

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

(повна назва кафедри)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 242 «Туризм»

(шифр та найменування спеціальності)

за магістерською програмою професійного спрямування Економіка та організація туристичної діяльності (назва магістерської програми)

на тему: **«СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ГОТЕЛЬНИХ КОМПЛЕКСІВ»**

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки

Завгородня Юлія Семенівна _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н. доцент

Шикіна Ольга Володимирівна _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2018

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Конкурентоспроможність підприємств готельного господарства та їх послуг залежить не лише від результатів поточної діяльності, а й від прогресивних організаційних та економічних рішень, як-то: докорінна зміна системних засад економіки й управління підприємствами готельного господарства, задоволення зростаючих вимог туристів до якості готельного обслуговування, виявлення важелів і механізмів конвергентності підприємств готельного господарства України й інших країн.

Категорія конкурентоспроможності є предметом дослідження багатьох вчених. Великий внесок у розробку теоретичних і практичних аспектів конкурентоспроможності внесли такі вчені, як Бондаренко С. М. [5], Невмержицька А. А. [5], Бортник Л. В. [6], Дорошілова Я.В. [10], Заремба В.П. [10], Коваленко Д. С. [16], Семенов В. Ф. [32] та інші.

Мета написання кваліфікаційної роботи – дослідження стратегії підвищення конкурентоспроможності готельних комплексів.

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- описати поняття і особливості конкурентоспроможності підприємств готельного господарства;
- навести методологічні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного господарства;
- проаналізувати фактори, що впливають на формування конкурентоспроможності готельних підприємств;
- розглянути динаміку готельного господарства Одеської області;
- здійснити моніторинг господарської діяльності готелю «Каліфорнія»;
- провести аналіз конкурентоспроможності готельних послуг;
- навести основні напрямки підвищення конкурентоспроможності в готельних комплексах;
- розглянути шляхи підвищення конкурентоспроможності від реалізації додаткових послуг, шляхом створення конференц-залу;
- навести економічну доцільність впровадження конференц-залу в готелі «Каліфорнія».

Об'єкт дослідження – процес розробки підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств.

Предмет дослідження – науково-практичні питання підвищення конкурентоспроможності готельних комплексів на прикладі готелю «Каліфорнія».

Методика дослідження роботи є діалектичний метод дослідження явищ та процесів у їхньому взаємозв'язку і розвитку. При написанні кваліфікаційної роботи використані такі методи дослідження: узагальнення, за допомогою якого проаналізовано основні теоретичні аспекти конкурентоспроможності готельних комплексів, аналітичний, за допомогою якого проведено аналіз діяльності підприємства, експериментально-аналітичний метод, за допомогою якого наведені шляхи підвищення конкурентоспроможності послуг досліджуваного підприємства.

Інформаційна база дослідження. Інформаційними джерелами виконання кваліфікаційної роботи стали праці українських та зарубіжних вчених, які досліджували конкурентоспроможність підприємства, статті та монографії з відповідної теми, фінансова звітність підприємства.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання результатів дослідження для удосконалення діяльності готелів та підвищення конкурентоспроможності.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (43 найменування). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 96 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 80 сторінках. Робота містить 26 таблиць, 16 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 4 публікації:

- Завгородня Ю.С. Резерви підвищення доходів на підприємствах готельного господарства / Ю.С. Завгородня // 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 року). – Одеса: ОНЕУ, 2017. – 500 с. – С. 181-184.
- Завгородня Ю.С. Маркетингова політика гостиниці «DRK Resedens» / Ю.С. Завгородня // 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 року). – Одеса: ОНЕУ, 2017. – 500 с. – С. 354-357.
- Завгородня Ю.С. Підвищення конкурентоспроможності послуг як фактор збільшення доходів готелю / Ю.С. Завгородня // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2018 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2018. – 678 с. – С. 273-278.
- Завгородня Ю.С. Впровадження додаткових послуг як фактор підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств / Ю.С. Завгородня // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2018 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2018. – 678 с. – С. 466-470.

ВИСНОВКИ

Для підприємницької діяльності у сфері туризму в більшості випадків характерний високий ступінь конкуренції. Ступінь розвитку ринку, складність роботи на ньому багато в чому диктується особливостями конкурентного середовища туристичних підприємств. Крім того, через призму взаємин між конкурентами найбільш швидко і чітко проявляються зміни, що відбуваються на ринку, оскільки саме суперництво є основним двигуном ринкових процесів.

Дослідження теоретичних основ конкурентоспроможності підприємств готельного господарства показало, що на сьогоднішній день не розроблена ні єдина номенклатура показників конкурентоспроможності готелів, ні загальні методи їх об'єднання в один інтегральний показник, що в кінцевому рахунку створює серйозні проблеми при оцінці конкурентоспроможності та управлінні нею. Тому на основі проведеного аналізу наукових підходів дана характеристика методів оцінки конкурентоспроможності, які отримали найбільше поширення в теорії та практиці вітчизняних підприємств готельного господарства.

Основним напрямом конкурентоспроможності готельного підприємства є підвищення ефективності експлуатаційної діяльності готелю за рахунок поліпшення послуг і надання нових додаткових послуг. Готельний ринок, як і багато інших ринків, характеризується існуванням великого числа груп споживачів, що відрізняються один від одного смаками, перевагами, рівнем доходів. Отже, намагаючись підвищити свій конкурентний статус необхідно все це враховувати. Існують різні методи визначення конкурентоспроможності підприємств. На підставі зробленого аналізу даного готелю вдалося визначити значення багатьох показників конкурентоспроможності та оцінки фінансово-економічного стану підприємства.

У ході аналізу офіційних статистичних показників діяльності суб'єктів готельного господарства Одеської області було виявлено, що Одеська область увійшла за показником кількості обслугованих приїжджаючих готелями юридичними особами у п'ятірку лідерів серед регіонів України, що робить цей регіон привабливим для залучення інвестицій на організацію подібних готелів. У розрізі за фізичними особами-підприємцями Одеська область займала у 2017 р. тільки 15 місце, поступаючись практично всьому західному регіону України. Кількість обслугованих осіб зросла у 2017 р. порівняно з 2015 р., але темпи росту значно відставали від темпів інших регіонів.

Значну частку з обслугованих приїжджаючих складають іноземці, що може позитивно вплинути на імовірність входу на ринок міжнародних операторів. Спостерігається стабілізація туристичного іміджу Одеської області, значно збільшилася питома вага іноземців із США, Туреччини, Ізраїлю, Сполученого Королівства. Найбільша кількість іноземних туристів у 2017 р. прибула до Одеської області із США – 6142, на другому місці Туреччина – 5354, третє місце посідає Ізраїль – 4853.

За кількістю готелів у 2017 р. Одеська область займала 4 місце, що робить цей регіон одним із найбільш адаптованих для прийому іноземних громадян. Але низький коефіцієнт використання місткості свідчить про нерівномірний попит на готельні послуги. Проблема сезонності впливає на Одеську область та спонукає підприємців займатися цим актуальним питанням. Доходи від надання готельних послуг збільшилися більш ніж в 1,7 рази, що робить цю діяльність більш конкурентоспроможною і привабливою для інвестування.

Для підвищення конкурентоспроможності Одеської області варто підвищити ефективність наявної інфраструктури; зробити область інвестиційно привабливою; провести професійні маркетингові дослідження та розробити програму активного

просування свого бренду, іміджу; максимально використовувати наявні ресурси і одночасно стежити за їхнім станом.

У процесі дослідження підвищення конкурентоспроможності готельних комплексів було обрано підприємство готель «Каліфорнія», що розташований по вул. Єврейській 27. Склад номерного фонду становить 44 номери шести різних категорій. Вартість розміщення у номері категорії «стандарт» становить 1600 грн. Також в готелі «Каліфорнія» є команат переговорів. Готель «Каліфорнія» обладнаний рестораном, який знаходиться на другому поверсі, а також баром у тій самій локації. У ресторані регулярно відбуваються банкети і весільні заходи. Серед додаткових послуг готелю слід відзначити можливість відвідування сауни, тренажерного залу, масажного кабінету і салону краси. Готель «Каліфорнія» позиціонує себе як готель категорії 5 зірок. Цільова аудиторія – гості у ділових подорожах, та відпочиваючі. В готелі практикується заселення груп від компаній.

Як показав аналіз конкурентної позиції готелю «Каліфорнія», готель відстає від своїх найближчих конкурентів «Лондона», «Олександрівського», «Прем'єр готель Женева» та «Айвазовського» за рядом факторів. Тому для залучення більшої кількості гостей, керівництву готелю варто звернути увагу на асортимент додаткових послуг.

Розширення спектру додаткових послуг дозволить готельному підприємству залучити нових клієнтів і підвищити рівень конкурентоспроможності в порівнянні з активними конкурентами.

З метою підвищення якості та культури обслуговування клієнтів, а також конкурентоспроможності готельних послуг, готель «Каліфорнія» повинен мати не тільки високий рівень комфорту, але й широкий набір додаткових послуг. Одним з найбільш актуальних нововведень може стати конференц-зал, що може вмістити 80 осіб.

Проведені розрахунки дозволяють зробити висновок про високу ефективність розробленого заходу щодо збільшення доходу та прибутку в готелі «Каліфорнія» та тим самим збільшення конкурентоспроможності.

Так, за рахунок надання послуг конференц-залу дохід збільшиться на 918 000 грн., а прибуток зросте на 731308,8 грн. у рік. Додаткові капітальні вкладення у розмірі 41 330 грн., необхідні для реалізації заходу, окупаються всього 0,6 місяця, тобто за термін, значно нижче за нормативний.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти конкурентоспроможності готельних комплексів» проаналізовані такі поняття, як: конкуренція та конкурентоспроможність. Розглянуті методологічні підходи до оцінки конкурентоспроможності готельного господарства. Наведені фактори, що впливають на формування конкурентоспроможності готельних підприємств..

У другому розділі «Аналіз конкурентного середовища підприємства «Каліфорнія»» проведено дослідження стану готельного ринку Одеської області, проведено аналіз фінансово-економічного стану готелю «Каліфорнія» за останні три роки, надана порівняльна характеристика готелю «Каліфорнія» з конкурентами.

У третьому розділі «Стратегії підвищення конкурентоспроможності готелю «Каліфорнія»» визначені шляхи підвищення конкурентоспроможності готелю «Каліфорнія». Наведені основні стратегії, що сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності та прибутку готелю. Для підвищення конкурентоспроможності готелю «Каліфорнія» був запропонований комплекс заходів, а саме створення конференц-залу. Здійснено економічну оцінку впровадження конференц-залу в готелі «Каліфорнія».

АНОТАЦІЯ

Завгородня Ю.С. «Стратегії підвищення конкурентоспроможності готельних комплексів»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 242 «Туризм», за магістерською програмою професійного спрямування «Економіка та організація туристичної діяльності». – Одеський національний економічний університет, м. Одеса, 2018 рік

У роботі розглянуто: визначення сутності і значення конкурентоспроможності готельних підприємств, а також виявлено чинники, що впливають на підвищення конкурентоспроможності готельних комплексів; розглянуто види стратегій функціонування готельних підприємств.

Надано оцінку конкурентного середовища готелю «Каліфорнія» та проведено аналіз результатів фінансово-господарської діяльності на основі системи показників. Запропоновано рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності готелю шляхом впровадження конференц-залу та ряду заходів для його реалізації. Спрогнозовано прибуток готелю «Каліфорнія» на основі впровадження рекомендованих заходів.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, прибуток, рентабельність, готельні комплекси, стратегії.

ANNOTATION

Zavgorodnia Yuliia "Strategies for the competitive improvement of the hotel complexes".

Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty 242 "Tourism", under the master's program "Economics and organization of tourism activity". – Odessa National Economic University, Odessa, 2018.

The work considers: the definition of the essence and importance of the competitiveness of hotel enterprises, as well as the factors that influence the competitiveness of hotel complexes; types of strategies for the operation of hotel enterprises are considered.

The estimation of the competitive environment of the hotel California was given and the analysis of the results of financial and economic activity based on the system of indicators was carried out. Recommendations for improving the hotel's competitiveness by introducing the conference hall and a number of measures for its implementation are suggested. The profit of the hotel California is estimated based on the implementation of the recommended measures.

Key words: competitiveness, competition, profit, profitability, hotel complexes, strategies.