

Иванов В.В.

Антикризисный менеджмент в гостиничном бизнесе /
В.В. Иванов, А.Б. Волков. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 336 с.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОТ АВТОРОВ.....3

РАЗДЕЛ I

ОСОБЕННОСТИ АНТИКРИЗИСНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ. ДИАГНОСТИКА КРИЗИСОВ

Глава 1

УПРАВЛЕНИЕ КРИЗИСНЫМИ ЯВЛЕНИЯМИ

В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ.....5

- 1.1. Оценка кризисного состояния гостиничной индустрии России.....5
- 1.2. Источники и причины возникновения кризисных явлений.....10
- 1.3. Признаки и стадии развития кризисных ситуаций в гостиничном бизнесе.....13
- 1.4. Цели и задачи антикризисного менеджмента для сохранения конкурентного положения отеля на рынке.....19
- 1.5. Реализация эффективных антикризисных процедур.....24

Глава 2

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ АНТИКРИЗИСНОГО МЕНЕДЖМЕНТА... 28

- 2.1. Реализация мобильных антикризисных управленческих решений.....28
- 2.2. Формирование профессиональной антикризисной команды.....29
- 2.3. Приоритеты антикризисной программы в гостиничном бизнесе.....33
- 2.4. Ключевые факторы выживания отеля в эпоху кризиса.
Характеристика «выигравших» и «проигравших» участников рынка.....38
- 2.5. Система антикризисного управления отелем.....40
- 2.6. Критерии эффективности управления и инструментарий антикризисного менеджера.....45

Глава 3

КОМПЛЕКСНАЯ ДИАГНОСТИКА КРИЗИСНЫХ ЯВЛЕНИЙ

В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ.....49

- 3.1. Использование оценочной системы сбалансированных показателей.....49
- 3.2. Оценка перспектив стратегического развития бизнеса отеля.....56
- 3.3. Диагностика эффективности операционной деятельности отеля.....60
- 3.4. Диагностика удовлетворенности клиентов и успеха отеля на рынке.....63
- 3.5. Анализ финансовых коэффициентов
и параметров успешного функционирования бизнеса.....68

РАЗДЕЛ II

СОХРАНЕНИЕ ЦЕННОСТИ БИЗНЕСА ОТЕЛЯ В ПЕРИОД КРИЗИСА - ЭФФЕКТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ САНАЦИИ

Глава 4

ВОССТАНОВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОТЕЛЯ. ..

- 4.1. Оптимизация издержек в гостиничном бизнесе.....78
- 4.2. Оптимизация центров убытков и затрат отеля 83

4.3.	Зоны ответственности гостиничного менеджмента за расходы с использованием пирамиды потребностей отеля	88
4.4.	Обеспечение финансового равновесия отеля на основе логистических инструментов управления ресурсами.....	91
4.5.	Создание привлекательных условий взаимодействия с ключевыми поставщиками отеля.....	104
4.6.	Реструктуризация долговых обязательств в целях обеспечения платежеспособной среды.....	109
4.7.	Комплексный аудит отеля для снижения финансовых и операционных рисков в период неопределенности.....	117

Глава 5

АНТИКРИЗИСНЫЙ МАРКЕТИНГ, ПРОДАЖИ И PR

В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ.....127

5.1.	Ключевые направления антикризисного маркетинга в гостиничном бизнесе. . .	128
5.2.	Управление брендом отеля для обеспечения роста конкурентоспособности бизнеса.....	131
5.3.	Восстановление спроса на услуги отеля через управление характеристиками гостиничных продуктов.	139
5.4.	Антикризисное ценообразование с учетом целевых сегментов и рыночного спроса.....	147
5.5.	Повышение доходности каналов сбыта отеля. Электронная коммерция как эффективный инструмент антикризисного маркетинга	157
5.6.	Повышение ценности маркетинговых решений в условиях сжатия ресурсной базы и падения спроса на рынке.....	171
5.7.	Технологии защиты имиджа отеля в период кризиса.....	175

Глава 6

ОПТИМИЗАЦИЯ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТЕЛЯ185

6.1.	Управление изменениями операционной деятельностью.....	186
6.2.	Инструменты оптимизации расходов операционной деятельности отеля.....	190
6.3.	Сокращение энергозатрат отеля на основе внедрения ресурсосберегающих технологий.....	196
6.4.	Повышение эффективности бизнес-процессов за счет использования альтернативных способов организации операционной деятельности.....	213
6.5.	Технологии повышения отдачи от операционных ресурсов отеля – увеличение совокупного дохода на занятый номер.....	223
6.6.	Сохранение высокого качества обслуживания гостей в период проведения изменений.....	235

Глава 7

АНТИКРИЗИСНЫЙ HR-МЕНЕДЖМЕНТ В ГОСТИНИЧНОМ

БИЗНЕСЕ.....245

7.1.	Цели и задачи антикризисного <i>HR</i> -менеджмента.....	246
7.2.	Использование лидерских качеств генерального менеджера отеля при формировании антикризисной корпоративной политики.....	249
7.3.	Оптимизация оргструктуры, численного состава и расходов на персонал.....	254
7.4.	Повышение производительности труда персонала отеля, ключевые драйверы роста человеческого капитала в условиях кризиса.....	266

7.5. Анализ антикризисной кадровой политики отеля.....	280
--	-----

РАЗДЕЛ III
ВОПРОСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РОСТА
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЛЯ В ДОЛГОСРОЧНОМ
ПЕРИОДЕ

Глава 8

НАПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РОСТА СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БИЗНЕСА ОТЕЛЯ.....	284
8.1. Создание устойчивой долгосрочной стоимости акционерного капитала отеля на основе применения стратегических карт и системы сбалансированных показателей.....	285
8.2. Эффективное внедрение инноваций для реализации инновационного потенциала и стратегий обеспечения лидерства на рынке.....	295
8.3. Обретение конкурентных преимуществ через формирование альянсов в гостиничной индустрии.....	305
8.4. Подготовка бизнеса к успешной продаже и защита интересов собственников отеля.....	315
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	328
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ.....	332