

EDN: ZFHDX
УДК 640.4.009.12

CRITICAL ANALYSIS OF METHODS OF ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF HOTEL ORGANIZATIONS

Sergey N. Ladyzhenko*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russian Federation

Received 08.08.2024, accepted 28.08.2024

Abstract. The article presents the results of studying, generalizing and systematizing the works of foreign and domestic economists devoted to the problem of studying the competitiveness of organizations from the standpoint of various scientific and methodological approaches in certain time periods. Particular attention is paid to the consideration of methods for assessing the competitiveness of hotel organizations that have specific features of their functioning in the service market, which necessitates adapting the existing methods and techniques for conducting research to the specific features of the activities of these organizations to ensure a comprehensive, systematic, differentiated approach to conducting research.

In the course of the conducted critical analysis of the considered methods and techniques for assessing the competitiveness of organizations, including in the hotel industry, the essence and sequence of the research were determined, the main advantages and disadvantages of the proposed methods were identified and the scope of their application in the practice of organizations was determined.

In the final part, based on the results of the study, general conclusions were formulated on the applicability of the considered methods for assessing competitiveness in the analytical activities of hotel organizations and the need to adapt them to modern conditions of the current external and internal environment, trends in the development of the economy and society, industry specifics of the functioning of organizations in the hotel industry.

Keywords: competitiveness, hotel organizations, assessment methods, matrix methods, product methods, integrated assessment, comprehensive approach.

Citation: Ladyzhenko, S. N. (2024). Critical analysis of methods of assessing the competitiveness of hotel organizations. In: Trade, service, food industry. Vol. 4(4). Pp. 464–476. EDN: ZFHDX



КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ МЕТОДИК ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Сергей Николаевич Ладыженко*

Сибирский федеральный университет, Красноярск, Российская Федерация

Аннотация. В статье представлены результаты изучения, обобщения и систематизации трудов зарубежных и отечественных экономистов, посвященных проблеме исследования конкурентоспособности организаций с позиций различных научно-методических подходов в определенных временных периодах. Особое внимание уделено рассмотрению методик оценки конкурентоспособности гостиничных организаций, обладающих специфическими особенностями функционирования на

© Siberian Federal University. All rights reserved

*Corresponding author E-mail address: sladyzhenko@yandex.ru

рынке сервисных услуг, что вызывает необходимость адаптации имеющихся методик и методов к особенностям деятельности данных организаций для обеспечения комплексного, системного, дифференцированного подхода к проведению исследования.

В ходе критического анализа рассмотренных методик и методов оценки конкурентоспособности организаций, в том числе в сфере гостиничной индустрии, определена сущность и последовательность проведения исследований, выявлены основные достоинства и недостатки предлагаемых методик и определена сфера их применения в практике деятельности организаций.

В заключительной части по результатам исследования сформулированы обобщающие выводы о применимости рассмотренных методик оценки конкурентоспособности в аналитической деятельности гостиничных организаций и необходимости их адаптации к современным условиям внешней и внутренней среды, трендам развития экономики и общества, отраслевой специфике функционирования организаций в сфере гостиничной индустрии.

Ключевые слова: конкурентоспособность, гостиничные организации, методики оценки, матричные методы, продуктовые методы, интегральная оценка, комплексный подход.

Цитирование: Ладыженко, С. Н. Критический анализ методик оценки конкурентоспособности гостиничных организаций / С. Н. Ладыженко // Торговля, сервис, индустрия питания. – 2024. – № 4(4). – С. 464–476. – EDN: ZFHDXH



Введение. Конкурентоспособность организации является важнейшей категорией рыночной экономики, характеризующей адаптацию организаций к условиям внешней и внутренней среды, занимаемую долю рынка и положение на нем в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе. В связи с этим проблемы оценки и повышения конкурентоспособности организаций как основы обеспечения коммерческого успеха и повышения эффективности их функционирования на потребительском рынке представлены достаточно широко.

Зарубежные и отечественные специалисты представляют различные методики, отличающиеся последовательностью проведения исследования, его глубиной и полнотой, применением различных научно-методических подходов и методов оценки, адаптацией к отраслевой специфике функционирования организаций на соответствующих рынках. В связи с этим возникает потребность в проведении систематизации и критического анализа представленных методик оценки конкурентоспособности организаций с целью выявления возможности их использования в практических исследованиях.

Материалы и методы. Основой проведения исследования стали изучение и систематизация работ экономистов по проблемам оценки конкурентоспособности организаций, в том числе в сфере гостиничной индустрии. Проведен критический анализ с использованием методов описания, анализа и синтеза, сравнения и аналогии; обобщения и группировки.

Полученные результаты и их обсуждение. Изучение, обобщение и систематизация зарубежной и отечественной экономической литературы различных временных периодов свидетельствуют о разноплановых подходах ученых к изучению и оценке конкурентоспособности организаций.

В зарубежной экономической литературе наиболее широкое распространение получил матричный подход, предполагающий построение различных матриц,

характеризующих зоны хозяйствования организации, сегменты рынка, факторы конкурентоспособности: матрица BCG [1, 2], McKinsey (Маккинзи) [2, 3], матрица конкурентных преимуществ М. Портера [4–8], матрица эластичности конкурентной реакции Ж. Ж. Ламбена [9], матрица ADL [10]. SWOT-анализ, PEST-анализ [2, 11–15] и другие.

Продуктовые методы базируются на утверждении о том, что в основе конкурентоспособности организации находится ее продукт (в первую очередь с точки зрения цена-качество), соответственно при росте конкурентоспособности продукта будет расти конкурентоспособность организации и наоборот. При этом конкурентоспособность предприятия может определяться как средняя конкурентоспособность портфеля продуктов, взвешенная по объему реализации каждого. Конкурентоспособность продукта в данном случае может определяться через соотношение параметрического (средневзвешенная оценка факторов конкурентоспособности продукта с учетом отношения значения каждого к эталонному значению) и экономического индекса (отношение затрат потребления продукта к эталонному значению).

Проведенный анализ основных подходов зарубежных экономистов к исследованию конкурентоспособности организаций позволяет сделать вывод об ограниченности их применения в практике рыночных субъектов в связи с недостаточностью информации в официальной отчетности, большой трудоемкостью, отсутствием учета комплекса факторов и показателей, определяющих конкурентоспособность. Рассмотренные методы могут применяться для оценки отдельных показателей конкурентоспособности в соответствии с целями исследования.

В отечественной экономической литературе представлены разнообразные методики оценки конкурентоспособности организаций, отличающиеся последовательностью и широтой проведения исследования, комплексом или системой показателей, учетом отраслевой специфики.

Одним из ведущих специалистов в области исследования конкурентоспособности – Р. А. Фатхутдинов – предлагает применять продуктовые методы и проводить оценку с помощью четырех интегральных показателей: качество товара, цена товара, затраты на эксплуатацию за весь жизненный цикл товара, качество сервиса, влияние которых на конкурентоспособность организации зависит от ряда внешних и внутренних факторов конкурентных преимуществ товара [16]. Им сформулирован методический подход к оценке, в основу которого заложена оценка конкурентоспособности товара, учитывающая показатели значимости рынка, где реализуется товар, и его весомость в объеме всех продаж, позволяющую оценить конкурентоспособность товара по основным характеристикам, однако не учитывает весь спектр остальных показателей конкурентоспособности, подлежащих оценке, что ограничивает комплексный характер исследования.

Одним из наглядных методов оценки конкурентоспособности организации является графический, в частности построение многоугольников конкурентоспособности организации, чтобы сравнить выбранные ключевые показатели деятельности исследуемой организации и ее конкурентов на рынке с последующей визуализацией проведенных расчетов в форме многоугольника, каждая из граней которого характеризует отдельный параметр сравнительной оценки [17, 18]. При этом отбор показателей сравнительной оценки осуществляют экспертным путем, из-за чего, несмотря на высокую наглядность результатов анализа выбранных показателей конкурентоспособности, данный метод отличается высокой долей субъективизма и рекомендуется только для демонстрации итогов исследования.

Общими методами оценки конкурентоспособности организации являются статистические (индексный метод, кластерный анализ, факторный анализ, регрессионный анализ и другие) и методы математического моделирования (аналитическое и статическое моделирование, распределенное и нераспределенное моделирование, имитационное моделирование, сетевые методы и другие). Особого внимания, на наш взгляд, заслуживает метод регрессионного анализа, позволяющий анализировать корреляции различных факторов и делать устойчивые прогнозы показателей в динамике.

Математическое моделирование и статистические методы имеют также ряд существенных недостатков, в первую очередь связанных с трудозатратностью применения (особенно в организациях малого бизнеса, в том числе гостиничных предприятиях), отсутствием необходимой информационной базы и достаточной квалификации самих исследователей.

Пристального внимания заслуживает группа исследований, направленных на формирование обобщающих, интегральных показателей оценки конкурентоспособности с помощью различных методов.

Ряд экономистов предлагает проводить интегральную количественную и качественную оценку показателей конкурентоспособности на основе субъектного подхода (с позиций потребителей, работников, инвесторов, кредиторов, поставщиков товаров и услуг) с помощью интеграла по формуле

$$P_{\text{ИНТ}} = \sqrt[n]{P_1 \times P_2 \times \dots \times P_n}, \quad (1)$$

где $P_{\text{ИНТ}}$ – общий интегральный показатель конкурентоспособности предприятия; P_1, P_2, \dots, P_n – обобщающие показатели конкурентоспособности [17, 18].

Другие предлагают оценивать конкурентоспособность по таким показателям, как финансовое положение предприятия, эффективность организации сбыта и продвижения товара, конкурентоспособность товара, эффективность инновационного проекта с использованием формулы

$$K = \sqrt{(a_1+a_2+a_3+a_4)} l_1^{a_1} \times l_2^{a_2} \times l_3^{a_3} \times l_4^{a_4}, \quad (2)$$

где a_1, a_2, a_3, a_4 – коэффициенты весомости показателей, коэф.; l_1, l_2, l_3, l_4 – частные показатели эффективности деятельности фирмы [19].

Е. В. Шевченко [20] описывает алгоритм расчета интегрального показателя оценки конкурентоспособности туристско-рекреационных предприятий, состоящий из пяти этапов: формирование совокупности предприятий, выбор базы для сравнения, расчет показателей конкурентоспособности, группирование, расчет интегрального показателя.

А. Н. Обуховская и О. И. Радина [21] предложили систему расчета интегрального показателя на основе шестнадцати факторов (репутация, скорость реакции сотрудников на просьбы клиентов, график работы организации и другие), присвоив каждому коэффициент значимости.

Достоинство интегральных методов – возможность трансформации частных, единичных в обобщающие, интегральные показатели, получение комплексной, общей оценки конкурентоспособности для проведения сравнительного анализа конкурентов на рынке, возможности учета широкого спектра критериев и факторов, их определяющих. Основными недостатками данного метода являются достаточно высокая трудоемкость проведения исследования, необходимость сбора большого информационного массива, субъективизм при выборе частных показателей и их качественной оценке.

Гостиничные предприятия имеют определенную отраслевую специфику функционирования на рынке, что вызывает необходимость формирования специфических научно-методических подходов и методик оценки конкурентоспособности. Рассмотрим некоторые подходы отечественных экономистов к данной проблеме.

Комплексный подход к оценке конкурентоспособности организаций в сфере туризма и гостеприимства предлагают М. М. Имматдинов, Р. Р. Хакимова, Э. А. Абдрадшкова [11], выделяя три уровня:

1) оперативный, предполагающий проведение оценки конкурентоспособности услуг эвристическим, экспертным методом с расчетом комплексного (интегрального) показателя;

2) тактический, предусматривающий расчет и анализ комплексного показателя состояния предприятия по различным показателям;

3) стратегический, предполагающий расчет роста стоимости предприятия.

Достоинством данной методики выступает комплексный характер проведения исследования, охватывающий различные стороны деятельности организаций с учетом уровней управления. Однако авторами не определены конкретный перечень показателей, принимаемых в расчет на каждом уровне исследования, и методы их отбора, отсутствует интегральная оценка конкурентоспособности организации, что осложняет проведение исследования в практике хозяйствующих субъектов и затрудняет общую оценку для сравнительного анализа.

А. А. Алешин [22] также поддерживает комплексный подход к проведению исследования конкурентоспособности гостиниц в разрезе следующих направлений:

– оценка качества услуг гостиниц по основным группам показателей (условия проживания, месторасположение, услуги питания, дополнительные услуги, безопасность гостиницы) по 10-балльной шкале оценки респондентами-клиентами с использованием коэффициента весомости каждого показателя и последующим расчетом средневзвешенного значения;

– расчет и оценка комплексного показателя конкурентоспособности организации, рассчитываемого как соотношение качества услуг и их цены, путем деления поставленных респондентами баллов за качество предоставляемых услуг (баллы) на стоимость соответствующих услуг (тыс. руб.).

Достоинство данной методики в обоснованном выделении автором как значимого показателя безопасности, включающего в себя различные аспекты (санитарно-эпидемический, пожарный и т.д.), а также итоговом расчете обобщающего показателя конкурентоспособности организации. Однако данная методика предполагает оценку только двух основных параметров (качество услуг и их стоимость) без учета прочих разнообразных, основополагающих показателей оценки конкурентоспособности, использование экспертного метода оценки качества услуг, отличающегося высокой долей субъективизма, что ограничивает его использование в практических исследованиях.

Более глубокую методику оценки конкурентоспособности гостиничных организаций предлагают А. А. Лычагина, Е. Е. Коновалова в разрезе следующих направлений:

– оценка номерного фонда;

– сравнительный анализ стоимости проживания;

– конкурентоспособность предоставляемых услуг, оцениваемую экспертным методом путем опроса респондентов по 5-балльной шкале в разрезе таких частных показателей, как сроки предоставления услуг, их качество, ассортимент, комфортность, дополнительные услуги, уровень сервиса, квалификация персонала, удовлетворенность

потребителей с последующим расчетом общего индекса конкурентоспособности в виде частного суммы проставленных баллов на количество параметров;

– построение на основе проведенных исследований матрицы SWOT-анализа [23].

Данная методика предполагает расширенный перечень показателей оценки конкурентоспособности и возможность определения слабых и сильных сторон, угроз и возможностей предприятия. Однако, как и предыдущая, методика основана в основном на субъективном экспертном методе.

Интересная методика оценки конкурентоспособности гостиничных организаций с помощью инструментов бенчмаркинга описана О. Ю. Малининой, А. В. Федорковой [24] в разрезе трех направлений исследования (табл. 1).

Таблица 1. Методика оценки конкурентоспособности гостиничных организаций с помощью инструментов бенчмаркинга (составлено автором по [24])

Table 1. Methodology for assessing the competitiveness of hotel organizations using benchmarking tools (compiled by the author based on [24])

Направления оценки	Показатели оценки	Методы оценки
Изучение и оценка кликабельности сайтов предприятий-конкурентов	Среднее количество кликов посетителей по внешним и ли внутренним ссылкам, зафиксированных в течение месяца на официальном сайте гостиничного предприятия	Изучение официальных сайтов гостиничных предприятий и подсчет кликов посетителей с их обобщением статистическими методами
Сравнительный анализ удовлетворенности потребителей гостиничных услуг	Чистота помещений Оснащенность номеров Техническое состояние помещений, их интерьер Комфорт Удобства Персонал Бесплатный WI-FI Месторасположение Стоимость проживания Соотношение цены-качества гостиничных услуг	Проведение опроса потребителей гостиничных услуг для выявления их мнения по 5 и/или 10 бальной шкале
Сравнительный анализ конкурентоспособности гостиничного предприятия на основе бального метода	Участие гостиницы в выставках конференциях, конкурсах (x1) Наличие собственного интернет-сайта (x2) Профессионализм персонала (x3) Вежливость персонала (x4) Повышение квалификации персонала (x5) Широта ассортимента гостиничных услуг (x6) Качество гостиничных услуг (x7) Внутренний и внешний вид гостиницы (x8) Рекламная деятельность гостиницы (x9) Месторасположение гостиницы (x10) Применение инновационных методов и технологий (x11) Программы лояльности для клиентов (x12) Наличие «категории звезд» (x13) Цена гостиничных услуг (x14)	Проведение априорного ранжирования 14 показателей конкурентоспособности путем проведения опроса потребителей гостиничных услуг методом ранговой корреляции и построение на этой основе средней диаграммы рангов

Достоинствами данной методики, по нашему мнению, будет учет информационно-коммуникационных технологий (наличие и активность официального

сайта, бесплатный WI-FI), внедрение инновационных методов и технологий оказания гостиничных услуг и достаточно широкий перечень показателей анализа, что обеспечивает комплексный характер исследования. К ее недостаткам можно отнести проведение оценки по второму направлению исследования при помощи балльной оценки без учета весомости изучаемых показателей, отсутствие группировки оценочных показателей по второму и третьему направлению исследования и расчета интегрального показателя, позволяющего дать общую оценку конкурентоспособности гостиничного предприятия, субъективизм при определении перечня показателей оценки и мнений потребителей при проведении опроса.

Количественную и качественную оценку конкурентоспособности гостиничных предприятий предлагают Е. А. Васильева, С. А. Васильев [25] (табл. 2).

Таблица 2. Методика оценки конкурентоспособности гостиничных организаций
(составлено автором по [25])

Table 2. Methodology for assessing the competitiveness of hotel organizations (compiled by the author based on [25])

Направления оценки	Показатели оценки	Методы оценки
Расчет показателей блока клиентской оценки (оценка потребителями гостиничных услуг уровня конкурентоспособности предприятия, потенциальных потребностей и наиболее важных факторов при выборе услуг)	Условия проживания в гостиничных предприятиях. Условия питания в гостиничных предприятиях. Разнообразие дополнительных услуг	Экспертный метод путем опроса потребителей с оценкой их мнения по 5-балльной шкале
	Качество обслуживания клиентов	Проведение исследования по методике SERVQUAL
Расчет показателей ценового блока оценки	Стоимость проживания в гостиничных предприятиях. Стоимость питания в гостиничных предприятиях	Прямое сравнение показателей через коэффициенты
Расчет показателей финансового блока оценки	Выручка, оборотные и внеоборотные активы, прибыль, коэффициент обеспечения собственными средствами, фондообеспеченность, рентабельность общей и конечной деятельности	Прямое сравнение показателей через коэффициенты
Расчет общего показателя конкурентоспособности	Общий показатель конкурентоспособности для проведения сравнительного анализа. Чем ближе общий показатель к 1, тем более конкурентоспособность приближена к нормативному значению	Все рассчитанные величины переводятся в относительные показатели по сравнению с показателями оценки исследуемого гостиничного предприятия. Определение экспертным путем значимости рассчитанных показателей. Расчет общего показателя конкурентоспособности путем умножения рассчитанных относительных показателей на найденную значимость и суммирования всех полученных параметров

Достоинствами данной методики выступают ее комплексный характер, объединяющий различные направления оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия; применение как количественной, так и качественной оценки показателей с использованием разнообразных методик и методов; расчет обобщающего показателя конкурентоспособности с учетом значимости отдельных показателей.

Интерес представляет методика оценки конкурентоспособности гостиничных предприятий параметрическим методом, разработанная Е. Г. Бодровым, А. Д. Инюкиным [26], куда входят расчет и анализ параметрических и взвешенных параметрических индексов с вычислением интегрального показателя, а также выбор направления оценки конкурентоспособности предприятия в разрезе основных бизнес-процессов:

- определение параметров оценки (технических и экономических) с учетом отраслевой специфики методом экспертных оценок путем опроса респондентов-специалистов гостиничного предприятия;
- определение значений и весомости параметров, в том числе идеальной модели экспертным методом путем опроса потребителей с оценкой их мнения по выбранным параметрам по 10-балльной шкале и с оценкой весомости параметров;
- расчет взвешенного параметрического индекса с составлением сводной таблицы;
- расчет интегрального индекса качества как соотношения технических и экономических характеристик;
- построение многоугольника конкурентоспособности предприятия.

Несомненным достоинством данной методики стал учет специфики функционирования гостиничных предприятий с определением основных бизнес-процессов и характеристик конкурентоспособности, достаточно широкий перечень исследуемых параметров оценки, расчет как взвешенных, так и интегральных показателей, что позволяет проводить комплексную оценку частных и обобщающих показателей.

В качестве недостатков предлагаемых Е. А. Васильевой, С. А. Васильевым, Е. Г. Бодровым, А. Д. Инюкиным методик следует отметить отсутствие в структуре показателей оценки ряда таких важных показателей, как месторасположение, экологичность предоставляемых услуг, внедрение инновационных методов и технологий оказания услуг и т.д. Вместе с тем комплексный, системный характер данных методик определяет их высокую значимость для проведения исследований конкурентоспособности гостиничных организаций.

В современных условиях цифровой трансформации все большее внимание исследователи уделяют вопросам цифровой конкурентоспособности организаций. В. В. Асаул, В. А. Кошечев, Ю. А. Цветков [27] выделяют ряд факторов, важных при оценке конкурентоспособности в условиях «цифровой экономики»: уровень использования цифровых технологий, характеристики нематериальных активов, кадры и дифференциация деятельности. Оценка конкурентоспособности с учетом данных факторов предлагается по графическому методу с отдельными многоугольниками конкурентоспособности.

Л. М. Капустина, А. С. Миколенко, Г. С. Тимохина [28] предлагают семь факторов конкурентоспособности (внедрение интернета вещей, наличие цифровой платформы, автоматизация, кибербезопасность и другие), а также метод экспертной оценки со стороны сотрудников организации с обобщением и визуализацией в формате «многоугольника конкурентоспособности».

Учет цифровых составляющих при оценке конкурентоспособности организаций отражает современные тренды развития экономики и общества и позволяет проводить всестороннюю оценку исследуемого показателя.

Выводы и дискуссионные вопросы. Представленный критический анализ методик и методов оценки конкурентоспособности организаций приводит к следующим выводам:

– существующие методы оценки конкурентоспособности представлены в широком спектре, тем не менее, каждая группа методов имеет существенные недостатки и ни один из изученных подходов не может считаться эталонным для оценки конкурентоспособности гостиничных организаций. Это, в первую очередь, связано с ограниченностью перечня оцениваемых показателей, необходимостью использования экспертных оценок, высокой трудозатратностью применения многих методов. Следует отметить, что интегральные методы имеют наибольший потенциал для оценки конкурентоспособности как всей организации, так и отдельных направлений ее деятельности;

– методики и методы оценки конкурентоспособности гостиничных организаций с учетом их отраслевой специфики в исследованиях отечественных ученых представлены в ограниченном аспекте. Кроме того, в условиях технологических, цифровых, экономических, геополитических трансформаций появляются новые факторы конкурентоспособности, которые рассмотренные методы учитывают в ограниченном режиме;

– в рассмотренных методиках отсутствует субъектный подход к проведению исследования, позволяющий оценивать конкурентоспособность гостиничных организаций с позиций заинтересованных основных субъектов (потребителей, собственников, менеджеров высшего звена и т.п.), не учитываются или учитываются в ограниченном объеме факторы цифровизации бизнес-процессов.

На основе настоящего исследования представляется необходимым формирование комплексного научно-методического подхода к оценке конкурентоспособности гостиничных организаций с учетом цифровой трансформации. Данный подход, на наш взгляд, может быть субъектным и интегральным, основанным на более активном использовании математических и статистических инструментов, а также на учете специфики гостиничных услуг и факторов «цифровой конкурентоспособности».

Библиографический список

1. Жданова, Е. С. Анализ современных методов определения конкурентоспособности предприятий [Текст] / Е. С. Жданова // Вестник экономической науки Украины. – 2018. – № 1(34). – С. 195–199.
2. Пономарев, К. И. Методика оценки конкурентоспособности [Текст] / К. И. Пономарев // Вестник магистратуры. – 2019. – № 7-2(94). – С. 122–125.
3. Тебуева, С. В. Оценка стратегических альтернатив: матрица Маккинзи [Текст] / С. В. Тебуева // Современные научные исследования и разработки. – 2018. – Т. 3, № 4(21). – С. 354–356.
4. Ягунова, Н. А. Оценка конкурентного окружения предприятия с использованием модели пяти сил Майкла Портера [Текст] / Н. А. Ягунова, М. В. Смагина, Д. А. Иванов // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2014. – № 4(53). – С. 70–73.
5. Porter, M. The Five Competitive Forces That Shape Strategy [Text] / M. Porter // Harvard business review. – 2008. – Vol. 86. – Pp. 78–93.
6. Братенкова, Т. М. Методика маркетингового анализа среды

функционирования предприятия с учетом экологической компоненты [Текст] / Т. М. Братенкова, Э. Г. Чурлей // Труды БГТУ. Экономика и управление. – 2015. – № 7. – С. 227–232.

7. Кардаполова, А. С. Разработка методики оценки внешней среды деятельности организации [Текст] / А. С. Кардаполова, Н. Н. Терещенко // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 12 (ч. 4). – С. 1051–1056.

8. Иванова, Т. О. Оценка влияния факторов внешней среды на деятельность государственной организации лесной отрасли [Текст] / Т. О. Иванова // Экономика и эффективность организации производства. – 2020. – № 32. – С. 14–18.

9. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст] / Ж. Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг. – Санкт-Петербург : Питер, 2020. – 928 с.

10. Калугин, Т. Р. Анализ моделей ADL (p, g), используемых для описания связей между временными рядами [Текст] / Т. Р. Калугин, А. К. Ким, Д. А. Петрусевич // Российский технологический журнал. – 2020. – № 8(2). – С. 7–22.

11. Особенности оценки конкурентоспособности фирмы на рынке туристских услуг [Текст] / М. М. Имамутдинов, Р. Р. Хакимова, Э. А. Абдрафикова // Казанский вестник молодых ученых. – 2019. – Т. 3, № 5. – С. 168–172.

12. Бурханов, М. И. Анализ внешней и внутренней среды как инструмент оценки стратегических перспектив бизнеса торгового предприятия [Текст] / М. И. Бурханов // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2021. – № 2-1. – С. 132–137.

13. Королева, М. С. Методы анализа и оценки внешней среды предприятия [Текст] / М. С. Королева, А. В. Селезнёва // Тенденции развития науки и образования. – 2022. – № 85-6. – С. 138–140.

14. Мурзич, И. К. Количественно-качественная оценка факторов внешней и внутренней среды на основе SWOT-анализа [Текст] / И. К. Мурзич // Новости науки и технологий. – 2019. – № 1(48). – С. 15–25.

15. Кулеша, А. Д. PEST-анализ как метод оценки факторов внешней среды, влияющих на деятельность предприятий молокоперерабатывающей промышленности республики Беларусь [Текст] / А. Д. Кулеша // Сельское хозяйство – проблемы и перспективы: сборник научных трудов. – Гродно, 2021. – С. 134–142.

16. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность – цель реформирования экономики России [Текст] / Р. А. Фатхутдинов // Наука и промышленность России. – 2012. – № 1. – С. 44–48.

17. Сальников, Ю. Ю. Современные подходы к оценке конкурентоспособности организаций на основе субъектного подхода [Текст] / Ю. Ю. Сальников, Н. Н. Терещенко // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 5 (ч. 1). – С. 85–92.

18. Проблемы и тенденции развития сферы услуг в условиях цифровизации: монография [Текст] / Ю. Л. Александров, Т. Ю. Анопченко, Т. Г. Бутова [и др.]; под ред. Ю. Ю. Сусловой. – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2023. – 260 с.

19. Турбаба, М. В. Оценка конкурентоспособности методом средней геометрической взвешенной на примере фармацевтического предприятия [Текст] / М. В. Турбаба, Е. П. Мельникова // Актуальные вопросы экономики и управления: теоретические и прикладные аспекты: сборник по материалам Четвертой международной научно-практической конференции, Горловка, 29 марта 2019 г. – Донецк : Донецкий национальный технический институт, 2019. – С. 453–458.

20. Шевченко, Е. В. Научно-методический инструментарий оценивания конкурентоспособности туристско-рекреационных предприятий [Текст] / Е. В. Шевченко // Science Time. – 2015. – № 5(17). – С. 512–518.

21. Обуховская, А. Н. Адаптивная методика оценки конкурентоспособности туристических предприятий [Электронное издание] / А. Н. Обуховская, О. И. Радина // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2 (ч. 1). – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=20350> (дата обращения: 18.02.2023)
22. Алёшин, А. А. Весомость показателя безопасности в оценке конкурентоспособности гостиниц [Текст] / А. А. Алёшин // Вестник РМАТ. – 2018. – № 2. – С. 153–158.
23. Лычагина, А. А. Анализ и оценка конкурентоспособности гостиничного предприятия на примере оздоровительного комплекса [Текст] / А. А. Лычагина // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2021. – Вып. 15, № 2. – С. 144–151.
24. Малинина, О. Ю. Применение инструментов бенчмаркинга в процессе оценки конкурентоспособности гостиничных предприятий [Текст] / О. Ю. Малинина, А. В. Федоркова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2020. – № 5-2(95). – С. 108–112.
25. Васильева, Е. А. Обоснование параметров смешанной модели оценки конкурентоспособности услуг предприятий сферы гостеприимства [Текст] / Е. А. Васильева, С. А. Васильев // Индустриальная экономика. – 2022. – Вып. 2, № 2. – С. 132–138.
26. Бодрова, Е. Г. Анализ конкурентоспособности услуг гостиничных предприятий с помощью параметрического метода [Текст] / Е. Г. Бодрова, А. Д. Инюкина // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. – 2021. – Вып. 23, № 4. – С. 113–126.
27. Асаул, В. В. Оценка конкурентоспособности организаций в условиях цифровой экономики [Текст] / В. В. Асаул, В. А. Кошечев, Ю. А. Цветков // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Т. 10, № 1. – С. 533–548.
28. Капустина, Л. М. Оценка цифровой конкурентоспособности промышленных предприятий [Электронное издание] / Л. М. Капустина, А. С. Миколенко, Г. С. Тимохина // Цифровые модели и решения. – 2022. – № 3. – URL: <https://usue-journal.ru/ru/vypuski-2022/44-russkij-yazyk/tsmir/2/368-otsenka-tsifrovoy-konkurentosopobnosti-promyshlennykh-kompanijm> (дата обращения: 18.10.2024).

References

1. Zhdanova, E. S. (2018). Analysis of modern methods for determining the competitiveness of enterprises. *Bulletin of Economic Science of Ukraine*, 1(34), 195–199.
2. Ponomarev, K. I. (2019). Methodology for assessing competitiveness. *Bulletin of the Magistracy*, 7-2 (94), 122–125.
3. Tebueva, S. V. (2018). Evaluation of strategic alternatives: McKinsey matrix. *Modern scientific research and development*, Vol. 3, No. 4(21), 354–356.
4. Yagunova, N. A., Smagina, M. V., Ivanov, D. A. (2014). Assessing the competitive environment of an enterprise using Michael Porter's five forces model. *Bulletin of the Saratov State Socio-Economic University*, 4(53), 70–73.
5. Porter, M. (2008). *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*. *Harvard business review*, 86, 78–93.
6. Bratenkova, T. M., Churley, E. G. (2015). Methodology of marketing analysis of the enterprise operating environment taking into account the environmental component. *Proceedings of BSTU. Economics and Management*, 7, 227–232.
7. Kardapolova, A. S., Tereshchenko, N. N. (2017). Development of a methodology for assessing the external environment of an organization's activities. *Economy and Entrepreneurship*, No. 12 (Part 4), 1051–1056.

8. Ivanova, T. O. (2020). Assessment of the influence of external environmental factors on the activities of a state organization in the forestry industry. *Economy and efficiency of production organization*, 32, 14–18.
9. Lamben, J.-J., Chumpitas, R., Schuling, I. (2020). *Market-oriented management*. St. Petersburg: Piter, 928.
10. Kalugin, T. R., Kim, A. K., Petrusevich, D. A. (2020). Analysis of ADL (p, g) models used to describe relationships between time series. *Russian Technological Journal*, 8(2), 7–22.
11. Imamutdinov, M. M, Khakimova, R. R., Abdrafikova, E. A. (2019). Features of assessing the competitiveness of a company in the tourism services market. *Kazan Bulletin of Young Scientists*, Vol. 3, No. 5, 168–172.
12. Burkhanov, M. I. (2021). Analysis of the external and internal environment as a tool for assessing the strategic prospects of a trading enterprise business. *Science of the XXI century: current directions of development*, 2-1, 132–137.
13. Koroleva, M.S., Selezneva, A. V. (2022). Methods of analysis and assessment of the external environment of the enterprise. *Trends in the development of science and education*, 85-6, 138–140.
14. Murzich, I. K. (2019). Quantitative and qualitative assessment of external and internal environmental factors based on SWOT analysis. *Science and Technology News*, 1(48), 15–25.
15. Kulesha, A. D. (2021). PEST analysis as a method for assessing environmental factors affecting the activities of dairy processing enterprises in the Republic of Belarus. *Agriculture – problems and prospects. Collection of scientific papers*. Grodno, 134–142.
16. Fatkhutdinov, R. A. (2012). Competitiveness is the goal of reforming the Russian economy. *Science and Industry of Russia*, 1, 44–48.
17. Salnikov, Yu. Yu., Tereshchenko, N. N. (2021). Modern approaches to assessing the competitiveness of organizations based on the subjective approach. *Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law*, No. 5 (part 1), 85–92.
18. Aleksandrov, Yu. L., Anopchenko, T. Yu., Butova, T. G., Voloshin, A. V., Voronina, N. F., et al. (2023). *Problems and trends in the development of the service sector in the context of digitalization: monograph*. Krasnoyarsk: Siberian Federal University, 260.
19. Turbobaba, M. V., Melnikova, E. P. (2019). Assessing competitiveness by the weighted geometric mean method using the example of a pharmaceutical enterprise. *Actual issues of economics and management: theoretical and applied aspects: collection of materials from the Fourth international scientific and practical conference*, Gorlovka, March 29, 2019. Donetsk: Donetsk National Technical Institute, 453–458.
20. Shevchenko, E. V. (2015). Scientific and methodological tools for assessing the competitiveness of tourism and recreational enterprises. *Science Time*, 5(17), 512–518.
21. Obukhovskaya, A. N., Radina, O. I. (2015). Adaptive methodology for assessing the competitiveness of tourism enterprises. *Modern problems of science and education*, No. 2 (part 1). [Electronic source] URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=20350> (Date of access: 18.02.2023).
22. Aleshin, A. A. (2018). The importance of the safety indicator in assessing the competitiveness of hotels. *Bulletin of the Russian Association of Theatre Artists*, 2, 153–158.
23. Lychagina, A. A. (2021). Analysis and assessment of the competitiveness of a hotel enterprise on the example of a health resort. *Bulletin of the Association of Universities of Tourism and Service*, Is. 15, No. 2, 144–151.
24. Malinina, O. Yu., Fedorkova, A. V. (2020). Application of benchmarking tools in the process of assessing the competitiveness of hotel enterprises. *International Research Journal*, 5-2(95), 108–112.

25. Vasilyeva, E. A., Vasiliev, S. A. (2022). Justification of the parameters of the mixed model for assessing the competitiveness of services of hospitality enterprises. *Industrial Economy*, Is. 2, No. 2, 132–138.

26. Bodrova, E. G., Inyukina, A. D. (2021). Analysis of the competitiveness of hotel services using the parametric method. *Bulletin of Volgograd State University. Economics*, Is. 23, No. 4, 113–126.

27. Asaul, V. V., Koshcheev, V. A., Tsvetkov, Yu. A. (2020). Assessing the competitiveness of organizations in the digital economy. *Issues of innovative economics*, Vol. 10, No. 1, 533–548.

28. Kapustina, L. M., Mikolenko, A. S., Timokhina, G. S. (2022). Assessment of digital competitiveness of industrial enterprises. *Digital models and solutions*, 3. [Electronic source] URL: <https://usue-journal.ru/ru/vypuski-2022/44-russkij-yazyk/tsmir/2/368-otsenka-tsifrovoj-konkurentosposobnosti-promyshlennykh-kompanijm> (Date of access: 18.10.2024).