

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
Кафедра международного туризма**

Аннотация к магистерской диссертации

Лояльность как инструмент обеспечения конвертации продаж услуг по организации деловых мероприятий в отеле: теоретическое обоснование и реализация (на примере ООО «Фэлкон Инвестмент» (Minsk Marriott Hotel))

БАРЫШНИКОВА Дарья Александровна

Научный руководитель: кандидат экономических наук, доцент
В.М. Дедок

Минск, 2021

АННОТАЦИЯ

1. Структура и объем магистерской диссертации

Магистерская диссертация состоит из оглавления, перечня условных обозначений, реферата, введения, трех глав, заключения, 20 рисунков, 6 таблиц, списка использованной литературы, 6 приложений. Общий объем работы составляет 64 страницы. Список использованной литературы занимает 5 страниц и включает 52 позиций.

Перечень ключевых слов

ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА; ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ЛОЯЛЬНОСТЬ; ПРОДАЖИ; ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ; NPS; SAC; CLI; ROS.

2. Содержание работы

Объект исследования – деятельность по продажам услуг организации деловых мероприятий в отеле.

Цель исследования – развитие теоретических основ потребительской лояльности как инструмента обеспечения конвертации продаж услуг по организации мероприятий в отеле и разработка рекомендаций по совершенствованию существующей системы управления лояльностью.

Методы исследования: эмпирические методы сбора, обработки и анализа данных, методы систематизации и классификации, математические методы.

Полученные итоги и их новизна: предложено авторское определение термина «потребительская лояльность»; раскрыты теоретические основы взаимосвязи потребительской лояльности и продаж услуг; выявлены особенности применения существующей системы управления лояльностью на гостиничном предприятии. Научная новизна магистерского исследования состоит в систематизации и уточнении подходов к измерению потребительской лояльности; практическом внедрении индекса конверсии продаж для оценки деятельности предприятия по продаже услуг организации мероприятий; построении и доказательстве гипотез о влиянии программы лояльности на конвертацию продаж услуг организации мероприятий; разработке практических рекомендаций по совершенствованию существующей системы управления потребительской лояльностью на предприятии.

Достоверность материалов и результатов магистерской диссертации. Использованные материалы и результаты магистерского исследования являются достоверными. Работа выполнена самостоятельно.

Рекомендации по использованию результатов работы. Основные выводы и положения магистерского исследования могут быть использованы для совершенствования системы управления лояльностью в «Minsk Marriott Hotel».

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём магістарскай дысертацыі

Магістарская дысертацыя складаецца з агульнай характарыстыкі працы, зместа, ўвядзення, трох раздзелаў, заключэння, 12 ілюстрацый, 5 табліц, спісу выкарыстаных крыніц, 1 прыкладання. Агульны аб'ём працы складае 67 старонак. Спіс выкарыстаных крыніц займае 6 старонак і ўключае 81 пазіцыю.

2. Пералік ключавых слоў

ІНДУСТРЫЯ ГАСЦІННАСЦІ; СПАЖЫВЕЦКАЯ ЛАЯЛЬНАСЦІ; ПРОДАЖ;
АРГАНІЗАЦЫЯ МЕРАПРЫЕМСТВАЎ; NPS; SAC; CLI; ROS.

3. Змест працы

Аб'ект даследавання – дзейнасць па продажах паслуг арганізацыі дзелавых мерапрыемстваў у гатэлі.

Мэта даследавання – развіццё тэарэтычных асноў спажывецкай лаяльнасці як інструмента забеспячэння канвертацыі продажаў паслуг па арганізацыі мерапрыемстваў у гатэлі і распрацоўка рэкамендацый па ўдасканаленні існуючай сістэмы кіравання лаяльнасцю.

Метады даследавання: эмпірычныя метады збору, апрацоўкі і аналізу дадзеных, метады сістэматызацыі і класіфікацыі, матэматычныя метады.

Атрыманяя вынікі і іх навізна: прапанавана аўтарскае вызначэнне тэрміна «спажывецкая лаяльнасць»; раскрыты тэарэтычныя асновы ўзаемасувязі спажывецкай лаяльнасці і продажаў паслуг па арганізацыі дзелавых мерапрыемстваў; выяўлены асаблівасці прымянення існуючай сістэмы кіравання лаяльнасцю на гасцінічным прадпрыемстве. Навуковая навізна магістарскага даследавання складаецца ў сістэматызацыі і ўдакладненні падыходаў да вымярэння спажывецкай лаяльнасці; практычным укараненні індэкса канверсіі продажаў для ацэнкі дзейнасці прадпрыемства па продажы паслуг арганізацыі мерапрыемстваў; пабудове і доказе гіпотэз пра ўплыў праграмы лаяльнасці на канвертаванне продажаў паслуг арганізацыі мерапрыемстваў; распрацоўцы практычных рэкамендацый па ўдасканаленні існуючай сістэмы кіравання спажывецкай лаяльнасцю на прадпрыемстве.

Дакладнасць матэрыялаў і вынікаў магістарскай дысертацыі. Выкарыстаныя матэрыялы і вынікі магістарскага даследавання з'яўляюцца дакладнымі. Работа выканана самастойна.

Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў працы. Асноўныя высновы і палажэнні магістарскага даследавання могуць быць выкарыстаны для ўдасканалення сістэмы кіравання лаяльнасцю ў «Minsk Marriott Hotel»

ANNOTATION

1. The structure and volume of the master's thesis

The master's dissertation consists of a table of contents, a list of symbols, an abstract, an introduction, three chapters, a conclusion, 20 images, 6 tables, a list of references, 6 applications. The total volume of the work is 64 pages. The list of used literature includes 5 pages and 52 items.

2. The list of keywords

HOSPITALITY INDUSTRY; CONSUMER LOYALTY; SALES; ORGANIZATION OF EVENTS; NPS; CAC; CLI; ROS.

3. The text of the abstract

The object of research – the activities of sales of business services in the hotel.

The purpose of the study is to develop the theoretical foundations of consumer loyalty as a tool to ensure the conversion of sales services for the organization of events at the hotel and the development of recommendations for improving the existing loyalty management system.

Research methods: empirical methods of data collection, processing and analysis, methods of systematization and classification, mathematical methods.

The results and their novelty. the author's definition of the term "consumer loyalty" is offered; the theoretical bases of interrelation of consumer loyalty and sales of services on the organization of business actions are opened; features of application of the existing loyalty management system at the hotel enterprise are revealed. The scientific novelty of the master's research is the systematization and refinement of approaches to measuring consumer loyalty; practical introduction of the index of conversion of sales for an estimation of activity of the enterprise on sale of services of the organization of actions; construction and proof of hypotheses about the impact of the loyalty program on the conversion of sales of event services; development of practical recommendations for improving the existing system of consumer loyalty management in the enterprise.

Reliability of materials and results of master's research. The materials used and the results of the master's research are reliable. The work is done independently.

Recommendations on the usage of the results. The main conclusions and provisions of the master's study can be used to improve the loyalty management system at the Minsk Marriott Hotel.