

РЕФЕРАТ

Тема выпускной квалификационной работы: Планирование дополнительных услуг отеля с учетом выявления целевого рыночного сегмента потребителей

Автор ВКР: Ким Александра Валентиновна.

Научный руководитель ВКР: канд. эконом. наук, доцент кафедры туризма и гостиничного сервиса Алексеева М.А.

Сведения об организации-заказчике: ПСКК ООО «Машук Аква-Терм», г. Железноводск

Актуальность темы исследования: Чтобы привлечь внимание потребителей, гостиницы стараются расширить спектр предоставляемых дополнительных услуг. Однако не все предприятия гостеприимства осознают, насколько важна корректная сегментация и выбор целевого рыночного сегмента при разработке дополнительной услуги. Сегментация позволяет эффективно и экономно использовать денежные и трудовые ресурсы.

Цель работы: изучить планирование дополнительных услуг предприятий гостеприимства с учётом выявления целевого рыночного сегмента потребителей и разработать проект новой дополнительной услуги для ПСКК «Машук Аква-Терм».

Задачи:

- охарактеризовать основные и дополнительные гостиничные услуги, определить особенности, привести примеры;
- изучить выявление целевого рыночного сегмента потребителей как способ повышения эффективности предоставления дополнительных услуг отеля;
- проанализировать планирование дополнительных услуг отеля с ориентацией на целевой рыночный сегмент потребителей;
- рассмотреть цели и задачи разрабатываемого проекта;
- выявить целевые сегменты покупателей услуг ПСКК «Машук Аква-Терм» и особенности их спроса;

— разработать план производства дополнительной услуги ПСКК «Машук Аква-Терм» на основе выявления целевого рыночного сегмента потребителей.

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в анализе и синтезе разносторонней информации по проблеме планирования дополнительных услуг гостиницы с учетом выявления целевого рыночного сегмента потребителей, а также в разработке программы дополнительной услуги с ориентацией на целевой рыночный сегмент для санатория «Машук Аква-Терм».

Результаты исследования: Было исследовано планирование дополнительных услуг отеля с учетом выявления целевого рыночного сегмента потребителей, выявлена его значимость в условиях высокой конкуренции, а также изучены основные подходы к сегментации рынка потребителей.

Рекомендации: целесообразно ввести разработанные программы новых дополнительных услуг для санатория «Машук Аква-Терм». Предлагаемая услуга включает в себя два метода арт-терапии: куклотерапия и нейрографика.