

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

за освітньою програмою «Управління готельним та ресторанным
бізнесом»

за темою: «Шляхи вдосконалення стратегічного управління
маркетинговою діяльністю готелю «Reikartz River Mykolayiv»

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки

Величко Олена Вячеславівна

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Нездоймінов Сергій Георгійович

ОДЕСА — 2021

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Глобалізація, соціально-економічна нестабільність, умови пандемії та фінансової кризи мають значний вплив на розвиток багатьох галузей в тому числі і готельної індустрії. Підприємства готельного бізнесу повинні відповідати на кризові зміни, розвивати та створювати сучасні ідеї для ринку, щоб знайти нові можливості та досягти успіху. Неспроможність реагувати ефективно й одночасно в усіх напрямках може призвести до невідворотних наслідків для бізнесу та втрати своїх ринкових позицій.

Пріоритетним напрямком вирішення цієї проблеми є використання підходів стратегічного управління. При цьому стратегії виступають як інструмент досягнення цілей. Одну з важливих ролей у формуванні стратегій готельного бізнесу займає стратегічне управління маркетингової діяльністю підприємства.

Питаннями стратегічного управління підприємством займалися чимало вітчизняних вчених: Л. Балабанова, М. Бойко, В. Василенко, О. Виноградова, Л. Довгань, М. Новак, Е. Терещенко. Вагомий внесок у дослідження теоретичних засад та сучасних проблем стратегічного управління, формування ефективних стратегій в готельному бізнесі присвячено низку наукових праць, а саме: Л. Завідна, М. Зайцева, І. Давиденко, С. Галасюк, С. Нездоймінов, О. Полінкевич та ін. Разом з тим, питання стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємствами готельного господарства з урахуванням специфіки їх діяльності потребують подальшого дослідження. Наявність невирішених проблем та суперечливість окремих питань, теоретична та практична значимість дослідження процесів стратегічного управління підприємствами готельного господарства обумовили вибір теми дослідження.

Мета дослідження – є обґрунтування теоретичних і методичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо стратегічного управління маркетинговою діяльністю готелю «Reikartz River Миколаїв».

Для реалізації мети необхідно вирішити низку взаємопов'язаних завдань:

- узагальнити теоретичні підходи до визначення сутності стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємств та його особливості в готельному господарстві;
- розкрити особливості стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємств готельного господарства;
- розглянути сучасні напрями інтеграції підприємств готельного господарства;
- здійснити оцінку стану розвитку готелю «Reikartz River Миколаїв»;
- провести аналіз господарської діяльності готелю;
- надати характеристику стану управління маркетинговою діяльністю в готелі;
- запропонувати напрями формування корпоративної стратегії готелю;
- розробити заходи щодо розширення асортименту додаткових послуг для диверсифікації діяльності готелю.

Об'єкт дослідження – процес стратегічного управління розвитком підприємств готельного господарства.

Предмет дослідження – теоретико-методичні та прикладні засади удосконалення стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємств готельного господарства.

Теоретико-методологічною базою дослідження є наукові концепції, що представлені в монографічних дослідженнях, працях вітчизняних і зарубіжних вчених в сфері готельного господарства, менеджменту та

маркетингу, які пов'язані з формуванням стратегічного управління підприємств готельної сфери, статистичні матеріали, матеріали періодичних та спеціалізованих видань, а також результати власних спостережень.

Методи дослідження. Загальнонаукові та спеціальні методи: системний підхід – до оцінювання стану стратегічного управління маркетинговою діяльністю готелю; методи аналізу та синтезу, індукції, та дедукції, узагальнення – для обґрунтування сутності теоретичних визначень, графічний – для наочного відображення досліджуваних питань, інструменти стратегічного аналізу - SWOT-аналіз, SPACE-аналіз, матриці BCG та інші. Дані методи застосовувалися в різних комбінаціях на різних етапах дослідження в залежності від поставлених цілей і розв'язуваних завдань.

Обсяг і структура роботи. складається зі вступу, трьох розділів, в кожному з яких висвітлюється тема та завдання даної роботи, висновків, списку використаних джерел та додатків. Кваліфікаційна робота містить 95 сторінки, 22 таблиці, 10 рисунків, список використаних джерел з 55 найменувань.

Публікації та апробація результатів дослідження. Окремі результати дослідження були представлено у тезах доповіді на тему «Розвиток готельного сектору в Причорноморському регіоні України» в електронному науково-практичному збірнику I Міжнародній науково-практичній конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку», 2021р.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні засади стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємств готельного господарства» узагальнено науково-теоретичні підходи щодо формування стратегії

управління маркетинговою діяльністю підприємств, досліджено особливості стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємств готельного господарства, розглянуто сучасні напрями інтеграції підприємств готельного господарства.

У другому розділі **«Аналіз фінансово-господарської діяльності готелю «Reikartz River Mykolayiv»»** проведено аналіз господарської діяльності та організаційної структури готельного підприємства «Reikartz River Mykolayiv», надано оцінку управління маркетинговою діяльністю в готелі.

У третьому розділі **«Напрями вдосконалення стратегічного управління маркетинговою діяльністю готелю «Reikartz River Mykolayiv»»** розроблено алгоритм формування стратегії управління маркетинговою діяльністю готелю «Reikartz River Mykolayiv». Встановлено, що готелю слід застосовувати стратегію зростання, а для додаткових готельних послуг – стратегію обмеженого зростання та стабілізації. Запропоновано напрями диверсифікації господарської діяльності готелю за рахунок надання додаткових послуг.

ВИСНОВКИ

1. Узагальнено теоретичні підходи до визначення сутності стратегічного управління та місця маркетингових стратегій в ньому, у результаті чого зроблено висновок, що стратегічне управління підприємством готельного бізнесу передбачає управління виробництвом та реалізацією послуг готелю, при правильній діагностиці потреб і можливостей ринку та максимально ефективному використанні усіх наявних ресурсів, з врахуванням усіх факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, забезпечення конкурентоспроможності та ефективної роботи підприємства готельно-ресторанного бізнесу на даний час і в майбутньому.

2. Визначено, що роль маркетингу в стратегічному управлінні підприємством виявляється на всіх ієрархічних рівнях – загальному (корпоративному), функціональному та операційному. Доведено, що правильна маркетингова стратегія допомагає створювати позитивний імідж готелю, протистояти нападкам конкурентів і різного роду зовнішнім впливам.

3. Розглянуто позиціонування підприємства – це трьохзірковий бізнес-готель м. Миколаєва, що входить до найбільшої національної мережі готелів під зонтичним брендом Reikartz Hotel Group. Номерний фонд готелю складається з 98 номерів різних категорій різного рівня комфортності. Кількість місць у готелі - 196. На території готелю працюють 4 конференц-зали та кімната для проведення переговорів, концептуальний винний ресторан, ірландський паб з власною пивоварнею, автостоянка, електрозаправка, пральня, літній басейн.

4. За результатами аналізу господарської діяльності готелю «Reikartz River Миколаїв» встановлено, що обсяг реалізації номерів за два роки був найбільшим у 2019 році та склав 12040 місце-днів, отримана виручка від реалізації послуг дорівнює 14,56 млн грн. Найбільшу питому вагу в структурі номерного фонду мають номери категорії Стандарт TWIN – 37,8%, Гранд стандарт DOUBLE – 27,6% та Люкс DOUBLE – 13,3%.

5. Встановлено негативний вплив пандемії COVID-19 на діяльність готелю: кількість гостей у 2020 році зменшилась на 28,5%, як за рахунок зменшення резидентів – на 25,3% так і за рахунок іноземних туристів – на 52,4%. В результаті обмежувальних заходів та тривалого періоду локдауна в 2020 році кількість реалізованих номерів зменшилась на 30,2%, завантаженість готелю - 7,6 відсоткові пункти, а дохід готелю - на 33,2% , що скало 4,8 млн грн. Середньо річна завантаженість у 2020 році склала 67%, що є достатньо високим показником для м. Миколаєва. Завантаження

готелю протягом року рівномірне із незначним зниження в період святкових днів.

6. Дослідження системи менеджменту готелю «Reikartz River Миколаїв» дозволяє виділити наступну структуру: центральний відділ продажів і маркетингу, централізовану систему закупівель, будівельний підрозділ, службу архітектури та дизайну, систему управління готелем Servio HMS (для комплексної автоматизації всіх робочих процесів усередині мережі – бронювання, розміщення та розрахунки, управління персоналом і статистикою), стандарти бренду та корпоративної культури, стандарти обслуговування та операційної діяльності, систему адаптації, навчання та розвитку співробітників.

7. Проведений аналіз конкурентної позиції готелю «Reikartz Рівер Миколаїв» на регіональному ринку у порівнянні зі Hotel Palace Ukraine, Continent hotel, Олександрівській та Astoria показав, що готель займає лідируючі позиції на ринку готельних послуг. Визначено, що основним конкурентом готелю є готель Astoria, що характеризуються більш широким асортиментом основних і додаткових послуг.

8. Дослідження системи роботи з клієнтами готелю «Reikartz River Миколаїв» дозволяє зробити висновок, що діяльність готелю орієнтована не лише на внутрішній ринок послуг, а й активно працює на міжнародному рівні, всі дані автоматично вносяться у глобальні дистриб'юторські системи GDS (Global Distribution System). Керівництво готелю використовує проактивне управління тарифами. Для забезпечення постійного контакту з клієнтами та створення для них особливих умов функціонує трьохрівнева програма лояльності Reikartz Club: Reikartz Club, Reikartz Priority Guest і Reikartz Corporate Guest.

9. Застосовано алгоритм формування стратегії управління маркетинговою діяльністю готелю «Reikartz Рівер Миколаїв»: встановлення цілей, зовнішній стратегічний аналіз макро- і

мікросередовища, внутрішній стратегічний аналіз, SWOT-аналіз, вибір і обґрунтування напрямку маркетингових стратегії. Встановлено, що формування стратегії управління маркетинговою діяльністю є комплексом стратегічних установок підприємства та перспективних програм дій, в рамках якого планується досягнення безлічі економічних, соціальних, організаційно-управлінських та інших цілей.

10. За допомогою стратегічних інструментів: матричного портфельного аналізу моделі BCG, методу SPACE було визначено за доцільне обрати готелю «Reikartz River Миколаїв» агресивну стратегію та орієнтуватись на інтенсивне зростання обсягів реалізації основних та додаткових послуг. Стосовно основних готельних послуг слід застосовувати стратегію зростання, а для додаткових готельних послуг – стратегію обмеженого зростання та стабілізації, а для послуг, які надаються відвідувачам готелю – стратегію обмеженого зростання. Запропоновано напрями диверсифікації господарської діяльності готелю за рахунок надання додаткових послуг.