

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет магістерської та
аспірантської підготовки
Кафедра публічного управління
та менеджменту
природоохоронної діяльності

Магістерська кваліфікаційна робота

на тему: Підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного
бізнесу

Виконав студент 2 курсу групи ММО-19
спеціальності 073 «Менеджмент»
Мурадова Енеджан

Керівник к.е.н., доцент
Колонтай Світлана Миколаївна

Консультант _____

Рецензент к.геогр.н., доцент ОДЕКУ
Нажмудінова Олена Миколаївна

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Магістерської та аспірантської підготовки
Кафедра публічного управління та менеджменту природоохоронної діяльності
Рівень вищої освіти магістр
Спеціальність 073 «Менеджмент»
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

Павленко О.П.

“ 26 ” жовтня 2020 року

З А В Д А Н Н Я
НА МАГІСТЕРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Мурадовій Енеджан

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу

керівник роботи Колонтай Світлана Миколаївна, к.е.н., доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “16” жовтня 2020 року
№ 194-С

2. Строк подання студентом роботи 07 грудня 2020 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 Дослідження ринку готельних послуг Одеського регіону

2 Маркетингові дослідження конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу

3 Підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу

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

1 Рейтинг регіонів України за основними показниками діяльності готелів у 2018 році

2 Динаміка Одеської області за основними показниками діяльності готелів у 2016-2018 рр.

3 Структура готельного фонду м. Одеси

4 Система внутрішніх факторів впливу на конкурентоспроможність готельних підприємств

5 Стратегії забезпечення конкурентоспроможності

АНОТАЦІЯ

Магістерська кваліфікаційна робота на тему
«Підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного
бізнесу»
Мурадової Енеджан

Актуальність теми. Готельний бізнес відноситься до індустрії гостинності, що представляє собою такий вид діяльності, що безпосередньо впливає на соціальну, культурну, освітню, економічну сфери всіх держав, а також на їх міжнародно-економічні відносини. В даний час сфера розвитку готельного бізнесу в Одеській області викликає величезний інтерес, як в Україні, так і за кордоном. Незважаючи на зниження потоків інвестицій в готельний сектор, цей бізнес як і раніше залишається перспективним і досить привабливим.

Мета і задачі дослідження. Основною метою магістерської роботи є дослідження конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу.

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

- проаналізувати ринок готельних послуг Одеського регіону;
- розглянути теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу;
- запропонувати шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу м. Одеси.

Об'єктом дослідження є механізми управління готельним бізнесом.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти управління готельним бізнесом.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою роботи є фундаментальні концепції теорії управління, наукові положення в галузі готельного бізнесу, класичні підходи до управління готельним бізнесом в системі соціально-економічних пріоритетів життєзабезпечення сучасної людини, роботи з підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу.

Інформаційною базою виступають нормативно - законодавчі акти України, статистичні звіти Державної служби статистики України, наукові публікації вітчизняних і зарубіжних вчених, інформація електронних Інтернет-ресурсів.

Результати, їх новизна, теоретичне та практичне значення. В магістерській роботі проаналізовано ринок готельних послуг Одеського регіону, розглянуто теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу, запропоновано шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу м. Одеси.

Рекомендації щодо використання результатів роботи з зазначенням галузі застосування. Сформульовані та обґрунтовані положення та рекомендації можна застосовувати для подальшого дослідження шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу.

Структура і обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Повний обсяг тексту магістерської роботи – 87 сторінок, таблиць – 11, рисунків – 5.

Перелік ключових слів: управління, готель, готельний бізнес, конкурентоспроможність, ринок готельних послуг.

ANNOTATION

Master's degree qualifying work on a theme of
«Increasing the competitiveness of hotel enterprises
business»

Muradova Enejan

Actuality of theme. The hotel business belongs to the hospitality industry, which is a type of activity that directly affects the social, cultural, educational, economic spheres of all states, as well as their international economic relations. Currently, the sphere of hotel business development in Odessa region is of great interest, both in Ukraine and abroad. Despite the decline in investment flows in the hotel sector, this business is still promising and quite attractive.

Aim and research tasks. The main purpose of the master's work is to study the competitiveness of the hotel business.

Achieving this goal necessitated the consideration and solution of the following tasks of theoretical and practical nature, namely:

- to analyze the market of hotel services of the Odessa region;
- consider the theoretical aspects of the competitiveness of the hotel business;
- to suggest ways to increase the competitiveness of hotel business enterprises in Odessa.

A research object there are mechanisms for managing the hotel business.

The article of research is theoretical, methodological and practical aspects of hotel business management.

Research methods. The theoretical and methodological basis of the work are fundamental concepts of management theory, scientific positions in the hotel business, classical approaches to hotel management in the system of socio-economic priorities of modern life, work to increase the competitiveness of hotel business.

The information base is normative - legislative acts of Ukraine, statistical reports of the State Statistics Service of Ukraine, scientific publications of domestic and foreign scientists, information of electronic Internet resources.

Results, their novelty, theoretical and practical significance. In the master's work the market of hotel services of the Odessa region is analyzed, theoretical aspects of competitiveness of the enterprises of hotel business are considered, the ways of increase of competitiveness of the enterprises of hotel business of Odessa are offered.

Recommendations for the use of the results of work with the indication of the field of application. The formulated and substantiated provisions and recommendations can be applied for further research of ways to increase the competitiveness of hotel enterprises.

Structure and volume of work. Work consists of entry, three divisions, conclusions, list of the used sources. A complete volume of text of master's degree work is 87 pages, tables - 11, pictures - 5.

Key words: management, hotel, hotel business, competitiveness, market of hotel services.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ	
ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ.....	9
1.1 Аналіз стану готельного господарства регіону.....	9
1.2 Тенденції розвитку та інвестиційна привабливість готельного бізнесу Одеського регіону.....	18
РОЗДІЛ 2 МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ	
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО	
БІЗНЕСУ.....	23
2.1 Підходи до визначення поняття «конкуренція».....	23
2.2 Теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу.....	25
2.3 Стратегії конкурентоспроможності готельних комплексів.....	31
РОЗДІЛ 3 ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	
ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....	39
3.1 Конкурентоспроможність готельних підприємств м. Одеси.....	39
3.2 Комплексна стратегія конкурентоспроможності готельних комплексів м. Одеси.....	58
3.3 Підвищення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів готельного бізнесу.....	68
ВИСНОВКИ.....	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	85

ВСТУП

У теперішній час туризм вважається однією з основних галузей в розвинених країнах. 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 Україні. 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.

Однією з найважливіших проблем українського готельного сектору на сьогодні є те, що в готельному бізнесі не розповсюджені національні готельні мережі, які були в змозі виробляти єдину бізнес-стратегію і задовольняти існуючий в цій сфері попит. Тож це обумовлює необхідність досліджувати надалі можливі перспективи розвитку серед національних та міжнародних мереж засобів розміщення в країні.

Також не можна не відзначити відсутність чіткого законодавчого визначення місця готельного бізнесу в туристичній сфері, його відомчого підпорядкування. На законодавчому рівні необхідно визначити правові, економічні та організаційні аспекти створення та розвитку конкурентного середовища на ринку сфери гостинності. Законодавча основа повинна сприяти формуванню та входженню в

ринковий простір нових готельних підприємств і створення умов захисту, виживання малих форм у сфері гостинності.

Дослідженню стану готельного господарства Одеської області присвячені наукові роботи таких вчених, як С.С. Галасюк, В.Г. Герасименко, С.Г. Нездоймінов та ін.

Регіональний туристичний та готельний бізнес є економічно та соціально привабливим, оскільки має високій рівень рентабельності інвестицій, мінімальний термін окупності витрат, зростаючий попит на туристично-рекреаційні послуги, сприяє створенню додаткових робочих місць у регіоні, але позитивний вплив туризму на економіку спостерігається лише в тому випадку, коли він існує на умовах сталого розвитку збалансовано з іншими галузями соціально-економічного комплексу регіону.

В даний час сфера розвитку готельного бізнесу в Одеській області викликає величезний інтерес, як в Україні, так і за кордоном. Незважаючи на зниження потоків інвестицій в готельний сектор, цей бізнес як і раніше залишається перспективним і досить привабливим.

Готельний бізнес відноситься до індустрії гостинності, що представляє собою такий вид діяльності, що безпосередньо впливає на соціальну, культурну, освітню, економічну сфери всіх держав, а також на їх міжнародно-економічні відносини.

Важливим аспектом є те, що готельний бізнес охоплює широкий діапазон видів діяльності і виходить за рамки традиційного уявлення про нього, як про явище, що пов'язано тільки з послугами розміщення та відпочинком, тому ефект управління готельним комплексом повинен розглядатися з точки зору попиту особливого типу споживача, а ні з точки зору пропозиції, що характерно для промисловості, і тому такий підхід в індустрії гостинності складніше і більш трудомісткий.

ВИСНОВКИ

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

Існує і низка недоліків у розвитку вітчизняного ринку готельної нерухомості. Ними є недосконале державне регулювання, застаріле технологічне забезпечення, низька якість послуг, відсутність кваліфікованого персоналу. Несприятливо впливає недостатнє фінансування об'єктів державної власності. Значним недоліком є відсутність на ринку Одеси мережевих управлінських компаній, що спеціалізуються на готельному бізнесі і спроможні принести на ринок сучасні стандарти якості та сервісу. У той же час сьогодні існують іноземні компанії, які зацікавлені в інвестуванні свого капіталу в будівництво готелів, проте вони стикаються з безліччю проблем: це і брак ділянок для будівництва, і затрати часу на процедуру виділення земельних ділянок, і отримання дозволу на будівництво, а також прогнозований готельний збір. Зараз багато інвесторів стримує неузгодженість законодавчої бази і безсистемність її розвитку. Вони бояться, що ввійдуть на ринок зі своїми інвестиціями, а в процесі будівництва відбудуться несподівані зміни, і вони постануть перед загрозою збитків. Якщо українські закони будуть лояльні до іноземних капіталів, а також будуть ґрунтуватися на системі стратегії розвитку готельного сектора, то значна кількість коштів буде інвестована саме у розвиток готельного бізнесу по всій Україні і зокрема в Одеський регіон.

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 основі регіонального туристичного процесу лежить рух: як розвиток у часі та просторі, він формує прогресивну динаміку туристичних потоків. Наслідком руху є поширення туризму як складової стилю життя та індустрії туризму як складової господарського комплексу країни та регіонів. Формою функціонування туристичного процесу є регіональний ринок туристичних та готельних послуг. Нерівномірність перебігу туристичного процесу призводить до територіальної концентрації туристичної діяльності і спеціалізації на наданні туристично-рекреаційних послуг, внаслідок чого формуються територіально-структурні елементи туристичного ринку регіону. Це висуває на перший план міжрегіональний аспект державної економічної політики щодо туристичних регіонів. Таким чином, створюються підстави для вибору напрямів розбудови стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичного та готельного бізнесу в регіоні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гаврилюк С. П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: Навч. посіб. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 180 с.
2. Галасюк К. А. Сучасний стан та діяльність готельних підприємств Одеського регіону / К. А. Галасюк // Економіка. Управління. Інновації. – Житомир: ЖДУ ім. І. Франка, 2014. № 2 (12).
3. Галасюк С. С. Заходи щодо забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства Одеської області / С. С. Галасюк, О. В. Гусева // 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.
4. Галасюк С. С. Організаційно-економічні засади функціонування малих готелів: монографія / С. С. Галасюк, О. В. Шикіна. Одеса: Атлант, 2015. 279 с.
5. Галасюк С. С. Сучасні проблеми розвитку готельної індустрії України / С. С. Галасюк // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: збірник наукових праць. 2014. № 2 (7). Т. 2. С. 9-13.
6. Галасюк С. С. Структура ринку засобів розміщення Одеського регіону / С. С. Галасюк, О. В. Гусева // Науковий вісник: Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Одеса: ОДЕУ, 2008. № 20 (76). С. 3-13.
7. Гусева О. В. Ціни як індикатор ділової активності на ринку готельних послуг крупного міста / О. В. Гусева // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. пр. / голов. ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. Одеса, 2010 № 39. С. 44–51.

8. Дурович А. П. Маркетинг гостиниц и ресторанов: учебное пособие. — М.: Новое знание, 2005. 631 с.
9. Гуменкж Ю. П. Активізація туристичного процесу як один із шляхів вирішення проблем регіонального розвитку / Ю. П. Гуменюк // Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. 2006. № 10. С. 118- 124.
10. ДСТУ 4527.2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни і визначення. К.: Держспоживстандарт, 2006.
11. Дурович А. П. Маркетинговые исследования в туризме: Учебн. пособие. СПб.: Питер, 2008. 384 с.
12. Залялова Л. Р. Базовые факторы конкуренции и конкурентоспособности в сфере услуг // Вестник ТИСБИ, 2006. № 2. С. 12-15.
13. Колективні засоби розміщування в Україні у 2015 році: статистичний бюлетень. К.: Державна служба статистики України, 2016. 200 с.
14. Котлер Филип, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. Маркетинг, гостеприимство, туризм: Учебник. М.: ЮНИТИ, 1998. 787 с.
15. Кузнецова Н. Н. Больше гостиниц хороших и разных // Деловая Одесса. січень. 1993.
16. Кузнецова Н. М. Тенденції розвитку та інвестиційна привабливість готельного бізнесу Одеського регіону // Вісник соціально-економічних досліджень: 36. наук, праць. Одеса: ОДЕУ, 2008. Вип. 33. С. 386-392.
17. Кузнецова Н. М. Дослідження цінової політики готельного бізнесу м. Одеси // Вісник соціально-економічних досліджень: 36. наук, праць. — Одеса: ОДЕУ, 2008. Вип. 30. С. 221-226.
18. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг / Пер. с фр. СПб., 2002. С. 82.
19. Мунін Т. Б., Тимошенко З. І., Самарцев Є. В., Змійов А. О. Маркетинг туризму: Навч. посібник. Ч. І. К.: Вид-во Європейського ун-ту, 2002. 259 с.

20. Михайлюк О. Л. Критерії оцінки інвестиційної привабливості Одеської області / О. Л. Михайлюк, Л. В. Сухіна // Науковий вісник ОДЕУ. 2008. № 2 (58). С. 3-13.
21. Похила Н. А. Перспективы развития рекреационных районов и курортов в региональном туризме / Н. А. Похила, С. Г. Нездойминов // Перспективи розвитку туризму і сфери послуг на міжнародному і національному рівнях: матер. І міжнар. науково-практичної конф. Випуск І. — Луганськ: Знання, 2006. — С. 237—240.
22. Про порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання): Постанова Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 р. № 297.
23. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / під заг. ред. В. Г. Герасименка. Одеса: Астропринт, 2013. 304 с.
24. Статистичний збірник. Готелі та інші місця для короткотермінового проживання Одеської області. За ред. Єрьюменко Т. І. Головне управління статистики в Одеській області, 2007 р. С. 72.
25. Стратегии конкуренции в гостиничном бизнесе / Под ред. Лесник А. Л., Смирнова М. Н. М.: Талер, 2001. 167 с.
26. Уманець Т. В. Методика розрахунку індексів економічного розвитку регіонів / Т. В. Уманець, А. З. Підгорний. Одеса: ОДЕУ, 2005. 44 с.
27. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг. М.: Дело, 2002. 448 с.
28. Шикіна О. В. Сучасний стан розвитку готельного бізнесу одеської області / О. В. Шикіна // Глобальні та національні проблеми економіки – Редакція електронного наукового фахового видання. – Миколаїв, 2016. Випуск № 13. С. 114-127.
29. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика: Учебное пособие. М.: Гном-Пресс, 1998. 382 с.