

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА
имени Ю.А.СЕНКЕВИЧА»

Факультет туризма и гостеприимства

Кафедра туризма

ДОПУЩЕНО К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой туризма
_____/Г.Н. Кутепова/
«___» _____ 2017 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема: «Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности
гостиницы «Premier Inn»

Выполнила:
Студентка 5 курса, группы ТО31201
Неница Елена Евгеньевна
Направление подготовки 43.03.02 Туризм
Профиль: «Технологии и организации
туроператорских и турагентских услуг»

«___» _____ 20__ г.

Руководитель: канд. экон. наук, доцент
Николашин В.Н.

«___» _____ 20__ г.

Москва 2017

Оглавление

Введение

Глава 1. Теоретические основы конкурентоспособности гостиничного предприятия..... 6

1.1. Понятие и виды конкурентной способности в гостиничном бизнесе... 6

1.2 Основные факторы формирования конкурентной стратегии.....15

1.3. Этапы разработки конкурентной стратегии.....19

Глава 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности гостиницы «Premier Inn»22

2.1. Premier Inn (PINN): бренд и современная позиция на рынке22

2.2. Характеристика гостиницы «Premier Inn».....28

2.3. Анализ внутренней среды.....30

2.4. Анализ внешней среды.....34

Глава 3. Предложения по повышению конкурентоспособности гостиницы «Premier Inn».....47

3.1. Предложения по привлечению новых клиентов47

3.2. Предложения по совершенствованию деятельности службы приема и размещения гостиницы «Premier Inn»54

3.3. Расчёт стоимости разработанных мероприятий.....64

Заключение.....75

Список использованных источников

Приложение

Введение

В современном мире понятие «конкуренция» является ключевым фактором в построении успешного бизнеса. Конкуренция присутствует во всех областях жизни человека, столкновение интересов мы можем наблюдать как в политике, экономике, социальной сфере, так и в личной жизни. Конкурируют между собой цивилизации и континенты, страны и политические системы, компании и отдельные департаменты внутри компаний. Актуальность данной дипломной работы определяется тем, что сегодня конкуренция в сфере гостиничного бизнеса стремительно растет. С 2015 года число гостиниц и маломестных средств размещения увеличилось в полтора раза с 483 до 757. Количество комплексных средств размещения с каждым годом растет и будет расти конкуренция. Это приводит к тому, что ожидания постояльцев все время возрастают. Гостиницы должны удерживать свои позиции на рынке, показывая высочайший уровень сервиса и удовлетворять запросам гостей.

С развитием общества и экономики, человек перешел от примитивных форм конкуренции, подразумевающей открытую борьбу за выживание, к более сложным. Сегодня конкуренция представляет цивилизованную, легализованную форму борьбы за существование и один из наиболее действенных механизмов отбора и регулирования в рыночной экономике¹. Причем, особенную ценность для общества имеет не стихийная конкуренция, а регламентированная специальными нормами и правилами (конкурентным законодательством).

В условия рыночной экономики, для любой организации, крайне важно правильно сформировать свою конкурентную стратегию. Конкурентная стратегия означает, сознательный выбор набора различных действий, с целью доставить покупателю уникальное сочетание ценностей. Эти действия

¹Экономический словарь [Электронный документ] (<http://slovari.ru>).