

**Белорусский государственный университет
Факультет международных отношений**

Кафедра международного туризма

Реферат дипломной работы

«Программа лояльности потребителей в обеспечении конкурентоспособности предприятия на рынке гостиничных услуг Республики Беларусь (на примере ЗАО «МПС-Отель»)»

Мажуль Наталья Сергеевна,

руководитель Хомич Светлана Александровна

2015

РЕФЕРАТ

Мажуль Наталья Сергеевна

«Программа лояльности потребителей в обеспечении конкурентоспособности предприятия на рынке гостиничных услуг Республики Беларусь (на примере ЗАО «МПС-Отель»)»

Дипломная работа: 68 с., 9 рис., 7 табл., 56 источников.

Ключевые слова: ЛОЯЛЬНОСТЬ, ПРИВЕРЖЕННОСТЬ, УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ, КОНКУРЕНТНАЯ ПОЗИЦИЯ, ИСТОЧНИКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ, ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ.

Цель работы — изучить роль программы лояльности потребителей услуг ЗАО «МПС-Отель» в обеспечении конкурентоспособности гостиничного предприятия.

Задачи исследования состоят в определении понятия конкурентоспособности, понятия лояльности, рассмотрении структурных составляющих программы лояльности, анализе опыта ведущих гостиничных компаний.

Объектом исследования является влияние лояльности клиентов на конкурентоспособность гостиничного предприятия.

Предметом исследования является понятие лояльности потребителей.

Информационную базу работы составляют отчеты гостиничных предприятий, статистические данные Республики Беларусь, результаты анкетирования клиентов, труды таких ученых, как Ф. Рейчхельд, М. Стоун, Х. Томсон, Р.А.Фатхутдинов, информационные ресурсы Интернет.

Практическая значимость работы. Полученные в ходе дипломной работы аналитические данные, а также разработанные предложения могут быть реализованы с целью повышения лояльности клиентов предприятия.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Мажуль Наталля Сяргееўна

«Праграма лаяльнасці спажыўцоў у забяспечанні канкурэнтаздольнасці прадпрыемства на рынку гасцінічных паслуг Рэспублікі Беларусь (на прыкладзе ЗАТ «МПС-Гатэль»)»

Праца змяшчае: 68 с., 9 мал., 7 табл., 56 крыніц.

Ключавыя словы: ЛАЯЛЬНАСЦЬ, ПРЫХІЛЬНАСЦЬ, ЗАДАВОЛЕНАСЦЬ, КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ, ПАВЫШЭННЕ КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦІ, КАНКУРЭНТНАЯ ПАЗІЦЫЯ, КРЫНІЦЫ КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦІ, ПРАГРАМА ЛАЯЛЬНАСЦІ.

Мэта працы — вывучыць ролю праграмы лаяльнасці спажыўцоў паслуг ЗАТ «МПС-Гатэль» у забяспечанні канкурэнтаздольнасці гасцінічнага прадпрыемства.

Задачы даследавання складаюцца ў вызначэнні паняцця канкурэнтаздольнасці, паняцці лаяльнасці, разглядзе структурных складнікаў праграмы лаяльнасці, аналізе вопыту вядучых гасцінічных кампаній.

Аб'ектам даследавання ўплыў лаяльнасці кліентаў на канкурэнтаздольнасць гасцінічнага прадпрыемства.

Прадметам даследавання з'яўляецца паняцце лаяльнасці спажыўцоў.

Інфармацыйную базу складаюць складаюць справаздачи гасцінічных прадпрыемстваў, статыстычныя дадзеныя Рэспублікі Беларусь, вынікі анкетавання кліентаў, працы такіх навукоўцаў, як Ф. Рэйчхельд, М. Стоун, Х. Томсан, Р.А.Фатхутдінаў, інфармацыйныя крыніцы Інтэрнэт.

Практычная значнасць работы. Атрыманыя ў ходзе дыпломнай работы аналітычныя дадзеныя, а таксама распрацаваныя прапановы могуць быць рэалізаваны з мэтай павышэння лаяльнасці кліентаў прадпрыемства.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя і метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ABSTRACT

Mazhul Natallia

«Customer loyalty program in ensuring company competitiveness on the market of hotel services in the Republic of Belarus (by the example of JSC «MPS-Hotel»)»

Work includes 68 pages, 9 figures, 7 tables, 56 springs.

Keywords: LOYALTY, DEDICATION, SATISFACTION, COMPETITIVENESS, COMPETITIVE POSITION, SOURCES OF COMPETITIVENESS, LOYALTY PROGRAMMES.

Purpose — to explore the role of customer loyalty programme services to JSC "MPS-Hotel" to ensure the competitiveness of the hotel enterprise.

Objectives of the study are to identify the concept of competitiveness, the concept of loyalty, consideration of the structural components of the loyalty programme, analyzing the experience of the leading hotel companies.

Object of study is the impact of consumer loyalty on the competitiveness of hospitality businesses.

The subject of this study is the concept of customer loyalty.

Information base consists of reports of hotel enterprises, statistics information of the Republic of Belarus, customer survey results, the works of scholars such as F. Reychheld, M. Stone, H. Thomson, R.A.Fathutdinov, Internet information resources.

Practical significance. The findings of the thesis analyze the data, and developed proposals can be implemented to increase customer loyalty.

The author confirms that resulted analytical materials correctly and objectively reflects the state of the test process, and all borrowed from literature and other sources of theoretical and methodological principles and concepts is accompanied by references to their authors.