СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |
| --- | --- |
| Введение....................................................................................................... | 3 |
| 1 Теоретические аспекты управления конкурентоспособностью компании............................................................................................................. | 7 |
| 1.1 | Понятие, сущность и виды стратегий конкурентоспособности компании.................................................................................................. | 7 |
| 1.2 | Факторы, влияющие на конкурентоспособность гостиничного предприятия............................................................................................ | 19 |
| 1.3 | Методы оценки конкурентоспособности компании........................... | 24 |
| 2 Оценка конкурентоспособности гостиничного предприятия (на примере гостиницы «[Novotel](https://novotel.accorhotels.com/ru/russia/index.shtml) Екатеринбург Центр»).................................... | 31 |
| 2.1 | Состояние рынка гостиничных услуг г. Екатеринбурга....................... | 31 |
| 2.2 | Оценка конкурентоспособности гостиницы «[Novotel](https://novotel.accorhotels.com/ru/russia/index.shtml) Екатеринбург Центр»......................................................................................................... | 38 |
| 3 Повышение конкурентоспособности отеля в условиях трансформации гостиничного рынка России........................................................................ | 54 |
| 3.1 | Тенденции развития рынка гостиничных услуг в России..................... | 54 |
| 3.2 | Мероприятия по повышению конкурентоспособности гостиницы «[Novotel](https://novotel.accorhotels.com/ru/russia/index.shtml) Екатеринбург Центр»................................................................ | 59 |
| Заключение………………………………………………………….…............. | 78 |
| Список использованных источников…………………………….…............... | 83 |
| Приложение А …………………………….…................................................... | 95 |
| Приложение Б …………………………….…................................................... | 97 |

ВВЕДЕНИЕ

Конкуренция в условиях рынка является основной движущей силой развития общества. Любой организации важно занимать и сохранять устойчивую конкурентную позицию: достижение такой позиции во многом определяется грамотным управлением, определением и использованием конкурентных преимуществ, которыми располагает конкретная компания.

Важным вопросом является выявление наилучших путей повышения конкурентоспособности компании. Деятельность каждой отдельной компании можно рассматривать с различных сторон и аспектов, поэтому невозможно представить какую-либо одну систему показателей, которая была бы способна совершенно точно определить, насколько та или иная компания успешна и конкурентоспособна в своей деятельности. Именно конкурентоспособность компании определяет, какое место она займет на рынке, сколько времени и насколько устойчиво будет удерживаться, показывая стабильные прибыльные финансовые результаты. Другими словами, конкурентоспособность является показателем успешной работы любой организации. Поэтому заявленная тема данной выпускной квалификационной работы является актуальной и требует детального рассмотрения.

Гостеприимство – это радушие в приеме и обслуживании потребителей данной сферы – гостей.

В последние годы область туристических и гостиничных услуг в современной экономике активно развивалась. Но всемирная пандемия Covid-19, а потом и геополитическая ситуация в России внесли определенные коррективы: значительно уменьшилось количество иностранных туристов, но при этом активно развивается внутренний туризм - российские туристы теперь ориентируются в большей степени на внутренний рынок, изучая различные регионы нашей большой страны. Сфера гостеприимства играет большую роль не только для потребителей и владельцев предприятий данной индустрии, но и для экономики страны в целом.

В условиях жесткой конкурентной борьбы компаниям необходимо использовать различные инструменты для получения прибыли, достижения высокой конкурентоспособности, а также для привлечения новых клиентов и их удержания.

Проблемы определения сущности, управления и повышения конкурентоспособности и эффективности функционирования компании исследуются многими известными российскими и зарубежными экономистами. Этой проблематике посвятили свои работы такие авторы, как: Азоев Г.Л., Бакатин А.Н., Горев В.П., Мазилкина Е.И., Миронов М.Г., Муравьева Е.В., Паничкина Г.Г., Портер М., Фатхутдинов Р.А., Юданов А. Д. и другие.

Многие исследователи сосредотачивают внимание на особенности управления конкурентоспособностью компаний, функционирующих на международном рынке, среди них: Архангельская О., [Казанцева](https://rg.ru/authors/Tatiana-Kazanceva) Т., Кирбитова С.В., Левина А., Осмерс С., Розенблюм Н., Фурунджян З., Фазуллина О.

Некоторые авторы исследуют развитие конкурентоспособности компаний именно сферы туризма и гостеприимства: Ильясова А.Н., Матолыгина Н.В., Руглова Л.В., Тимиргалеева Р.Р.

Целью данной выпускной квалификационной работы является разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности компании, функционирующей в индустрии гостеприимства.

Для достижения данной цели определены следующие задачи:

– изучить теоретические аспекты управления конкурентоспособностью гостиничного предприятия;

– выявить типы стратегий конкурентоспособности отеля и факторы, влияющие на нее;

– рассмотреть способы оценки уровня конкурентоспособности компании, предлагаемые в научной литературе;

– охарактеризовать современное состояние гостиничного рынка г. Екатеринбурга и присутствие международных гостиничных сетей на нем;

– оценить уровень конкурентоспособности объекта исследования;

– предложить способы повышения конкурентоспособности исследуемого предприятия.

Объектом выпускной квалификационной работы выступает гостиница «[Novotel](https://novotel.accorhotels.com/ru/russia/index.shtml) Екатеринбург Центр» (ООО «Екатеринбург-Менеджмент»). Предмет исследования – организационно-экономические процессы, влияющие на конкурентоспособность рассматриваемого гостиничного предприятия.

В ходе подготовки работы использовались как теоретические научные методы, так и эмпирические. Например, дедукция позволила выявить проблемы развития международных гостиничных сетей в России на современном этапе, отталкиваясь от оценки общего состояния рынка гостиничных услуг России; наблюдение использовалось на стадии сбора данных по объекту исследования; при оценке уровня его конкурентоспособности применялся метод сравнения; различные методы статистического анализа использовались при оценке состояния гостиничного рынка.

Научная новизна работы заключается в изучении комплексного подхода к анализу конкурентоспособности компании в индустрии гостеприимства и последующей разработки комплекса мероприятий для увеличения данного показателя на примере отдельно рассматриваемого предприятия. А практическая ценность состоит в том, что рекомендации, разработанные в ходе анализа деятельности компании, при внедрении в деятельность гостиницы позволят занять более успешное положение на рынке услуг города Екатеринбурга.