

УДК 338.24

**ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ НА  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Мугаева Е.В.**

*к.э.н., доцент,*

*Академия маркетинга и социально-информационных технологий,*

*Краснодар, Россия*

**Аннотация**

В нашей стране индустрия гостеприимства находится, все еще, на стадии становления, ее развитию уделяется большое внимание. Как и любая другая отрасль, она нацелена на получение прибыли от взаимодействия со своими клиентами. Однако, сложившаяся в настоящее время экономическая и политическая нестабильность способствовали формированию ряда проблем, охвативших отрасль. Поиск новых методов и различных форм бизнеса стали решающими моментами в эффективном управлении предприятиями индустрии гостеприимства. В сложившихся условиях возросло значение конкурентоспособности гостиничных предприятий. Именно она стала основополагающим условием устойчивости и «рыночной силы» организации.

**Ключевые слова:** конкуренция, стратегия, конкурентоспособность, устойчивость, услуга, прибыль

**THE INFLUENCE OF INTERNAL ENVIRONMENT FACTORS ON THE  
COMPETITIVENESS OF A HOTEL ENTERPRISE**

**Mugaeva E. V.**

*Candidate of Economics, Associate Professor,*

*Academy of Marketing and Social and Information Technologies,*

*Krasnodar, Russia*

### **Abstract**

In our country, the hospitality industry is still at the stage of formation, much attention is paid to its development. Like any other industry, it is aimed at making a profit from interacting with its customers. However, the current economic and political instability has contributed to the formation of a number of problems that have engulfed the industry. The search for new methods and various forms of business have become crucial moments in the effective management of enterprises in the hospitality industry. In the current conditions, the importance of the competitiveness of hotel enterprises has increased. It has become the fundamental condition for the stability and "market power" of the organization.

**Keywords:** competition, strategy, competitiveness, sustainability, service, profit.

Сегодня конкурентоспособность гостиничного предприятия является относительной характеристикой, определяющей степень удовлетворенности потребителей предоставляемыми услугами. Набор же этих услуг может быть настолько своеобразным, что затрудняет выработку единой методики сбора данных для диагностики уровня конкурентоспособности, сложившегося на рынке.

Для того, чтобы конкурировать на рынке гостиничных услуг, данным предприятиям необходимо не только создать комфортные условия для размещения гостя, но так же разработать и предоставить ему ряд дополнительных услуг. Отметим, что это процесс творческий, связанный с детальным анализом востребованных услуг, требующий на свою реализацию материальных вливаний. Что в свою очередь позволит создать конкурентоспособный продукт [8].

## ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

Для достижения максимальной конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства необходимо улучшать качество обслуживания, проводить реконструкцию помещений, внедрять новейшие технологии и т.д.

Гостиничные предприятия, как и предприятия других сфер деятельности, стабильно функционируют при тесном взаимодействии компонентов внешней и внутренней среды. Внешние факторы разнообразны и практически не зависят от действий менеджмента предприятия. Внутренние факторы так же разнообразны. Это и организационная структура предприятия, его персонал, новые технологии и техническое обеспечение, качество обеспечения управленческих функций. Не смотря на важность всех составных частей организации, ее основу составляет персонал, его квалификационные качества, работоспособность и профессионализм, отношение и мотивация к труду и развитию [4].

Внутреннюю среду предприятий гостиничного сервиса необходимо рассматривать в разных аспектах. Нужно учитывать разнообразие и объем производимых гостиничных услуг, управленческую структуру, потенциал предприятия, возможности персонала и, что немаловажно, финансовый потенциал предприятия.

В связи с этим можно отметить, что именно внутренняя среда будет определять характер и успешность деятельности гостиницы. Для эффективной деятельности предприятий гостиничной индустрии необходимо выделить те компоненты внутренней среды, которые смогут в дальнейшем оказать положительное влияние и привести к росту конкурентоспособности. Наряду с положительными, необходимо выявить и отрицательные факторы, то есть возможные опасности и угрозы для деятельности предприятия. Такой анализ позволит своевременно найти выход из критической ситуации и успешно конкурировать на рынке гостиничных услуг. А это, в свою очередь, и является основой гостиничного бизнеса.

## ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

Для обеспечения конкурентоспособности и эффективности деятельности гостиничного предприятия необходимо учитывать особенности данной сферы деятельности. Обозначим наиболее важные из них [2].

1. Услуги реализуются на территории их исполнителя. При этом сам процесс потребления и производства данных услуг осуществляется одновременно, во взаимодействии заказчика и производителя. Особенностью является то, что персонал гостиничного предприятия рассматривается как неотделимая часть предоставляемой услуги. А качество услуги оценивается потребителем по профессионализму и контактности персонала.

2. Услуги предприятий гостиничного бизнеса нематериальны. Невозможно произвести их оценку до того, как они будут оказаны. Данный вид услуг возникает только в процессе их оказания и не может быть заранее оценен потребителем. Опираясь он может на отзывы таких же потребителей.

3. Продукт, производимый гостиничным предприятием невозможно заготовить на будущее. Он предоставляется при возникновении в нем потребности, то есть в данный момент. Рассчитан на удовлетворение реальных потребностей. Если же услуга, то есть продукт предоставляется некачественно или не вовремя, то это приводит к потере прибыли и портит репутацию.

4. Услуги, производимые предприятиями сферы гостеприимства непостоянны и изменчивы. На их качество влияет ряд факторов. Например, кто и при каких условиях оказывает эти услуги или психологическое состояние персонала. Нестабильность качества услуг является основной причиной высказываемых потребителями претензий к предприятиям сферы гостеприимства.

5. Продукт гостиничного бизнеса подвержен сезонным колебаниям. Спрос может изменяться в зависимости от сезона или даже от дня недели. Так спрос в летний период, рождественские каникулы и в выходные дни значительно возрастает.

6. Продукт, производимый гостиничным предприятием, зависит от деятельности туристических агентств, их деятельности и проводимых рекламных компаний [6].

Эти направления бизнеса тесно связаны между собой. Помимо выделенных нами особенностей деятельности предприятий сферы гостеприимства необходимо определить, на что ориентируется потребитель для достижения максимально комфортного для себя отдыха. Это положение гостиницы относительно достопримечательностей, транспортных сетей. Конечно же, оно зависит от цели пребывания. Так же это комфортабельность проживания. Обслуживание в номерах и сервис в целом; наличие питания, ресторанов, баров; номеров различных категорий и различных диапазон цен; многообразный ассортимент дополнительных услуг. В современных гостиницах дополнительные услуги очень разнообразны и зависят от цели посещения. Часто отели предлагают своим клиентам spa – процедуры, развлечения, конференц-залы и многое другое.

Несмотря на то, что все это привлекает современного потребителя и приносит немалую прибыль, все же плата за пребывание является основным доходом гостиниц. Сформировавшаяся репутация отеля, его имидж играют важную роль при выборе места проживания. Имидж формируют отзывы клиентов, а он в свою очередь складывается из таких факторов как квалификация и уровень подготовки персонала, местоположения, удобств и дополнительных услуг, атмосфера и впечатления [5].

Для формирования благоприятного имиджа гостиницы необходима слаженная работа всех ее структурных подразделений. Так служба по управлению персоналом должна иметь четкое представление о требованиях, предъявляемых к сотрудникам, как в области стандартов обслуживания, так и в отношении к гостям и коллегам. Поэтому учитываются не только профессиональные компетенции сотрудников, а так же их личностные

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

## ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

качества, умение сглаживать конфликты. Служба по управлению персоналом должна стремиться к постоянному совершенствованию деятельности персонала. Для этого необходимо регулярно участвовать в обучающих программах, проводить курсы повышения квалификации.

Важное место в управлении занимают применяемые современные технологии производства. Это и работа горничных, и администраторов, и других служб отеля. Получить новые знания сотрудники могут при обучении. Анри Файолем были сформулированы основные принципы взаимодействия в организационной структуре [7].

1. Какова бы ни была организационно-управленческая структура предприятия гостиничного бизнеса и как бы ни были распределены обязанности, ответственность за все предприятие должен нести один человек.

2. Персонал каждого подразделения должен подчиняться одному руководителю.

3. Прежде чем на персонал будут возложены определенные обязанности, его необходимо наделить соответствующими полномочиями, которые позволят выполнять эти обязанности.

4. Формальные и неформальные линии связи позволят руководству предприятия оперативно узнавать происходящем.

5. Часть полномочий может быть делегирована руководящему звену.

6. Организационная структура организации должна быть гибкой и позволять вносить коррективы в связи с меняющимися целями, методами руководства, масштабами коммерческой деятельности, появлением новых технологий и материальных ресурсов.

7. Структурные уровни должны быть доступны любому сотруднику. Каждый из них может высказать замечание, предъявить жалобу или внести рационализаторское предложение соответствующему руководителю.

Обеспечение достижения стоящих перед организацией задач является

## ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

главной целью организационной структуры, то для этого необходимо, чтобы, проектирование структуры базироваться на стратегических планах гостиницы. Для гостиничного предприятия обслуживание является важнейшим компонентом. Сотрудники именно этого отдела взаимодействуют с клиентами от начального этапа бронирования, приема, регистрации, размещения, до заключительного этапа расчета и оформления выезда [3].

Можно однозначно сделать вывод, что правильно организованная внутренняя среда предприятия гостиничного бизнеса влияет на выбор потребителя гостиничных услуг. Ведь главное удовлетворить потребности клиента. В дальнейшем его положительные отзывы позволят гостинице быть конкурентоспособной.

**Библиографический список:**

1. Волков Ю.Ф. Сущность и особенность гостиничных услуг / Ю.Ф. Волков // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2017. - №2 (том 5, часть 3) – С.64-69
2. Геращенко И.Н. Управление персоналом в туризме. Краснодар: Краснодарский государственный институт культуры, 2019. 103 с.
3. Геращенко И.Н., Сохина Н.П., Сарана Н.И. Технологии разработки проектных таблиц-классификаторов видов туризма регионов РФ и их прикладное использование (на примере Краснодарской туристской дестинации). Вестник НАТ. 2018. № 4 (48). С. 56-61.
4. Голуб И.Н. Вовлечение персонала как ключевой фактор успеха компании. Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2020. №8. С.121-124.
5. Ким Т.Г. Транснационализация предпринимательской деятельности в условиях глобализации: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ставропольский государственный аграрный университет. Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

Ставрополь, 2008 .

6. Колесников А.М. Основы формирования рынка туристских услуг // Экономический вектор. 2017. № 3. С. 30-35.

7. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для вузов /Ф. Котлер, Дж. Боуэн Дж. Мейкенз - 6-е изд., перераб и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 787 с.

8. Кугушева А.Н. Состояние и перспективы развития активного туризма в Краснодарском крае // Сервис PLUS. 2013. № 2, С. 52-60.

9. Мугаева Е.В. Развитие венчурной индустрии в России // Российское предпринимательство. 2012. № 9 (107). С. 10-14.

10. Мугаева Е.В. Развитие венчурного инвестирование в практике модернизации экономики российских регионов (на примере предприятий Краснодарского края): диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Южный федеральный университет. Ростов-на-Дону, 2014.

11. Сапунов А.В. Разработка управленческого решения в условиях кризиса. Modern Science. 2021 № 2-2. С. 111-116.

12. Сапунова Т.А. Повышение эффективности использования кадрового потенциала на предприятии // В сборнике: Экономическая безопасность: правовые, экономические, экологические аспекты. Сборник научных трудов 6-й Международной научно-практической конференции. Курск, 2021. С. 342-345.

*Оригинальность 94%*