

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы – Пути повышения качества и конкурентоспособности товара, услуг на предприятии

Тема квалификационной работы **актуальна**, потому что повышение конкурентоспособности является в настоящее время необходимым условием выживания предприятия на рынке. Наличие конкурентных преимуществ и предоставление гостиничных услуг с высоким уровнем конкурентоспособности способствует повышению эффективности деятельности гостиничного бизнеса.

Целью выпускной квалификационной работы является изучение и анализ конкурентоспособности гостиничного предприятия ООО «Хозяюшка» и рекомендации по повышению качества услуг.

Поставленная цель достигнута через решение следующих **задач**:

- раскрыть сущность понятия качество продукции и услуг, как основного показателя их конкурентоспособности;
- исследовать основные методы оценки конкурентоспособности товара и услуг на предприятии;
- выявить факторы, которые влияют на конкурентоспособность фирмы;
- охарактеризовать предприятие ООО «Хозяюшка» в сфере гостиничных услуг в г. Костомукша
- проанализировать и оценить конкурентоспособность оказываемых фирмой услуг;
- разработать рекомендации по повышению качества и конкурентоспособности услуг на предприятии.

В первой главе изложены теоретические основы конкурентоспособности товара, услуг на предприятии.

К критериям конкурентоспособности товаров и услуг в зависимости от вида удовлетворяемых потребностей относятся:

- уровень качества; социальная адресность;
- подлинность; безопасность;
- потребительская новизна;
- имидж;
- информативность;
- цена потребления.

Во второй главе проведен анализ конкурентоспособности гостиничного предприятия ООО «Хозяюшка» и пути улучшения качества услуг.

Конкурентоспособность гостиницы обуславливается ее финансовым положением, уровнем организации деятельности оказанию услуг, уровнем организации и управления маркетингом, состоянием инфраструктуры, обеспечением безопасности проживания, расположением предприятия, квалификацией персонала, классностью и качеством обслуживания потребителей.

Особое внимание ООО «Хозяюшка» уделяет вниманию обслуживанию не только туристических групп, но и индивидуальных туристов, в том числе иностранных граждан, прибывающих в Костомукшу, как с деловыми, так и с частными целями.

Фирмой налажены хорошие контакты со всеми ведущими туроператорами города и региона. В офисе фирмы организована продажа авиабилетов по всем направлениям на рейсы российских и иностранных авиакомпаний.

В ходе анализа экономических показателей ООО «Хозяюшка» были сделаны следующие выводы:

- Выручка выросла на 7,8%
- Среднесписочная численность работников в 2015 г. увеличилась на 1 человека.
- Среднегодовая выработка снизилась на 11,2%
- Фонд оплаты труда в 2015 г. увеличился на 13,5%
- Прибыль от продаж снижается на 5,1 %
- Рентабельность услуг снизилась на 12,9%

Далее был произведен анализ и оценка конкурентоспособности оказываемых услуг предприятием.

В реальных условиях учесть всех конкурентов отдельно взятого гостиничного предприятия достаточно сложно, поскольку на рынке данных услуг представлено значительное число конкурирующих предприятий, исследовать каждое из которых не представляется возможным. В связи с этим целесообразно из общего числа предприятий на рынке выделить те, которые имеют сходство основных параметров.

Была проведена сравнительная характеристика гостиницы «Хозяюшка» и ее конкурентов, в итоге которой можно сделать выводы:

- ✓ Гостиница «Хозяюшка» - известная.
- ✓ Квалификация персонала – высокая.
- ✓ Текучесть кадров – низкая, в отличии от гостиницы «Норд» и «Айна», где данный показатель равен среднему значению.
- ✓ Средняя цена номера – 3000 руб. – среди конкурентов самая низкая.
- ✓ Ассортимент услуг – широкий.
- ✓ Качество услуг – высокое.
- ✓ Контроль за качеством – постоянный.

Гостиница «Хозяюшка» имеет лучшие показатели среди всех своих конкурентов.

Повышение качества услуг в гостинце осуществляется следующим образом:

- предоставление дополнительных услуг потребителям услуг
- в будущем запланировано увеличение количества номеров

Гостиница «Хозяюшка» определяет для себя следующий метод ценообразования: ценообразование с ориентацией на уровень конкуренции, что очень характерно для большинства предприятий, работающих в сфере гостиничного хозяйства.

Наиболее известным приемом для оценки рыночной позиции гостиничного предприятия является SWOT-анализ. В его основу положено определение сильных и слабых сторон организации, а также возможностей и угроз, что позволяет оценить конкурентный потенциал фирмы и круг стратегических вопросов, которые ей придется решать в дальнейшем. Название SWOT-анализа составлено из первых букв английских слов: S (Strengths), W (Weaknesses), O (Opportunities), T (Threats).

Имеются в виду внутренние параметры предприятия, которые можно отнести к его сильным и слабым сторонам, и внешние возможности, и угрозы.

Использование этого инструмента дает возможность получить обзорную оценку стратегического состояния предприятия.

Его идея заключается в том, что успешная стратегия должна строиться на принципе увязки внутренних возможностей предприятия и внешней обстановки, представленной в виде возможностей и угроз.

Основная цель исследования окружающей бизнес-среды заключается в осознании новых маркетинговых возможностей для конкретного гостиничного предприятия.

Также, были приведены рекомендации по повышению качества и конкурентоспособности услуг на предприятии.

В ходе проведенного исследования были выявлены слабые и сильные стороны гостиницы ООО «Хозяюшка».

В ходе исследования было выявлено, что рынок гостеприимства является привлекательным и прибыльным в городе Костомукша и это доказывает появление новых конкурентов на рынке, таких как гостиница ООО «Норд».

Чтобы оставаться конкурентоспособным на рынке и завоевать большую часть доли рынка автор предлагает следующие рекомендации руководству ООО «Хозяюшка»:

- Усовершенствовать политику сбыта - зарегистрироваться в социальных сетях и предлагать рекламу своих услуг.
- Реагировать на прежние отзывы и пожелания клиентов и тем самым улучшать качество оказываемых услуг.
- Участвовать для продвижения и повышения имиджа фирмы в различных городских и региональных мероприятиях
- Сформировать набор скидок для постоянных клиентов, а также групп с детьми.
- Самым важным для любой фирмы в бизнесе являются ее персонал и его профессионализм.
- Администрации гостиницы запланировать поездку по обмену опытом в гостиницу такой же категории в Финляндии.

- Руководству ООО «Хозяюшка» ежемесячно, особенно в своей стратегической группе, проводить анализ конкурентов в городе - изменение политики цен, качество услуг, разбирать и сравнивать дополнительные услуги конкурентов.
- Более тесно контактировать с турфирмами города и региона, чтобы быть в курсе оригинальных предложений по организации 1-2 дневных турпакетов для гостей города.
- Подумать о введении материального и нематериального стимулирования персонала гостиницы за качество работы и проявленную инициативу.
- Выпустить визитки с логотипом гостиницы и оставлять их на выставках, встречах, конференциях, раздавать клиентам, персоналу турфирм.
- В ближайшем будущем сделать пристройку к основному зданию на 5 двухместных номеров.

Особенностью малого бизнеса, как и любого другого законопослушного бизнеса, является его универсальность. То есть, развиваясь и работая в собственных интересах, малый бизнес способствует развитию экономики государства в целом. Его развитие влияет на экономический рост, на ускорение научно-технического прогресса, на насыщение рынка товарами необходимого качества, на создание новых дополнительных рабочих мест и решает многие другие проблемы. Эта деятельность в равной степени полезна как для всей экономики страны, так и для каждого гражданина в отдельности и поэтому заслуженно получила соответствующее государственное признание и поддержку.