

Сейфетдинова Аделия Алиевна

студентка

Зайцева Наталия Александровна

д-р экон. наук, профессор

ФГБОУ ВО «Российский экономический

университет им. Г.В. Плеханова»

г. Москва

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

***Аннотация:** в данной статье исследуются существующие научные подходы к определению сущности понятия «финансовый менеджмент» применительно к индустрии гостеприимства. Авторами статьи описаны особенности управления финансами в индустрии гостеприимства, а также организационное обеспечение этой деятельности.*

***Ключевые слова:** финансовый менеджмент, индустрия гостеприимства, активы, капитал.*

DOI 10.21661/r-112560

Для успешного функционирования предприятий гостиничной индустрии необходимо грамотное управление финансами, так как цели и задачи финансового менеджмента неразрывно связаны с производственными и коммерческими целями и задачами гостиничного предприятия. Растущая конкуренция на российском рынке гостиничных услуг, а также рост степени интеграции России в мировое экономическое сообщество требует поиска и внедрения новых методов управления хозяйственной и финансовой деятельностью гостиничных предприятий. Необходимость и целесообразность использования данной комплексной системы управления финансовой деятельностью базируется на опыте работы гостиничных предприятий разных стран.

Роль и значимость финансового менеджмента на предприятии гостиничной индустрии возрастает наряду с усложнением хозяйственных и финансовых связей между различными предприятиями, с возможностью выбора альтернативных проектов функционирования и инвестирования. Принципы и методы финансового менеджмента имеют универсальный характер, но рассматривая данную дисциплину в рамках гостиничной индустрии, следует отметить, что особенности данной отрасли оказывают существенное влияние на формирование системы финансового менеджмента [2]. На современных предприятиях разрабатываются специальные механизмы и системы управления, позволяющие осознать персоналу всех служб и подразделений свою ответственность в достижении финансового благополучия организации. У всех сотрудников культивируется понимание того, что работа их подразделений непосредственно влияет на финансовый результат деятельности организации. Таким образом, финансовый менеджмент является важной областью знаний для всех руководителей, занятых в данном секторе экономики.

В качестве субъекта финансового менеджмента может выступать совокупность отдельных людей и служб, которые, прорабатывая и реализуя финансовые решения на конкретном предприятии, осуществляют еще и управление финансовой деятельностью, иными словами, субъект финансового менеджмента – это организационная подсистема, занятая управлением финансовой деятельностью [1].

Отрасль гостиничной индустрии характеризуется большим многообразием участников рынка, а также жесткой конкуренцией. Кроме того, эффективность реализации туристского продукта сильно зависит от постоянно меняющихся политических и климатических факторов, что ведет к необходимости постоянного наблюдения и контроля за финансовым состоянием предприятия.

Предприятие гостиничной индустрии характеризуется особой структурой и динамикой активов и капитала. Это связано с тем, что гостиничное предприятие имеет особую специфику технологии и организации функционирования.

Для гостиничного предприятия характерна низкая эластичность предложения. В связи с тем, что в структуре фондов наибольший удельный вес имеют основные, то есть, мебель, оборудование, здания, наблюдается высокая фондоемкость. Как показывают статистические данные, следствием этого является медленная окупаемость финансовых инвестиций.

В заключении статьи хотелось бы отметить, что именно организационное обеспечение предприятия индустрии гостеприимства является ключевым фактором на пути создания эффективного финансового менеджмента.

Список литературы

1. Зайцева Н.А. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе / Н.А. Зайцева, А.А. Ларионова. – М.: Альфа-М, 2011. – 320 с.
2. Zaitseva N.A. The Forecast of Development of the Hotel Business in Russia as a Promising Direction of Business Expansion of International Hotel Chains // Middle East Journal of Scientific Research. – 2013. – Vol. 14. – Number (3). – PP. 328–334.