Некоторые аспекты в управлении предприятием индустрии гостеприимства и туризма

Рыкун Ю.П.

СОЧИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И КУРОРТНОГО ДЕЛА» Филиал в г. Пятигорске

Рыночные условия предоставления услуг значительно повышают деловой риск предприятий индустрии гостеприимства и неизбежно ведут к привлечению заемного капитала. Строительство гостиницы, например, - это большой финансовый риск, измеряемый десятками и сотнями миллионов долларов. Чтобы снизить его и вместе с тем обеспечить рост капитала, необходимо предвидеть картину развития предприятия в относительно отдаленном будущем. Это видение позволяет формировать разработка экономической стратегии.

Под экономической стратегией понимают генеральную перспективную программу рационального использования имеющихся и заимствованных ресурсов направленную на обеспечение роста портфеля заказов (продаж), стабильной экономической прибыли, сохранения ликвидности и роста рыночной стоимости предприятия индустрии гостеприимства и туризма при приемлемом уровне риска. Эффективная и четко определенная экономическая стратегия делает предприятие сильным и устойчивым в финансовом отношении конкурентом на рынке услуг гостеприимства.

Экономическая стратегия по уровню последовательности, важности и сложности задач представляет, по нашему мнению, достижения трех основных взаимосвязанных целей: получение экономической прибыли, увеличение рыночной доли, рост стоимости/ценности компании.

Такое предвидение целей организации и средств их достижения на длительную перспективу составляет сущность стратегии. Важно также, что стратегия должна содержать в себе индикаторы фиксации достижения уровней поставленных целей. При этом переход на последующий уровень стратегической цели не возможен без преодоления предыдущего уровня. Стратегическое управление объединяет стратегический подход к постановке задач и программно-целевой подход к их реализации. Экономическая стратегия является сочетанием экономического и стратегического аспектов управления предприятия индустрии гостеприимства и туризма, определяет на длительную перспективу ее цели, средства и показатели степени их достижения.

Главными ценностями предприятия индустрии гостеприимства и туризма, по нашему мнению, являются:

1. Вера в успех предприятия, в его имя, предоставляемые услуги и работников обеспечивает непревзойденную ценность компании для ее акционеров.
2. Принятие риска, создание атмосферы, в которой поощряются и вознаграждаются предпринимательство и разумный риск.
3. Совершенство и стремление к достижению высочайшего качества наилучших результатов во всех других сферах деятельности.
4. Стимулы и поощрение успеха, признание достижений и вознаграждение индивидуальных работников и коллектива.
5. Новаторство и внедрение новшеств во всех этапах от предоставления услуг до технологических процессов.
6. Возможность предоставления талантливым работникам возможности проявлять инициативу и осуществлять задуманное.
7. Уважение и честное и уважительное отношение к людям.

Секрет успешного роста ценности гостиницы - это развитие и постоянство. Именно эти характеристики являются основой корпоративной культуры сейчас и в будущем. Честность и выполнение своих обязательств перед клиентами должны определять всю деятельность гостиницы.

Гостиницу делают выдающейся ее основные ценности, которые реализуются в общении с каждым клиентом. Основа бизнес философии - ставить интересы клиента на первое место. У каждого клиента свои запросы, а задача гостиницы стремится учитывать все пожелания и помнить обо всех требованиях к организации обслуживания. Именно поэтому гостиница стремится постоянно повышать качество услуг, изобретая всё новые и новые формы обслуживания. Честность по отношению к клиенту, уважительные отношения внутри компании - основные принципы деятельности современного отеля.

Эффективность функционирования любой гостиницы тесно связана с качеством предоставления гостиничных услуг.