, 2016. — 262 с.
34. Гаврилюк С. П. Конкуреноспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: навч. посіб. / С. П. Гаврилюк. – К.: Київ. нац. торг. -екон. ун-т, 2006. – 180 с.

35. Регіональні показники. Статистична інформація. Головне управління статистики в Одеській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>
36. Галасюк С. С. Оцінка конкурентоспроможності підприємств готельного господарства Одеської області / С. С. Галасюк // Економіка. Управління. Інновації. Сер. : Економічні науки : електрон. наук. фах. вид. – Житомир: ЖДУ ім. І. Франка, 2014.
37. Забезпечення конкурентоспроможності готельних послуг на основі застосування інсентив-програм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://guu.ru/files/referate/2014/jukov_a_dis.pdf
38. Клейман А. А. Позитивний імідж як фактор конкурентоспроможності готельного підприємства [Текст] / А. А. Клейман, О. А. Бабанчикова // Економіка галузі (Туризм). – 2010. – с. 21-33.
39. Маркетинговий аналіз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_m/marketing_analysis/
40. Герасименко В. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов [та інші]. – Одеса: Астропринт, 2013. – 304 с.
41. Кузнецова Н. М., Нездоймінов С. Г. Регіональний вимір розвитку туристичного та готельного бізнесу : [монографія] / Н. М. Кузнецова, С. Г. Нездоймінов. – Одеса : Астропринт, 2010. – 256 с.
42. Герасименко В. Г. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / В. Г. Герасименко, Г. К. Бедрядіна, С. С. Галасюк та інші / за заг. ред. В. Г. Герасименко. – Одеса : ОНЕУ, 2016. – 262 с.
43. Борисова О.В. Формування іміджу підприємств готельного господарства [Текст] / О.В. Борисова , А.О. Каліберда, - 2013. – с.186-193.

44. Семенов В.Ф., Нечева Н.В. Методи та моделі відбору персоналу підприємств курортно-рекреаційної сфери. Економічний аналіз, 2015. - № 21, с.206-212.
45. Смирнов С. Імідж підприємства як фактор впливу на споживчу поведінку в сфері готельних послуг [Текст] / С. Смирнов , І. Тімар // Економічні науки. – 2016. – с.17-21.
46. Литовченко І. Л. Фактори конкурентоспроможності курортно-рекреаційних підприємств на ринку послуг / І. Л. Литовченко, В. Ф. Семенов // Науковий Вісник БДФЕУ. Серія: Економічні науки. – 2015. - Вип.1 (28). - С. 77-89.
47. Давидюк Ю. В. Стратегічні підходи до підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу [Текст] / Ю. В. Давидюк, К. М. Шокот // Економіка і суспільство. – 2016. – с. 266-272.
48. Шикіна О. В. Сучасний стан розвитку готельного бізнесу Одеської області / О. В. Шикіна // Глобальні та національні проблеми економіки. – Миколаїв, 2016. – Вип. № 13. – С. 413-420.
49. Галасюк С. С. Організаційно-економічні засади функціонування малих готелів: монографія / С. С. Галасюк, О. В. Шикіна. – Одеса : Атлант, 2015. – 279 с.
50. Нездойминов С. Г. Малый бизнес гостеприимства в контексте развития социального предпринимательства / С. Г. Нездойминов, О. В. Шикина // Journal Association 1901 SEPIKE. – 2016. – № 15. – С. 118-121.