

Проведя мониторинг блогов, я выяснила, что многие леди—руководители отелей признают инструментом для развития на разных этапах карьеры наличие наставника, совмещающего контроль с предоставлением свободы взглядов, принятия решений, обеспечением психологического комфорта. Учитывая, что мы живем в веке Интернета, сегодня доступно общение коллег в различных социальных сетях, что позволит им делиться опытом и впечатлениями.

Таким образом, были представлены статистика занятости и заработка женщин в сравнении с мужчинами, гендерные особенности женщин-руководителей, положительно влияющие на работу в гостинице, а также инструменты, программы и мероприятия, полезные для укрепления женщин на руководящих позициях гостиницы.

М.В. Козловская

*Научный руководитель — кандидат экономических наук Е.Ф. Волонцевич
БГЭУ (Минск)*

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНЫХ КОМПЛЕКСАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА, ВОЗМОЖНОСТИ ОПТИМИЗАЦИИ

Полноценное функционирование предприятия невозможно без составления планов различной срочности. Не являются исключением и предприятия индустрии гостеприимства. В настоящее время владельцы компании уделяют больше внимания решению проблем краткосрочного характера и, как следствие, игнорируют задачи и цели, трактуемые стратегией предприятия. Как следствие — совмещенное решение проблем кратко- и долгосрочной перспективы является весьма сложной задачей.

Рассмотрим в качестве примера одну из гостиниц г. Минска, принадлежащей крупнейшей международной сети. На сегодняшний день гостиница претерпевает некоторые трудности, что может быть обусловлено рядом причин. Топ-менеджмент отеля по согласованию с руководящими компаниями проводит политику жесткого сокращения расходов.

В ходе изучения действующей практики стратегического планирования гостиницы было отмечено несколько особенностей.

Так, например, материально формализованная стратегия есть только на глобальном, международном уровне, она находится в открытом доступе. Миссия отеля прописана в ее главном девизе. Упоминания о целях деятельности можно найти в уставе предприятия, главная из которых — максимизация прибыли.

Еще одна важная особенность — отель не занимается планированием сроком более одного года. Концентрируясь исключительно на численных показателях и ставя перед собой цели, связанные исключительно с получением прибыли, компания не обращает должного внимания на такие важные аспекты, как укрепление корпоративной культуры, командного духа сотрудников, обеспечение их профессионального и карьерного роста и др. Большое внимание уделяется планированию продаж всех департаментов.

Отсутствие четко прописанного стратегического плана также сказывается на работе департамента. Помимо упомянутых ранее методов получения прибыли в краткосрочной перспективе планируется также посредством внедрения неестественно большого количества промопредложений.

Отдел маркетинга и продаж делает все возможное, чтобы продать зал для наибольшего количества гостей, не принимая в расчет максимальное количество посадочных мест и комфорт гостей.

Если говорить о результатах работы торгового объекта общественного питания отеля, то важно отметить следующее. Согласно итоговым отчетам, департамент потерпел убытки за 2018 г. на сумму около 80 тыс. бел. руб. В отчетном периоде пока рано судить о достижениях, однако по окончании нескольких месяцев можно сказать, что торговый объект старается выполнять поставленные перед ним задачи.

Одновременное достижение стратегических и операционных целей требует немало усилий. Для облегчения этой задачи мы предлагаем следующее: кардинальное изменение топ-менеджмента отеля; опрос мнения как гостей, так и работников гостиницы; расчет оптимального количества сотрудников; упор на обучение штата; совершенствование мотивационной программы; правильная расстановка приоритетов для расходов и др.

На наш взгляд, данные нововведения смогут дать эффект в кратчайшие сроки и позволят сократить убытки предприятия. Тем не менее оценка эффекта от данных внедрений на данный момент несколько затруднительна и требует более подробного изучения.

А.А. Сакович

*Научный руководитель — Е.А. Баханович
БГЭУ (Минск)*

ПРОБЛЕМЫ СТАТИСТИЧЕСКОГО УЧЕТА В ТУРИЗМЕ

В настоящее время роль туризма в мире и Беларуси существенно возрастает. Значимость сферы туризма определяет необходимость ведения грамотного статистического учета.

Для обеспечения сопоставимости международных показателей развития туризма Всемирной туристской организацией (UNWTO)