

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Інститут післядипломної освіти
Кафедра публічного
управління та менеджменту
природоохоронної діяльності

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему: Маркетингові дослідження конкурентоспроможності підприємств
готельного бізнесу

Виконав студент 5 курсу групи У-5
спеціальності 073 Менеджмент
Міллер Володимир Володимирович
Керівник канд.екон.наук, доцент
Колонтай Світлана Миколаївна

Консультант _____

Рецензент канд.геогр.наук, доцент
ОДЕКУ
Нажмудінова Олена Миколаївна

Одеса 2022

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Інститут післядипломної освіти
Кафедра публічного управління та менеджменту природоохоронної діяльності
Рівень вищої освіти бакалавр
Спеціальність 073 «Менеджмент»
(шифр і назва)
Освітня програма Менеджмент
(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри Павленко О.П.
“ 02 ” березня 2022 року

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА**

Міллеру Володимирі Володимировичу
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Маркетингові дослідження конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу

керівник роботи Колонтай Світлана Миколаївна, канд. екон. наук, доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “2” березня 2022 року
№ 28-С

2. Строк подання студентом роботи 7 червня 2022 року

3. Вихідні дані до роботи Законодавчі та нормативні акти, дані статистичного обліку, спеціальна наукова література та періодичні видання

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1 Особливості маркетингу в сфері готельного бізнесу

2 Конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу

3 Дослідження конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу України

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

1 Головні особливості, які необхідно враховувати при розробці комплексу маркетингу готельного підприємства

2 Система внутрішніх факторів впливу на конкурентоспроможність готельних підприємств

3 Стратегії забезпечення конкурентоспроможності

4 Динаміка середнього рівня заповнюваності в готелях високого цінового сегменту в Києві з січня 2019-го до листопада 2021 р.

5 Аналіз значення rack rates (дослівно - "завищений тариф") в Одесі за період 2018- 2021 р.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 2 березня 2022 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Термін виконання етапів роботи	Оцінка виконання етапу	
			у %	за 4-х бальною шкалою
1	Робота з літературними джерелами	02.03-07.03.22	93	відмінно
2	Робота над розділом 1 «Особливості маркетингу в сфері готельного бізнесу»	08.03-20.03.22	90	відмінно
3	Робота над розділом 2 «Конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу»	09.05-20.05.22	90	відмінно
4	Рубіжна атестація	17.05-19.05.22	92	відмінно
5	Робота над розділом 3 «Дослідження конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу України»	21.05-03.06.22	90	відмінно
6	Оформлення роботи	04.06-06.06.22	97	відмінно
7	Здача роботи на кафедрі	07.06.22		
	Інтегральна оцінка виконання етапів календарного плану (як середня по етапам)		92	відмінно

Студент _____
(підпис)

Міллер В.В. _____
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____
(підпис)

Колонтай С.М. _____
(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....	7
1.1 Зміст та структура готельного маркетингу.....	7
1.2 Маркетингові дослідження ринку готельних послуг.....	14
РОЗДІЛ 2 КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....	22
2.1 Теоретичні основи конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу.....	22
2.2 Стратегії конкурентоспроможності готельних комплексів.....	31
2.3 Методи оцінки конкурентоспроможності готельного підприємства.....	38
РОЗДІЛ 3 ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ.....	41
3.1 Аналіз готельного бізнесу в Україні.....	41
3.2 Позичіонування Одеської області на ринку готельних послуг України.....	47
3.3 Комплексна стратегія конкурентоспроможності готельних комплексів України.....	51
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	60

ВСТУП

Готельне господарство є однією з головних складових туристичної індустрії України. Відповідно, за останнє десятиліття роль сфери туризму зросла в рази, і не можна не відзначити особливе місце даного сектора економіки в нашій державі. Однак, сьогодні можна констатувати факт відсутності висококонкурентних позицій в готельному секторі національної економіки. Інфраструктура закладів розміщення в Україні не відповідає міжнародним нормам проживання, відпочинку та дозвілля: недостатня кількість підприємств розміщення, в структурі готельних підприємств утворилася досить низька частка готелів високої категорії, матеріально - технічна база застаріла і потребує модернізації та інновації, відсутні сучасні засоби зв'язку та інформаційних комунікацій, ефективні та надійні системи захисту, які є передумовою високого рівня якості послуг.

В умовах жорсткої конкуренції, для успішного функціонування та задоволення попиту споживачів, організаціям, що діють у різних галузях, необхідно постійно вдосконалювати свою маркетингову діяльність. Сфера гостинності – не виняток.

Готельна індустрія сьогодні є галуззю з зростаючим порогом конкуренції. В Україні останнім часом відкрилося чимало готелів. Нові підприємства створюються, але через деякий час частина з них не витримує конкуренції і виходить із бізнесу. Конкуренція у готельному бізнесі є не лише проблемою для окремо взятих організацій, а й сприяє зростанню сервісу та роботи у готелі. У таких умовах організаціям, що діють на ринку послуг гостинності, необхідно приділяти особливу увагу своїй маркетинговій діяльності.

Сучасна маркетингова діяльність готельного підприємства означає більше, ніж розробка конкурентоспроможних готельних послуг та

встановлення ними привабливих цін. Готелі повинні мати продуману комунікаційну стратегію та вміти підтримувати зв'язки з клієнтами, контактними аудиторіями та широким загалом.

Істотний внесок у систематизацію знань про маркетинг у готельному бізнесі зробили такі вчені, як Котлер Ф., Боуен Дж., Мейкенз Дж., Уокер Дж. Р.Медлік С., Інграм Х., Роглев Х.Й., Пуцентейло П.Р. Кифяк В.Ф.

Індустрія готельного бізнесу в Україні — це є одна з галузей економіки, що розвивається найбільш динамічно. Доречно зазначити, що в багатьох регіонах нашої держави відкриваються нові готелі, будинки відпочинку, санаторії, пансіонати, а також реконструюються і ті, котрі існують уже сьогодні. На якісно новий рівень виходить готельний сервіс, розвивається інфраструктура. Донедавна сучасна політична ситуація передбачала активізацію наявного іноземного капіталу в економіці України. Даний показник є позитивним імпульсом для розвитку туристичної привабливості нашої країни.

Мета роботи – дослідження конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу та розробка рекомендацій щодо вдосконалення їх маркетингової діяльності.

Досягнення поставленої мети зумовило потребу розгляду та вирішення наступних завдань теоретичного та практичного характеру, а саме:

- розглянути особливості маркетингу у готельному бізнесі;
- розглянути теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу;
- проаналізувати розвиток готельного бізнесу в Україні та Одеській області;
- запропонувати комплексну стратегію конкурентоспроможності готельних комплексів України.

ВИСНОВКИ

За результатами досліджень, виконаних в рамках кваліфікаційної роботи бакалавра, можна зробити наступні висновки.

Готельне господарство є важливим складником туристичної індустрії та являє собою сукупність видів діяльності, спрямованих на обслуговування споживачів. Це важливий засіб надходження прибутків до держави, створення додаткових робочих місць, подальшого розвитку регіонів.

У сучасних умовах бурхливий розвиток індустрії туризму зумовлює високий рівень конкуренції в готельному бізнесі. Великі готельні мережі становлять серйозну конкуренцію власникам невеликих готелів у завоюванні та збереженні споживачів, в укладанні контрактів із постачальниками, у вправному й ефективному вирішенні проблем управління персоналом, відповідному реагуванні на нові виклики конкурентного середовища. Стабільно та ефективно функціонують ті підприємства, які легко пристосовуються до швидкоплинних змін становища на ринку, конкуренції, появи нових товарів і послуг, які користуються попитом та задовольняють потреби сучасного споживача. При цьому криза активує інтелектуальну сферу, що сприяє створенню нових форм раціонального вирішення проблем.

Конкурентоспроможність виступає найважливішим чинником забезпечення ефективного та прибуткового розвитку підприємств індустрії гостинності. Одним з основних напрямів формування стратегічних конкурентних переваг у готельному бізнесі є надання послуг більш високої якості порівняно з конкуруючими аналогами. Ключовим тут є надання таких готельних послуг, які задовольняли б і навіть перевищували очікування цільових споживачів (клієнтів). Стратегічно необхідним є управління конкурентоспроможністю, що передбачає сукупність заходів щодо систематичного вдосконалення послуг, постійного пошуку нових видів реклами, нових груп потенційних клієнтів, поліпшення сервісу тощо.

Дослідження ринку готельних послуг свідчать про те, що сучасні підприємства сфери гостинності все більш стикаються із зростаючими споживчими вимогами, що є результатом посилення конкурентної боротьби та поглиблення диференціації платоспроможного попиту. Для формування стратегії розвитку готельного підприємства важливо враховувати особливості готельного бізнесу, а також основні тенденції його розвитку. Подальший розвиток готельної індустрії, зокрема в Одесі, сприятиме підвищенню доступності готельних послуг для масового споживача, тобто попит на послуги розміщення буде рости, з'являтимуться нові сегменти споживачів з різними рівнями доходів. Таким чином, спостерігатиметься посилення спеціалізації готельного бізнесу, що дозволить чіткіше орієнтуватися на певні сегменти споживачів з урахуванням різних ознак.

В результаті дослідження тенденцій розвитку світового та національного ринку готельних послуг визначено, що глобалізація і концентрація готельного бізнесу сприятиме виходу на регіональний ринок міжнародних мереж і появи нових національних готельних мереж. Для утримання конкурентних позицій в таких умовах необхідне створення сприятливих умов для розвитку готельного господарства шляхом забезпечення системи нових підходів муніципального регулювання в туризмі, що відповідають соціально-економічним умовам, цілям, принципам і завданням здійснення туристичної діяльності; а також забезпечення розвитку малого і середнього підприємництва.

В розвитку готельного господарства Одеської області існує декілька проблем, а саме нестабільність середовища ведення бізнесу, бюрократія й корупція, правова незахищеність підприємців, відсутність стимулів до добровільної категоризації приватних засобів розміщення готельного типу. Підприємці відчувають труднощі, плануючи свій бізнес навіть у короткостроковій перспективі. Відсутні цільові державні та регіональні, місцеві програми, спрямовані на підтримку, розвиток і захист готельного господарства Одеського регіону.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Баран О. П. Управління конкурентоспроможністю закладу ресторанного господарства. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 100 с.
2. Басюк Д. І., Мельник Д. О. Комплексний підхід до оцінки якості послуг готельних підприємств. *Економіка та держава*. 2019. № 3. С. 30–33.
3. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Підручник. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2006. - 448 с. 3. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні. - К.: Вища школа, 2002. – 195 с. 4. Цивільний кодекс України: Офіційний текст / Міністерство юстиції України. - К.: Юрінком Інтер, 2004. - 464 с. 5. 68. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник.-К.: Атака, 2006.
4. Воронюк Т. А. Формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства: дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / Одеська національна академія харчових технологій. Одеса, 2019. 200 с.
5. Герасименко В.Г. Ключові індикатори розвитку підприємств готельного господарства в Одеській області. *Приазовський економічний вісник*. 2017. Вип. 2 (02). С. 42–46.
6. Готельна нерухомість в Україні: підсумки 2021 року. URL: https://propertytimes.com.ua/itogi_goda/gotelna_neruhomist_v_ukrayini_pidsumki_2021_roku (дата звернення: 15.05.2022)
7. Даниліна С.О., Коцюрубенко Г.М., Шикіна О.В. Фінансово-економічні наслідки пандемії для світової туристичної галузі. *Причорноморські економічні студії*. 2020. № 52. Ч. 1. С. 29–34.
8. Дружиніна В. В. Використання експертного методу для оцінки конкурентоспроможності ресторанних закладів у туристичній сфері. *Економіка і суспільство*. 2019. Вип. 20. С. 221–228.
9. Дружиніна В. В., Зінченко Д. С., Кириченко А. В. Імідж як вагомий фактор конкурентоспроможності закладів ресторанного

господарства. Вісник Донецького національного університету. Серія В: Економіка і право. 2015. Вип. 1. С. 92–95.

10. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку: монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 600 с.

11. Збірник тез доповідей I Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Стратегічні перспективи готельно-ресторанного бізнесу в Україні: досвід, проблеми та інновації» (14-15 лютого 2019 року) / Міністерство освіти і науки України; Житомирський державний університет імені Івана Франка. – Житомир, 2018. – 40 с. URL: http://spf.zu.edu.ua/pdf/info/konferencii/internet_konf_menedzment_2019.pdf (дата звернення: 2.03.2021).

12. Кізіма В. Л., Бортнік Н. В. Маркетингове дослідження ринку туристичних і готельних послуг України. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. 2016. Вип. 17. Ч. 2. С. 37–40.

13. Ковешников В. С., Матвієнко А. Т., Разметова О. Г. Організація готельно-ресторанного господарства : навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2018. 564 с.

14. Кожушко С. П., Захарова С. Г. Маркетингові дослідження та методи збору маркетингової інформації в сучасному готельному підприємстві. Держава та регіони. 2020. № 4 (115). С. 81–84.

15. Конкуренентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.

16. Кузьмін О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Львів : Компакт.ЛВ, 2005. 304 с.

17. Коваленко Л.Г., Нагернюк Д.В., Непочатенко В.О. Сутність та специфіка готельно-ресторанного продукту. Ефективна економіка. 2016. № 4.

18. Колективні засоби розміщування (2011–2019). Туризм. URL: <http://www.od.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.05.2022).

19. Колективні засоби розміщування в Україні за 2018 рік : статистична інформація / Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 03.05.2022).

20. Колективні засоби розміщування в Україні за 2019 рік (юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб): статистична інформація / Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.05.2022).

21. Нагернюк Д. В. Основні чинники, що формують конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства. Ефективна економіка. 2016. № 9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5142> (дата звернення: 2.05.2022).

22. Нагернюк Д.В., Нещадим Л.М., Тимчук С.В. Формування конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії. *Економіка і суспільство*. Мукачівський державний університет. Випуск 13. 2017. с. 620-624.

23. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В.Г. Герасименка. Одеса : ОНЕУ, 2016. 262 с.

24. Погасій С. О., Краснокутська Ю. В., Нікітіна І. В. Аналіз основних трендів розвитку ринку готельних послуг. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2019. № 23. С.180–191.

25. Решетілова Т. Б., Довгань С. В. Маркетингові дослідження: підручник. Дніпропетровськ : НГУ, 2015. 357 с.

26. Шикіна О.В., Гончаренко Я.Є. Динаміка розвитку готельного бізнесу Одеської області. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2018. № 4 (68). С. 220–232.

27. Ярьоменко С.Г., Шикіна О.В., Нечева Н.В. Позиціонування Одеської області на ринку готельних послуг України. *Інфраструктура ринку*. Випуск 48. 2020. с. 213-221.