

«Совершенствование деятельности гостиничного предприятия»**« Improvement of the hotel business»****БУРЦЕВА НАТАЛЬЯ ОЛЕГОВНА**

студент, Оренбургский государственный университет, Россия, 460018, г. Оренбург, просп. Победы, д. 13

***Аннотация:** В статье рассматривается гостиничный бизнес в Оренбурге, его суть и особенности, а так же недостатки. Приведено понятие гостеприимства в бизнесе, указано, что данный вид бизнеса в России является одним из наиболее развитых и прибыльных. Особое внимание было уделено оценке технологии организации и предоставлению услуг на примере гостиницы «Виктория». Кроме того, рассматриваются угрозы как внутренние, так и внешние, нестабильность политико-экономических факторов, так же влияющих на гостиничный бизнес.*

***Abstract:** The article discusses the hotel business in Orenburg, its essence and features, as well as disadvantages. The concept of hospitality in business is given, and it is indicated that this type of business in Russia is one of the most developed and profitable. Special attention was paid to the assessment of the technology of organization and provision of services on the example of the Victoria hotel. In addition, threats both internal and external, instability of political and economic factors that also affect the hotel business are considered.*

***Ключевые слова:** гостиничный бизнес, туризм, предприятие, услуги, номер, отель, номерной фонд, служба управления, WTO, обслуживание, бронирование.*

***Key words:** hotel business, tourism, enterprise, services, room, hotel, room stock, management service, WTO, service, booking.*

В современных условиях индустрия гостеприимства является важной составляющей экономики туризма, так как услуги, оказываемые гостиничной индустрией, определяют психологию туризма, так как качество обслуживания гостей формирует впечатление об отрасли в целом.

Изменения, происходящие в последнее время в российской гостиничной индустрии, вызванные экономическими, социальными, политическими, рыночными и другими факторами, требуют сохранения и упрочения стратегического конкурентного преимущества не только на уровне гостиничного предприятия, но также и на методическом уровне менеджмента гостиничной отрасли.

Качественные услуги гостиничного предприятия привлекают внимание, вызывают желание пользоваться ими. Развитие сферы услуг позволяет потребителям сравнить одну услугу с другой, а также подталкивает предприятия к предоставлению новых видов услуг при постоянном улучшении их качества. На успешность и доходность гостиничного бизнеса влияет огромное число факторов. При этом только в совокупности они могут принести

ожидаемую эффективность, поскольку в гостиничном бизнесе наибольшую роль играет человеческий фактор. Поэтому для гостиниц, прежде всего, имеет значение не столько количество оказываемых услуг, сколько их качество.

Только качественные услуги могут создать комфортные условия для гостей. Уровень комфорта в гостиничном бизнесе складывается из таких критериев, как состояние номерного фонда гостиницы, здания в целом, наличие удобных подъездных путей, техническое оснащение и информационное обеспечение, наличие предприятий питания и многое другое. Очевидно, что среди конкурирующих гостиниц преимущество будет у предприятий, оказывающей услуги более высокого качества. Ее услуги будут не только удовлетворять ожидания гостей, но и превосходить их.

В настоящее время среди основных проблем российской гостиничной индустрии на современном этапе ее развития возможно выделить неоправданный перевес в сторону высококлассных отелей в предпочтениях инвесторов, а также острая нехватка трехзвездочных отелей, соответствующих международным стандартам. Кроме того, все чаще актуализируется необходимость корректировки современного законодательства в сфере туризма, в том числе в области сертификации и лицензирования, что напрямую влияет на факт несоответствия качества материально-технической базы, обслуживания, ассортимента питания международным стандартам и т.д.

Помимо влияния внутренних для гостиничной индустрии факторов, она испытывает влияние со стороны сферы туризма (в том числе сокращение внутреннего туризма, отсутствие государственной поддержки социального туризма, удорожание транспорта) и других факторов внешней среды (обусловленных, например, недоступностью цен для широких слоев населения, нестабильностью политико-экономической обстановки в ряде регионов и т.д.).

Несмотря на перечисленный комплекс проблем, важно отметить высокий потенциал развития гостиничных предприятий за счет использования современных инновационных решений, а также разработки эффективной стратегии развития.

В области научного обоснования обеспечения конкурентоспособности гостиничных предприятий, выделяются работы таких российских ученых, как Н. Л. Безрукова, А. Б. Волон, М. А. Жукова, В. В. Иванов, Е. Л. Ильина, А. Л. Лесник, Т. В. Сорокина, А. В. Чернышев, А. Д. Чудновский, В. С. Янкевич и др.

Следует отметить, что, несмотря на наличие довольно большого количества научных публикаций, посвященных общей проблематике развития теории и методологии обеспечения конкурентоспособности гостиничного предприятия, по-прежнему остаются актуальными прикладные задачи генерирования стратегий обеспечения конкурентоспособности гостиничных предприятий и учета нестабильной кризисной составляющей.

Цель статьи состоит в разработке комплекса мероприятий по совершенствованию деятельности гостиничного предприятия.

Поставленная цель требует решения следующих задач:

- 1) изучить понятие и сущность гостиничного предприятия;
- 2) рассмотреть виды гостиничных предприятий;
- 3) выделить особенности организации деятельности гостиничных предприятий;
- 4) составить организационно-экономическую характеристику рассматриваемых гостиниц;
- 5) провести оценку технологии организации и предоставления услуг в предприятиях;
- 6) проанализировать внешнюю среду;
- 7) предложить организационно-экономическое обоснование мероприятий.

Предметом исследования выступает деятельность гостиничных предприятий.

Теоретическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых: Б. Ассаф, Е. В. Галенко, М. А. Жукова, С. А. Иванова, А. А. Калинин, А. С. Козлова, Е. Д. Малюшенкова, У. Н. Михалева, Л. С. Морозова, Х. Ф. Очилова, И. А. Рогова, И. Н. Толстых, Т. А. Филиппова и др.

Практическая значимость исследования состоит в том, что предлагаемый в рамках работы комплекс мероприятий по совершенствованию деятельности гостиниц позволяет в перспективе значительно увеличить социальную и экономическую эффективность предприятий, а также повысить возможности снижения влияния негативных факторов внешней и внутренней среды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1) Калинин, А. А. Инновационные сервисные технологии в гостиничном бизнесе / А. А. Калинин, А. А. Карпова // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – № 2. – 2019. – С. 46-51.
- 2) Калуцкая, А. Ю. Особенности организации и функционирования службы маркетинга на предприятиях гостиничной индустрии / А. Ю. Калуцкая // StudNet. – № 9. – 2020. – С. 1317-1321.
- 3) Козлова, А. С. Конкурентоспособность гостиничного бизнеса и факторы, влияющие на нее / А. С. Козлова, Е. А. Бреусова // Концепт. – № 7. – 2017. – С. 102-107.
- 4) Комарова, С. Н. Выбор маркетинговой стратегии сервисного предприятия для обеспечения устойчивого развития / С. Н. Комарова, А. Ю. Мишурова // Естественно-гуманитарные исследования. – № 2 (28). – 2020. – С. 119-128.
- 5) Куликова, А. В. Роль социальных сетей в повышении медийной привлекательности гостиничных предприятий / А. В. Куликова, А. В. Харитоновна // Российские регионы: взгляд в будущее. – № 4. – 2019. – С. 91-101.

©Н.О. Бурцева, 2020