Скобкин Сергей Сергеевич. Повышение эффективности деятельности предприятий гостиничного хозяйства : Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 : Москва, 2002 173 c. РГБ ОД, 61:02-8/2149-8

Введение

Гостиничныйбизнесвусловияхразвивающихсярынков

Гостиничноехозяйствокакобъектисследования

Проблемыдеятельностигостиницвроссийскойфедерации

Рольмаркетингавсистемеуправлениягостиницей

Формированиесистемыуправлениягостиничнымпредприятием

Эффективныйменеджментгостиницы

Управлениекачествомуслуг

Осуществлениемаркетинга

Управлениедоходамигостиничногопредприятия

Формированиеспросаистимулированиесбытауслуггостиницы

Стратегииразвитиягостиничногобизнеса

Структурнаятеориятрёхстадийразвитияспросавгостиничномбизнесеиместороссийскойгостиничнойотрасливэтомпроцессе

Стратегииразвитиямировойгостиничнойиндустрии

ХарактеристикарынкагостиничныхуслугМосквыистратегииведущихгостиниц

Заключение

Литература

Введениекработе

Актуальностьтемыисследования

ОтличительнаячертасовременногоэкономическогосостоянияРоссииэтопродвижениепопутиреформкразвитойрыночнойэкономикеВомногомопределяющимсегодняразвитиеявляетсяэффективныйменеджментобеспечивающийсозданиенеобходимыхусловийдляпроизводстватоваровиуслугпредставляющихценностьдляпотребителяОптимальнаясистемауправленияпозволяетнаиболеерезультативновоздействоватьсвнешнейсредойпродуктивноицелесообразнораспределятьресурсыпредприятияинаправлятьусилияработниковтакимобразомчтобымаксимальноудовлетворитьпотребностиклиентовидостичьцелейорганизацииснаивысшейэффективностью

Актуальностьвыбраннойтемыобусловленаследующимиобстоятельствами

Трудностиадаптированиякусловиямразвивающихсярынковипереходакосвоениюрыночныхвозможностейвомногомопределяютсянедостаточноэффективнымуправлениемпредприятиямивроссийскомгостиничномхозяйстве

ВекторразвитиярыночныхотношенийвРоссииивстранахсразвитойрыночнойэкономикойвомногомсхожпоэтомуобобщениеираспространениелучшегозарубежногоиотечественногоопытауправлениянаосновемаркетингапозволяетповыситьэффективностьфункционированияроссийскойгостиничнойотрасли

Цельизадачиисследования

Цельисследованиязаключаютсявопределениинаиболееэффективныхметодовуправлениядеятельностьюгостинициспособахихпримененияпозволяющихсоздатьконкурентныепреимуществаисделатьпродажугостиничныхуслугстабильнойадеятельностьгостиничныхпредприятийвысокодоходной

Врамкахданногоисследованиярешаетсярядвзаимосвязанныхзадач

ИсследуетсядеятельностьгостиничнойотраслиРоссийскойФедерациииопределяютсяосновныепроблемыскоторымисегоднясталкиваютсягостиничныепредприятия

Изучаетсяорганизационнаяперестройкасистемыуправленияфункциональныеизмененияработыважнейшихслужбобеспечивающихпредоставлениеуслуг

разрабатываютсяпрактическиеметодыповышенияэффективностидеятельностигостиничногопредприятия

Определяетсярольиместомаркетингавповышенииэффективностиуправлениягостиничнымипредприятиямиуточняетсяспецификаегоосуществленияроссийскимигостиницами

Выявляютсянаиболееприемлемыедляроссийскихусловийстратегииразвитиягостиничногобизнесанашедшиесвоёотражениевдеятельностиотдельныхгостиничныхпредприятий

Анализируетсяценоваястратегияирекомендуютсянаиболееэффективныеметодыувеличениядоходовгостиничногопредприятия

Рассматриваютсяспособыпродвижениянатуристскийрынокгостиничныхуслугидаютсяпрактическиерекомендациипоформированиюспросаистимулированиюсбытауслуггостиничныхпредприятий

Предметисследования

Предметомисследованияявляетсяиспользованиесовременныхметодовуправлениявгостиничнойотрасливусловияхразвивающихсярынков

ОбъектисследованиягостиничнотуристскийкомплексРоссийскойФедерациииМосквыегофункционированиевусловияхпереходакрынку

МатериаламидляработыпослужиликнигиотечественныхизарубежныхавторовЕПГолубковаАПДуровичаАЛЛесникАВЧернышеваИАнсоффаДБоуэнаПДойляФКотлераМПортераДжСтриклендаАТомпсонаидрстатистическиематериалыГоскомстатаРоссииГАОМосквапубликациивпериодическойпечатиинформацияизсетиИнтернетданныеопросаработниковгостиничнойотрасли

ТеоретическуюиметодологическуюосновудиссертационногоисследованиясоставилиработыведущихотечественныхизарубежныхученыхпопроблемаммаркетингаежегодныедокладыВсемирнойтуристскойорганизацииМеждународнойассоциациигостинициресторановзаконодательныеинормативныеактывоблаституризмаВработеиспользованынаучныеподходыирезультатыисследованийвобластимаркетингапроводимыхвАНХприПравительствеРФНИИивузахРоссиивнутренниедокументыгостиницигостиничныхобъединений

Приподготовкедиссертациииспользовалисьметодыустановленияпричинноследственныхсвязейуправленческогоилогическогоанализаметодэкспертныхоценокидругиеметодымаркетинговыхисследований

Научнаяновизнаработы

Научнаяновизнаработызаключаетсявследующем

Обоснованмеханизмразвитиясистемыуправлениягостиничнымпредприятиемпозволяющийоптимизироватьиспользованиевсехресурсоввуправлениигостиницейфункциональноразграничиватьместокаждойслужбывсистемеуправленияиспособствоватьповышениюэффективностиихвзаимодействиястр

Разработанаметодологияуправлениякачествомуслугвключающаявнедрениевдеятельностьгостиничногопредприятияотраслевогостандартатехническиетребованиякгостиницесоставномерногофондапредприятийобщественногопитаниягостиничногосервисаитдквалификационныхтребованийкработникамнормированиятрудапоосновнымрабочимпрофессиямстр

Идентифицированыиоцененынаиболеевостребованныероссийскимигостиницамистратегииразвитиязавоеваниерыночнойдолиповышенияпотребительскогоспросазасчётвзаимодействияфакторовценакачествопродвижениеторговоймаркивнедрениеновыхформуправлениявключаяфранчайзингиконтрактынауправлениеэлектронныхканаловсбытагостиничныхуслугстр

Систематизированывопросыуправлениядоходамигостиничногопредприятияипримененияметодамультипликативногоэффектадлярасчётаценыиприбыливгостиницезаключающегосястр

вопределенииосновныхпоказателейвлияющихнаприбыль

врасчётеразличныхвариантовприбылиприизмененииэтихпоказателей

воценкизначимостивлияниянаприбылькаждоговыбранногопоказателя

ввыборенаиболееоптимальноговариантаприбыли

ОсуществленаклассификацияканаловсбытауслуггостиничногопредприятиянатуристскомрынкекотораявключаетпрямуюиагентскуюпродажучерезтурфирмыкорпоративнуюзагрузкуномеровэлектронноебронированиевтчичерезИнтернетПредлагаетсяметодикавыборанаиболеерезультативныхканаловсбытадлягостиницыстр

Разработанырекомендациипоприменениюсистемыформированияспросаистимулированиясбытавключающиеопределениеохватарынкарекламнымобращениемсопоставлениезатратнапроведениемероприятийсколичествомклиентскихобращенийнарекламуисзагрузкигостиничныхномеровстр