

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.

РЕФЕРАТ
КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
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/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

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.

Мета дослідження - розробка і економічне обґрунтування шляхів підвищення конкурентоспроможності готелю «Grand Pettine».

Завдання дослідження:

- 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.

Методи дослідження: 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.

Інформаційна база дослідження: 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.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (50-найменувань). Загальний обсяг роботи становить 85 сторінок. Основний зміст викладено на 75 сторінках. Робота містить 21 таблицю, 14 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 2 статті: 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.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі: **«Теоретичні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу»** розкриваються науково-теоретичні засади забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу, визначаються наукові підходи до стратегічного управління в сфері готельного бізнесу.

У другому розділі: **«Аналіз фінансово-господарської діяльності готелю «Grand Pettine»** проведено економічну діагностику підприємства «Grand Pettine». Проведений аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства та його конкурентного середовища.

У третьому розділі: **«Формування комплексу заходів щодо підвищення конкурентоспроможності готелю «Grand Pettine»** запропоновано комплекс заходів щодо підвищення конкурентоспроможності готелю.

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.

АНОТАЦІЯ

Герганова М. П. «Шляхи підвищення конкурентоспроможності готелю «Grand Pettine»».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 242 «Туризм» за магістерською програмою «Економіка та управління туристичною діяльністю». - Одеський національний економічний університет. - Одеса, 2018.

У роботі розглядаються науково-теоретичні та прикладні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства готельного бізнесу.

Проаналізовано сучасний стан готелю «Grand Pettine», а саме його конкурентне середовище, конкурентоспроможність та конкурентні переваги.

Запропоновано механізм формування програми лояльності споживачів готельних послуг, який спрямований на підвищення конкурентоспроможності готелю «Grand Pettine».

Ключові слова: готельне підприємство, конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, конкурентне середовище, лояльність споживачів, маркетинг відносин.

ANNOTATION

Gerganova M. «Ways to improve the competitiveness of hotel «Grand Pettine»»

Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty 242 «Tourism» under the master's program «Economy and management of tourism activities». - Odessa National Economic University. - Odessa, 2018.

The work deals with the scientific-theoretical and applied aspects of ensuring the competitiveness of the hotel business.

The current state of the hotel «Grand Pettine» was analyzed, its competitor's environment, competitiveness and competitive advantages. The mechanism of customer loyalty of hotel services is proposed.

Keywords: hotel enterprise, competition, competitiveness, competitive advantages, competitive environment, consumer loyalty, marketing relationships.