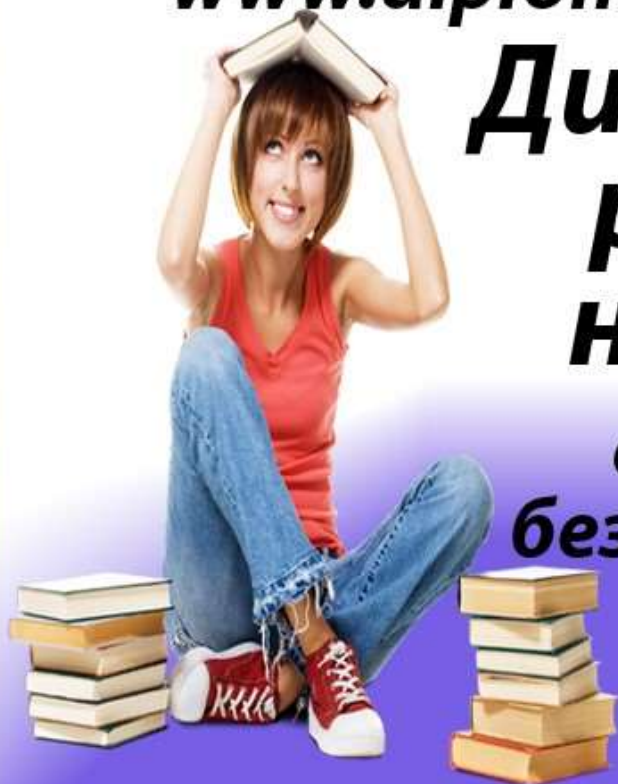


www.diplomstudent.net

Дипломные работы на заказ

от автора
без предоплаты



СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСА В ГОСТИНИЦЕ.....	6
1.1. Понятие и классификация гостиничного хозяйства.....	6
1.2. Организация сервиса в гостинице	14
ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСА В ГОСТИНИЦЕ «ВИРАЖ»	17
2.1. Общая экономическая характеристика предприятия ООО «Виразж»	17
2.2. Анализ финансового состояния ООО «Виразж».....	24
2.3. Организация сервиса в ООО «Виразж».....	30
ГЛАВА 3. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ ООО «ВИРАЖ»	36
3.1. Проблемы организации гостиничного хозяйства ООО «Виразж»	36
3.2. Пути совершенствования гостиничного хозяйства ООО «Виразж»	37
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	42
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	44
ПРИЛОЖЕНИЯ 1-2.....	46

ВВЕДЕНИЕ

Невозможно установить точную дату возникновения первых гостиниц. История данной индустрии уходит своими корнями в глубину веков. Как только люди начали путешествовать, потребовалось место, где можно было бы остановиться.

Одним из ключевых и актуальных вопросов развития российской гостиничной индустрии является повышение постоянного качества предлагаемых гостиничных услуг и самого продукта для достижения мировых стандартов. Одной из главнейших задач является «развенчивание» понятия «сервис по-русски», так как в течение десятилетий российский гостиничный сервис вызывал недоумение и является поводом для анекдотов в мировом сообществе. Повышению репутации российской гостиничной индустрии должна способствовать разработка единых стандартов и правил обслуживания, соответствующих современным ожиданиям и требованиям потребителя гостиничных услуг.

До 2003 года присвоение категории отелям по критериям, соответствующим международным стандартам, в нашей стране не существовало. Гостиницы оценивались лишь на соответствие некоторым техническим требованиям, без учета качества оказываемых услуг. Поэтому на практике любая гостиница могла присвоить себе любую категорию, что вводило в заблуждение и самих туристов, и туристские фирмы. Впервые возможность получить категорию в виде нескольких звезд для российских отелей появилась только в 1994 году с появлением Института сертификации гостиничных предприятий.

В настоящее время в России действует Система классификации российских гостиниц, одобренная распоряжением Правительства РФ от 15 июля 2005 года № 1004-р. Новая система соответствует западным стандартам и не противоречит Положению о Государственной системе классификации, утвержденному приказом Минэкономразвития от 21 июня 2003 года.[6]

Целью курсовой работы является провести анализ существующих гостиничных услуг на примере гостиницы г. Брянска «Мираж», разработать основные пути совершенствования гостиничного хозяйствования.

Задачи курсовой работы: рассмотреть основные экономические показатели деятельности предприятия ООО «Виразж», провести анализ финансового состояния с 2007-2009 г.г. на основании данных бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках, прил.1, прил.2., организация гостиничных услуг.

Объектом исследования является гостиница г. Брянска- «Виразж». Предметом исследования являются данные бухгалтерской отчетности предприятия ООО «Виразж» с 2007-2009 г.г.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСА В ГОСТИНИЦЕ

1.1. Понятие и классификация гостиничного хозяйства

Гостиничный бизнес имеет многовековую историю. Многогое изменилось со времен первых отелей, но они внесли свой весомый вклад в развитие всех последующих гостиниц. История гостиничного хозяйства, так или иначе, естественно отражена в его современном положении в мире.

Мировое гостиничное хозяйство сегодня – это глобальная по своим масштабам целостная, интегрированная и динамичная отрасль сферы услуг, всецело основывающаяся на принципах рыночной экономики, объективных закономерностях международного разделения труда, интернационализации производства.

Конец XIX века характеризуется бурным развитием сферы услуг, в особенности, в постиндустриальных странах, которые являются лидерами в мировой гостиничной индустрии и оказывают доминирующее влияние на развитие этой отрасли в других странах.

Развитие маркетинга привело к созданию новой рыночной философии, в центре которой стоит не прибыль, как раньше, а желание потребителя. В результате этого в гостиничной индустрии, как и во всей сфере услуг, происходят интенсивные процессы дифференциации и индивидуализации услуг, повышение их качества, развиваются гибкие системы цен на услуги, системы всевозможных скидок и поощрений. Появление обширной сети гостиниц по всему миру в результате стремления использовать все возможности рынка вызывает конкуренцию между ними, в частности, заставляет придавать большое значение рекламе, искать все новые и новые пути информирования потребителя. Сегодня можно узнать все о любой гостинице практически в любой точке земного шара по выпускаемым систематическим каталогам, пресс-релизам или через сеть «Интернет».

Научно-технический прогресс накладывает свой отпечаток на современную гостиничную индустрию.

Например, развитие транспортных средств дало толчок возникновению гостиниц и других предприятий размещения почти во всех точках земного шара. Транспорт практически перестал быть главным фактором размещения предприятий гостиничного хозяйства. [1]

Большой скачок вперед произошел в технической и технологической оснащении средств размещения, который призван повысить уровень обслуживания, а следовательно, и уровень доходов; предоставить сведущему в технике путешественнику так называемый «офис на дороге»; облегчить и усовершенствовать процессы управления и учет в гостиничном хозяйстве. Такими техническими достижениями стали компьютерные программы бронирования, ведения счетов каждого отдельного номера и доходов всей гостиницы в целом, хранение информации о всех гостях.

В целях повышения безопасности проживания во многих гостиницах введена система электромагнитных замков на основе пластиковых карточек, индивидуальных для каждого гостя каждого отдельного номера. Обычными становятся компьютерные будильники, электронные голосовые сообщения, система заказа услуг путем подачи электронного сигнала и пр.

НТП оказал воздействие и на науку управления, что, например, выражается во все большем учете психологического фактора производства и развития системы «обратной связи».

К современным тенденциям развития гостиничного хозяйства относится также стремление к экологически безопасному производству. Сохранение природного баланса, использование экологически чистых продуктов и материалов, практика технологии производств с замкнутым циклом, когда отходы производства превращаются в полезные продукты, выгодны предприятиям гостиничной индустрии, прежде всего потому, что этого желает потребитель.

Структура трудовых ресурсов гостиничного хозяйства также претерпевает изменения. Прежде всего, это значительные тенденции «омоложения» кадров, так

как молодые более восприимчивы к новшествам, к изменениям; тенденции повышения их квалификации и интенсификация процесса миграции рабочей силы в результате интернационализации производства.

Еще одной особенностью гостиничного хозяйства в современном мире является монополизация этого сектора, который предстает в виде гостиничных цепей или ассоциированных членов, наличие большого числа независимых гостиниц.

Под понятием «независимое предприятие» понимается разграничение форм собственности по существу и различные способы управления этими предприятиями по своей форме (независимые гостиницы, гостиницы на управлении, гостиничные цепи и франчайзинг). Крупные гостиничные корпорации обеспечивают контроль за качеством обслуживания и уменьшают расходы этих гостиниц за счет централизованных поставок. Для независимых предприятий характерно в большей степени индивидуальное обслуживание клиентов. Многоплановость существующих гостиниц расширяет палитру форм и видов обслуживания и представляет более широкий выбор клиентам.

Существенную роль в современном гостиничном хозяйстве играет процесс интернационализации производства (например, гостиничные цепи: введение единых стандартов для гостиниц, находящихся в разных странах, обмен знаниями, миграция рабочей силы, единая система бронирования и пр.) и обратный ему процесс – стремление к независимости (например, независимые гостиницы).

Гостиничное хозяйство – сектор сферы услуг, специализирующихся на предоставлении временного проживания в средствах размещения – предприятиях, оказывающих услуги размещения. Такими предприятиями могут быть гостиницы, мотели, кемпинги, турбазы, пансионаты и т.д.

Гостиничное хозяйство – это одно из основных звеньев системы туристско-экскурсионного обслуживания. Среди комплекса услуг, предоставляемых туристу во время путешествия, гостиничное обслуживание занимает центральное место.

Размещение, предоставление временного жилья с определенным набором других услуг входят как основная часть в любую туристскую программу, в каждый тур.

Гостиничное хозяйство или гостиничная индустрия является важнейшей составной частью отрасли гостеприимства. Она органически и естественно связывает рестораны, кафе, транспорт и экскурсии в единую цепь туристско-экскурсионного обслуживания.

Как сектору сферы услуг гостиничному хозяйству присущи все характеристики. Сфера услуг образуется в процессе взаимодействия материальной и нематериальной сфер производства и основывается на услуге – особой потребительской стоимости труда, употребляемой не в качестве вещи, а в качестве деятельности. В материальной сфере производство услуг осуществляется на транспорте и в связи, торговле и общественном питании, заготовках сельскохозяйственной продукции и материально-техническом снабжении. В сфере нематериального производства все подразделения участвуют в производстве услуг.

Всем отраслям сферы услуг, включая гостиничную индустрию, присущи следующие характерные черты:

Неосвязаемость. Известный экономист Питер Друккер пришел к выводу, что люди почти никогда не покупают осязаемые товары. Они покупают то, что ожидают от применения этих товаров. Этот феномен характерен для сферы услуг, в центре которой, по определению услуги, стоит даже не товар (в его осязаемом смысле), а деятельность, что уже представляется как нечто неосязаемое. С неосязательностью услуг связана невозможность их хранения и транспортировки, рассредоточенность и локальность самого рынка услуг. Услугу, в отличие от товаров потребительского назначения, невозможно «пощупать» или хранить, ее нельзя осмотреть как вещь перед моментом ее потребления или покупки.

Доход от несданных в аренду клиентам номеров в гостинице утрачивается навсегда. Эта специфика услуг накладывает отпечаток на функционирование такой сферы. Здесь очень высока степень риска производителя услуги, особенно сейчас, в условиях неустойчивости рыночной конъюнктуры, сезонных спадов

спроса, пиковых периодов по различным объективным и субъективным причинам. [1]

Это вызывает необходимость увеличения издержек в структуре услуг, связанных с массовым привлечением временных работников в период сезонной загруженности гостиниц, и, наоборот, увольнением в период спада с выплатой всевозможных компенсаций по закону, контракту и т.д.

Неотделимость источника услуги от ее объекта. В производственной сфере осязаемые товары создаются на каком-либо предприятии, затем транспортируются в торговые точки, где продаются потребителям, которые в свою очередь потом каким-то образом используют их. В сфере услуг потребитель приходит на «фабрику услуг» и покупает товар на местах, при том не сразу, а постепенно. Процесс производства и процесс потребления услуг совпадают во времени.

Гостиничный бизнес – прекрасный тому пример. Процессы производства, «доставки» и потребления гостиничных услуг здесь неотделимы друг от друга и происходят одновременно. Такая особенность сферы услуг – одна из ее трудностей, так как неотделимость источника услуги от ее объекта требует дополнительных усилий.

Другая сторона этой особенности – превращение потребителя услуги в часть производственного процесса. Если при создании компьютера, приобретенного Вами, производитель практически не думал именно о Вас, то например, в гостинице ее работники должны обслужить Вас по всем правилам гостеприимства, то есть, в частности, учитывая все Ваши личные запросы, если даже Вы поведете себя недружелюбно.

И еще одно следствие неотделимости источника услуги от ее объекта – трудность контроля за качеством услуг, так как их нельзя проверить до того, как гость был обслужен.

В этих условиях особое значение приобретает уровень организации управленческого труда и на рабочих местах, рациональное использование рабочего времени, профессиональные знания и квалификация работников всех

уровней управления в сфере услуг, социально-психологическая сторона оказываемых услуг.

В России до 1994 года классификация гостиниц осуществлялась в соответствии с «Положением об отнесении гостиниц к разрядам и номеров в гостиницах к категориям», утвержденным Постановлением Госкомцен СССР от 02.03.1979 года № 154. Данное Положение распространялось на все гостиницы и мотели, независимо от их ведомственной подчиненности, и предполагало подразделение гостиниц на семь разрядов: люкс, высший А, высший Б, первый, второй, третий, четвертый; мотелей – на пять разрядов: высший А, высший Б, первый, второй, третий. Для номеров предусматривалось пять категорий: высшая, первая, вторая, третья, четвертая.

В 1994 году в России были разработаны «Положение о критериях классификации гостиниц», «Критерии классификационных требований к гостиницам (мотелям) Российской Федерации», а также принят ГОСТ Р 50645-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц», согласно которому все гостиницы подразделялись на пять категорий с присвоением от 1-ой до 5-ти звезд, мотели – на четыре категории – с присвоением от 1-ой до 4-х звезд. Принятые в России согласно государственному стандарту требования «классности», в целом соответствовали действующим мировым стандартам.

До середины 2003 года существовало четыре организации, аккредитованные при Госстандарте РФ и имеющие право по просьбе администрации или владельцев отелей проводить сертификацию гостиниц.

В начале 2003 года Государственная Дума РФ по предложению Министерства экономического развития РФ внесла поправки в Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в РФ» в части утверждения единой системы сертификации. При определении новых критериев многое было взято из французской системы, которая предусматривает строгое ранжирование услуг в зависимости от категории отеля.

21 июня 2003 года Приказом Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации № 197 утверждено «Положение о

государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения», в соответствии с которым все средства размещения стали классифицироваться по пяти категориям: высшая категория – пять звезд, низшая – одна звезда.

Необходимо отметить, что до 2003 года единая система гостиничной классификации отсутствовала как таковая в России, и многие организации, которые не могли получить желаемые звезды в одном месте, прибегали к услугам другого органа сертификации. Естественно, что от всей этой суматохи и неразберихи страдал, прежде всего, непосредственно потребитель гостиничных услуг, который просто не мог получить те услуги, которые должны были соответствовать заявленной категории.

Таким образом, была начата работа по классификации и стандартизации гостиниц и других средств размещения по единой государственной системе, однако этот процесс был вскоре приостановлен в результате административной реформы.

В настоящее время нормативным документом, на основании которого осуществляется классификация российских гостиниц, является распоряжение Правительства Российской Федерации от 15 июля 2005 года № 1004-р и приказ Федерального агентства по туризму от 21 июля 2005 года № 86 «Об утверждении Системы классификации гостиниц и других средств размещения».

Документ устанавливает цели, организационную структуру и порядок проведения работ в Системе классификации гостиниц и других средств размещения на категорию "пять звезд", "четыре звезды", "три звезды", "две звезды", "одна звезда".

Основными целями Системы являются:

обеспечение соблюдения современных стандартов обслуживания и стабильности качества предоставляемых в гостиницах и других средствах размещения услуг;

гармонизация критериев классификации гостиниц и других средств размещения в Российской Федерации с рекомендациями Всемирной туристской организации (ВТО) и существующей зарубежной практикой;

дифференциация гостиниц и других средств размещения в зависимости от ассортимента и качества предоставляемых услуг;

оказание помощи потребителю в компетентном выборе гостиницы и другого средства размещения;

обеспечение потребителя достоверной информацией о том, что категория гостиницы и другого средства размещения подтверждена результатами классификации и соответствует критериям, установленным в нормативных документах, принятых в Системе;

повышение конкурентоспособности гостиниц и других средств размещения;

содействие увеличению туристского потока и доходов от въездного и внутреннего туризма за счет укрепления доверия российских и иностранных потребителей к объективности оценки предоставляемых гостиниц и других средств размещения .

Государственная система классификации разделяет средства на три основных типа и пять общепринятых категорий.

Основные типы средств размещения:

- гостиницы, мотели и пр. с количеством номеров более 50;
- гостиницы, мотели и пр. с количеством номеров менее 50;
- дома отдыха, пансионаты и аналогичные средств размещения.

Категории: пять звезд, четыре звезды, три звезды, две звезды и одна звезда. В системе классификации звезды присваиваются всем категориям средств размещения: гостиницам, мотелям, пансионатам, домам отдыха и др.

Устанавливаются следующие категории номеров средства размещения:

- высшая: сюит, апартамент, люкс и студия;
- первая, вторая, третья, четвертая и пятая категории.

Система классификации гостиниц и других средств размещения соответствует международной системе стандартов, и одобрена Всемирной

Туристической Организацией. Система добровольна и носит абсолютно открытый характер. Информация обо всех гостиницах, прошедших аттестацию, размещается в Интернете на сайте Федерального агентства по туризму РФ. Кроме того, гостиница, прошедшая сертификацию, вносится во все справочники Ростуризма, которые распространяются как на выставках, так и за рубежом. [3]

1.2. Организация сервиса в гостинице

В классификации гостиниц в РК отмечается, что при присвоении гостинице определённой категории, наряду с прочими требованиями, учитываются:

номенклатура и качество услуг;

уровень обслуживания.

Качество предоставляемых услуг должно соответствовать условиям договора, а при отсутствии или неполноте условий договора – требованиям, обычно предъявляемым к этим услугам.

Услуги, предоставляемые в гостиницах, подразделяются на основные и дополнительные. Они могут быть бесплатными и платными.

К основным услугам относятся проживание и питание. Оформление проживающих в гостинице и убывающих из неё должно производиться круглосуточно. В организациях общественного питания, связи и бытового обслуживания, размещённых в гостинице, лица, проживающие в гостинице, обслуживаются вне очереди.

Без дополнительной оплаты гостям могут быть предоставлены следующие виды услуг:

вызов скорой помощи;

пользование медицинской аптечкой;

доставка в номер корреспонденции при её получении;

побудка к определённому времени;

предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов.

Кроме обязательных и бесплатных услуг, гостиницы предоставляют целый комплекс всевозможных дополнительных услуг, которые оплачиваются дополнительно. Перечень и качество предоставления платных дополнительных услуг должен соответствовать требованиям присвоенной гостинице категории (ГОСТ РК 50645-94. “Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц”).

Для средних и крупных туркомплексов (тургостиниц, полносервисных отелей и др.) со средним и высоким уровнем комфортабельности характерно наличие огромного перечня дополнительных услуг:

- услуги организаций общественного питания (бар, ресторан, кафе, буфет, пивной бар);

- магазины (сувенирный, продуктовый), торговые автоматы;

- инфраструктура развлечений (дискотека, казино, ночной клуб, зал игровых автоматов, бильярдная);

- экскурсионное обслуживание, услуги гидов-переводчиков;

- организация продажи билетов в театры, цирк, на концерты и т.д.;

- транспортные услуги (бронирование билетов на все виды транспорта, заказ автотранспорта по заявке гостей, вызов такси, прокат автомобилей);

- покупка и доставка цветов;

- продажа сувениров, открыток и другой печатной продукции;

- бытовое обслуживание (ремонт и чистка обуви; ремонт и глажение одежды; услуги химчистки и прачечной; хранение вещей и ценностей; разгрузка, погрузка и доставка багажа в номер; прокат предметов культурно-бытового назначения – телевизоры, посуда, спортивный инвентарь и пр.; ремонт часов, бытовой техники, радиоаппаратуры; услуги парикмахерской, маникюрного и массажного кабинетов и другие бытовые услуги);

- услуги салона красоты;

- сауна, баня, бассейны, тренажёрный зал;

- аренда залов переговоров, конференц-зала;

- услуги бизнес-центра;

другие услуги.

Система мер, обеспечивающих высокий уровень комфорта, удовлетворяющих разнообразные бытовые и хозяйственные запросы гостей, называется в гостиничном хозяйстве **сервисом**. Сервис нужно строить не только по принципу спроса (что хочет гость), но и по принципу предложения (гостиница предлагает новые услуги, которые может оказать, а гость выбирает). Но нельзя навязывать услуги, исполнитель не вправе без согласия потребителя предоставлять дополнительные услуги, оказываемые за плату. Потребитель вправе отказаться от оплаты услуг, не предусмотренных договором. Также запрещается обуславливать выполнение одних услуг обязательным оказанием других услуг.

Перечень услуг зависит от категории гостиницы. Не во всех гостиницах есть возможность организовывать бытовое обслуживание гостей и предоставлять им полный перечень услуг. Однако всюду должны стремиться к тому, чтобы набор услуг полностью отвечал запросам гостей.

Предприятия, оказывающие услуги, должны размещаться в доступном месте (чаще всего на первом этаже). В вестибюле, на этажах, в номерах должна быть информация о том, как и где получить услуги, часы работы должны быть удобными для гостей. [5]

Оказывая какие-либо услуги, персонал должен проявлять такт и корректность. При оказании услуг важным является не только их количество, но и качество. Поэтому во многих гостиницах проживающих при отъезде просят заполнить небольшие анкеты, которые сдаются вместе с ключами в службу приёма и размещения, а затем их изучают в службе рекламы и маркетинга.

ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСА В ГОСТИНИЦЕ «ВИРАЖ»

2.1. Общая экономическая характеристика предприятия ООО «Виразж»

Гостиница «ВИРАЖ» - это идеальное место для работы и отдыха в городе Брянск, предоставляющее бизнесменам и туристам прекрасную возможность оказаться в центре событий одного из самых красивых и динамично развивающихся городов России.

Гостиница «ВИРАЖ», имея удобное географическое положение и развитую инфраструктуру, создаст для Вас все условия комфортного проживания, уюта и отдыха в Брянске. За услуги гостиницы возможна почасовая оплата.

Гостиница имеет организационно-правовую форму собственности- общество с ограниченной ответственностью – ООО «Виразж» и осуществляет свою деятельность на основании Устава и законов РФ. Гостиница расположена по адресу: г. Брянск, ул. Шоссейная, д.4.

Организационная структура гостиничного предприятия – это административно-иерархическая система. Организационная структура ООО «Виразж» выглядит следующим образом: владелец гостиницы, генеральный директор, заместитель генерального директора, директор номерного фонда, руководитель службы приема, руководитель службы горничных, директор прачечной, главный инженер, руководитель службы безопасности, директор по питанию, шеф-повар, директор ресторана, сменные повара, региональные коммерческие руководители, директор финансовой службы, главный бухгалтер, кассир, руководитель кадровой службы, руководитель хозяйственной службы, директор по обслуживанию.

Корректная разработка организационной структуры – это главный показатель эффективного организационного преобразования, схема организационной структуры представлена на рис.2.1.

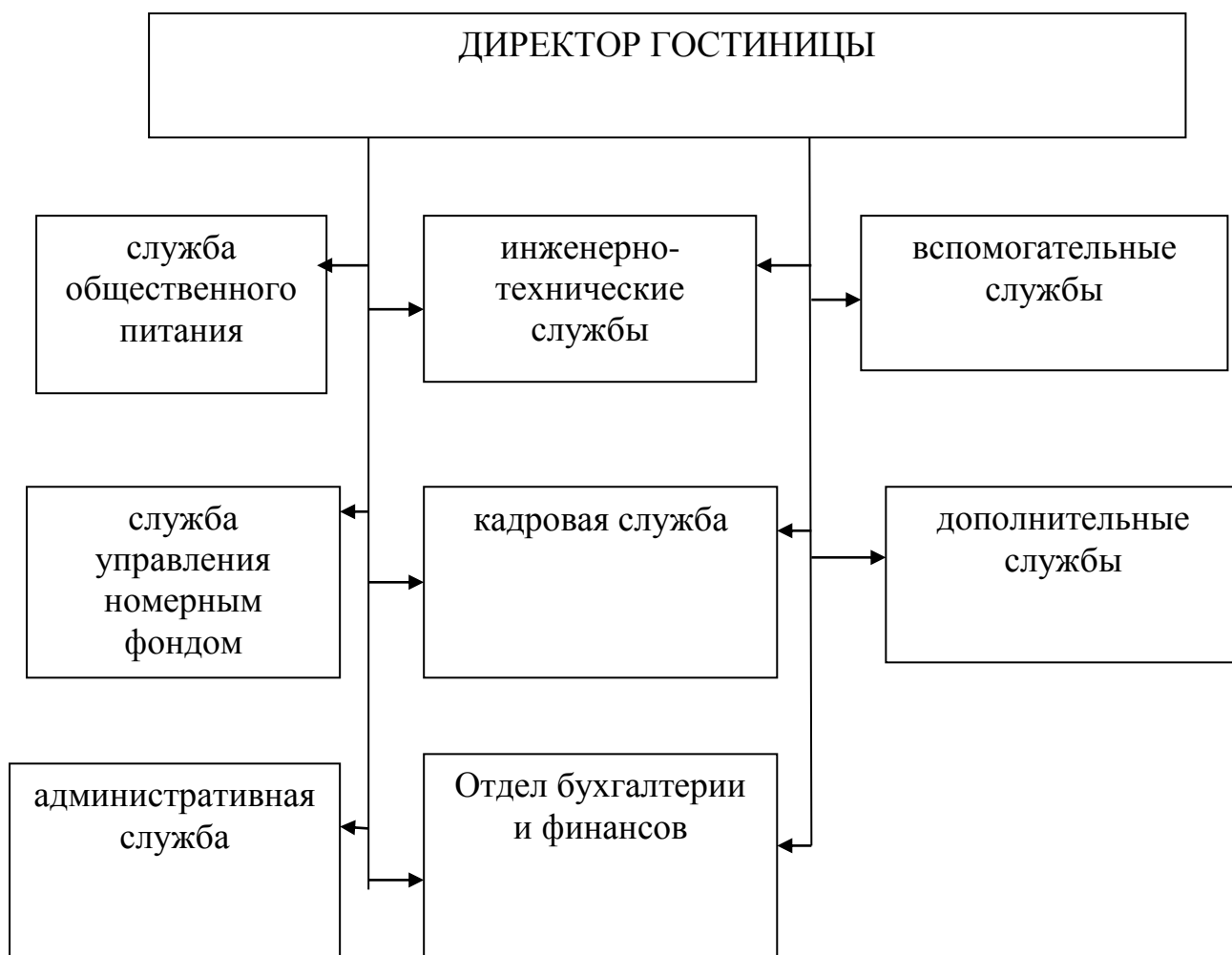


Рис.2.1. Организационная структура предприятия ООО «Виразж».

Организационная структура компаний индустрии гостеприимства определяет не только ее экономическую эффективность, но и моральную и трудовую удовлетворенность персонала.

В зависимости от выполняемой работы, персонал гостиницы делится на следующие службы:

служба управления номерным фондом (СПиР, служба горничных, служба портье, инспектор по уборке номеров, служба безопасности и др.);

административная служба (секретариат, финансовая служба, кадровая служба, инспекторы по пожарной безопасности и технике безопасности и др.);

служба общественного питания (кухня, ресторан, служба банкетинга, служба работников ресторана и др.);

инженерно-технические службы (главный инженер, служба текущего ремонта, служба связи, электрик, сантехник и др.);

вспомогательные службы (прачечная, бельевая, службы уборки помещений и др.);

дополнительные службы.

Теперь более подробно рассмотрим функции каждой из служб и, исходя из них, рассчитаем потребность в персонале.

В функции **службы приема и размещения** входит бронирование, регистрация, распределение номеров, оказание гостям различных информационных услуг, взимание оплаты за проживание и ведение необходимой документации. В обязанности этой службы входит также введение и поддержание в рабочем состоянии базы данных, отражающих информацию о гостях и состоянии номерного фонда.

Обслуживание гостей в период проживания сводится к продлению срока проживания, переводу гостя из одного номера в другой (в необходимых случаях), взиманию платы за проживание, организации предоставления дополнительных услуг по желанию клиента.

Служба приема и размещения осуществляет также сбор заявок и бронирование мест в гостинице, то есть обслуживает потенциальных клиентов.

агент по приему и размещению гостей (дежурный администратор), оформляющий гостей на проживание, принимающий оплату и выписывающий счет клиенту, ответственный за предоставление информации гостям и функциональным службам гостиницы, а также за сбор, подшивку и хранение документации, кроме того, ответственный за выдачу ключей; бронирование мест в гостинице с ведением соответствующей документации, а также телефонный оператор, поддерживающий связь с междугородней и международной телефонными станциями, фиксирует наличие телефонных переговоров клиентов из номеров, контролирует их оплату, а также оказывает услуги по утренней побудке, по просьбе клиента.

Основные цели и стратегии СП и Р гостиницы совпадают с главной задачей всей гостиницы – это предоставление гостям самого высокого качества услуг, а также увеличение процента занятости гостиницы. Что же касается стратегий для достижения поставленных целей, то это, например, улучшение рекламы представления бизнес – мотеля, уменьшение времени регистрации гостей.

Сотрудники этой службы предельно внимательны и корректны, их разговор с клиентами не должен прерываться длительными телефонными разговорами.

Служба эксплуатации номеров и оказания услуг – обеспечивает обслуживание туристов в номерах, поддерживает необходимое санитарно-гигиеническое состояние номеров и уровень комфорта в жилых помещениях, оказывает бытовые услуги туристам. Служба возглавляется заместителем Генерального Менеджера (директора) гостиницы – Отель-менеджером. В многоэтажных или состоящих из нескольких корпусов гостиницах группы горничных и другой персонал организованы обычно по этажам и корпусам.

В состав службы входят группы, обеспечивающие бельем, в некоторых гостиницах – прачечные, мастерские бытовых услуг и т.п. В эту же службу входит группа, организующая активный досуг, оздоровительные мероприятия, занятия спортом, тренировки, выходы на природу или многодневные походы – в зависимости от программы путешествия и пожеланий проживающих в гостинице. Иногда эту группу выделяют в самостоятельное подразделение. Во главе ее стоят и фитнес-инструктора по туристско – оздоровительной работе.

Служба горничных – Отдел Гостиничного Хозяйства, отвечающий за уборку номеров, холлов, туалетов, коридоров и других внутренних помещений, в которых осуществляется прием гостей.

Служба общественного питания обеспечивает обслуживание гостей предприятия в ресторанах, кафе, барах, решает вопросы по организации и обслуживанию банкетов, презентаций и т.д.

В этой службе непосредственно на Менеджере Отдела Напитков и Питания замыкаются кухня во главе с шеф-поваром, поварами, санврачом, кондитерский цех, продовольственный склад.

Ассистенту менеджера Отдела Напитков и Питания, подчинены: официанты, музыканты, бармены, а также обслуживающий персонал помещений ресторана. Таким образом, Менеджеру ОН и П подчинены работники производства, а Ассистенту ОН и П — службы, занимающиеся обслуживанием гостей. Такое распределение обязанностей между руководством ресторана рационально и логично.

Значение **инженерно-технической службы** в любых гостиничных комплексах по мере насыщения их современным высокотехнологичным оборудованием все больше и больше возрастает.

Службу возглавляет Менеджер технического Отдела. Эта служба разделена на две части. Дежурная служба подчинена Ассистенту Менеджера Технического Отдела, а ремонтная подчинена мастеру.

Такое построение инженерно-технической службы вполне оправдано, т. к. наличие ремонтной группы позволяет сократить расходы на выполнение ремонтных работ силами подрядных ремонтно-строительных организаций.

Основное содержание работы **кадровой службы** составляет:

формирование кадров организации (планирование, отбор и наем, высвобождение, анализ текучести и т.д.);

обучение работников (переподготовка, аттестация и оценка персонала, организация продвижения по службе, проведение воспитательной работы);

совершенствование организации труда, его стимулирование, создание безопасных условий труда.

Ежеквартально должна проводиться аттестация персонала гостиницы. Существует две аттестационные системы:

экспертная (когда группа экспертов дает оценку по системе критериев, что достаточно субъективно);

система оценки технических и технологических параметров (например, сколько времени необходимо горничной для уборки номера, по какому алгоритму она работает, по какой систем убирает номера и т. д.).

Хозяйственная служба – это самое крупное подразделение гостиницы. Повседневное поддержание в должном порядке огромного числа жилых комнат требует большой ответственности и пунктуальности. От руководителя этой службы требуется организаторская способность, требовательность, стремление соответствовать самым высоким стандартам.

Опросы гостей показывают, что чистота и порядок в гостиницах — основные критерии, привлекающие их выбор, где остановиться.

Управление гостиницей – это Собрание акционеров наделенных властью (владельцы гостиницы) и Генеральный Менеджер (Исполнительный Директор) представляющий интересы Собрания Акционеров.

Главные обязанности руководства гостиницы включают в себя планирование, организацию, координирование всей деятельностью, а также подбор и расстановку кадров, оценку выполнения поставленных целей. Эти обязанности требуют координирования работы различных служб и отделов.

На Генерального Менеджера (Директора) гостиницы, который избирается общим собранием акционеров, возлагаются следующие обязанности и предоставляются права:

осуществлять руководство всей производственно-хозяйственной деятельностью, вытекающей из задач гостиницы;

пользоваться всеми видами банковских услуг, в том числе кредитами, открывать и закрывать расчетные, текущие и другие счета и распоряжаться ими, подписывать чеки на получение наличных денег, ценностей и т.д.;

имеет право иска и ответа на суде, в том числе и в арбитраже, а также представлять во всех административных учреждениях свое предприятие лично или через других лиц, уполномоченных на то специальными доверенностями;

как руководитель организации, он подписывает договора, обязательства и доверенности или поручает это лицам, уполномоченным по специальным доверенностям; подписывает отчеты и балансы, несет ответственность за выполнение основных планово-экономических показателей;

контролирует своевременность составления отчетов, балансов и счетов, прибылей и убытков, а также проектов покрытия убытков и распределения прибылей.

Анализ основных экономических показателей с 2007-2009 г.г. представлен в табл.1.

Таблица 1

Анализ экономических показателей предприятия с 2007 г.-2009 г.

Показатели	2007 год, руб.	2008год, руб.	2009 год, руб.	Отклонение 2009г. от 2007 г., руб.
Выручка от реализации (без НДС), руб.	3742742	5698055	6123148	+2380406
Прибыль от реализации продукции (работ, услуг)	3019029	5370461	5986750	+2967721
Прочие операционные доходы, расходы	2019	-3331	5432	+3413
Балансовая прибыль	3021048	5243326	5986721	+2965673
Чистая прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия	2968233	5067789	5889040	+2920807
Рентабельность продаж	0,80	0,94	0,97	+0,17

Рентабельность продаж рассчитывается по формуле (1):

$$P = \frac{\Pi}{V}, \text{ где } (1)$$

P- рентабельность продаж;

Π- прибыль от реализации;

V- выручка от реализации. [14; с.112]

Анализ показателей прибыли, табл.1 в период с 2007 г.-2009 г. показывает, что произошло увеличение всех доходов предприятия.

Так, Выручка от реализации без НДС и прибыль от реализации увеличились на 2380406 руб. и 2967721 руб. соответственно, и к концу анализируемого периода составили 6123148 руб. и 5986750 руб. соответственно. Т.е. увеличение произошло практически в 2 раза по сравнению с 2007 г.

Сумма прочих операционных доходов увеличилась на 3413 руб. и к 2009 г. составила 5432 руб.

Балансовая прибыль и чистая прибыль предприятия увеличились соответственно также практически в 2 раза за счет увеличения выручки от реализации и к концу анализируемого периода их стоимость составили 5986721 руб. и 5889040 руб. соответственно.

Рентабельность продаж по состоянию на 2009 г. составила 0,97, а это на 0,17 выше по сравнению с показателем 2007 г., это следует оценить положительно.

Это говорит о том, что предприятие за анализируемый период улучшило свои финансовые результаты.

Для того, чтобы наиболее полно определить эффективность деятельности предприятия необходимо проводить анализ финансового состояния.

2.2. Анализ финансового состояния ООО «Вираз»

Произведем анализ актива баланса предприятия с 2007 г.-2009 г. на основании данных предприятия (бухгалтерский баланс, прил.2), табл.2.

Данные табл.2, показывают, что наибольший удельный вес в общей структуре активов занимает недвижимое имущество. Их удельный вес колеблется от 81,0% до 54,82% к 2009 г., причем замечено снижение доли приходящейся на недвижимое имущество на 26,18% и к 2009 г. стоимость недвижимого имущества составила 2314524 руб.

Таблица 2

Анализ структуры актива баланса с 2007г.-2009 г.

Показатели	2007 год		2008 год		2009 год		Отклонение 2009 г. от 2007 г.	
	Сумма, руб.	В % к валюте баланса	Сумма, руб.	В % к валюте баланса	Сумма, руб.	В % к валюте баланса	Сумма, руб.	В % к валюте баланса
АКТИВ								
Недвижимое имущество	2217146	81	2155773	54,5	2314524	54,82	+97378	-26,18
Текущие активы- всего, в том числе:	520392	19	1803480	45,5	1907611	45,18	+1387219	+26,18
Производственные запасы	319397	11,65	486106	12,28	512344	12,13	+192947	+0,48
Готовая продукция	193695	7,1	565389	14,28	615788	14,58	+422093	+7,48
Денежные средства	504	0,02	1376	0,04	2877	0,07	+2373	+0,05
Дебиторская задолженность	6274	0,23	748362	18,9	776602	18,39	+770328	+18,16
БАЛАНС	2737538	100	3959253	100	4222135	100	+1484597	-

В течении анализируемого периода произошло увеличение доли текущих активов всего на 26,18%, в том числе дебиторская задолженность и готовая продукция увеличились на 18,16% и 7,48% соответственно. Увеличение доли дебиторской задолженности, т.е. невыполнение дебиторами своих обязательств или их несвоевременное выполнение может привести к большим финансовым затруднениям завода и его работе в целом.

Как следует из табл.2 общая сумма увеличения активов к 2009 г. составила 1484597 руб.

Произведем анализ показателей оборачиваемости текущих активов и всего капитала предприятия, на основании данных, табл.3.

Оборачиваемость текущих активов= Выручка от реализации (без НДС)/ Средняя величина текущих активов.

Продолжительность оборота текущих активов= (Среднегодовая стоимость текущих активов×365 дней (год))/выручка от реализации.

Продолжительность оборота всего капитала=(Среднегодовая стоимость капитала×365 дней)/ выручка от реализации. [13;89]

Таблица 3

Динамика показателей оборачиваемости активов с 2007 г.-2009 г.

Показатели	2007 год	2008 год	2009 год	Отклонение 2009 г. от 2007 г.
Выручка от реализации (без НДС), руб.	3742742	5698055	6123148	+2380406
Средняя величина текущих активов, руб.	520395	1803480	1907611	+1387216
Оборачиваемость текущих активов	7,19	3,16	3,21	-3,98
Продолжительность оборота текущих активов, дни	51	116	114	+63
Среднегодовая стоимость капитала, руб.	2737538	3959253	4222135	+1484597
Продолжительность оборота всего капитала, дни	267	254	252	-15

Данные предприятия, табл.3, показывают, что продолжительность оборота текущих активов увеличилась на 63 дня и к 2009 г. продолжительность составила 114 дня. Таким образом, продолжительность оборота текущих активов к 2009 г. по сравнению с 2007 г. замедлилась на 63 дня. Но по сравнению с 2007 г. средняя величина текущих активов и выручка от реализации увеличились на 1387216 руб. и 2380406 руб. соответственно.

А продолжительность оборота всего капитала предприятия ускорилась на 15 дней, и к концу анализируемого периода составила 252 дня.

Оборачиваемость текущих активов ускорилась на 3,98 и концу анализируемого периода составила 3,21.

Произведем анализ пассива предприятия, табл.4.

Таблица 4

Анализ структуры пассива баланса с 2007 г.-2009 г.

Показатели	2007 год		2008 год		2009 год		Отклонение 2009 г. от 2007 г.	
	Сумма, руб.	В % к валюте баланса	Сумма, руб.	В % к валюте баланса	Сумма, руб.	В % к валюте баланса	Сумма, руб.	В % к валюте баланса
ПАССИВ								
Источники собственных средств	2248408	82,1	3731057	94,2	3979969	94,26	+1731561	+12,16
Заемные средства-всего	489128	17,9	228195	5,8	242166	5,74	-246962	-12,16
БАЛАНС	2737537	100	3959253	100	4222135	100	+1484597	-

Данные предприятия, табл.4, показывают, что наибольший удельный вес в общей сумме пассива занимают источники собственных средств. На их долю приходится от 82,1% в 2007 г. и 92,31% к 2009 г. т.е. видим значительное увеличение источников собственных средств, которое составило 10,21%.

Доля заемных средств в структуре пассива колеблется от 17,9% в 2007 г. до 7,69% к концу анализируемого периода. Снижение удельного веса заемных средств составило 12,16%, т.е. на сумму 246962 руб.

Общая сумма пассивов увеличилась на 1484597 руб. и к 2009 г. составила 4222135 руб.

Финансовую устойчивость предприятия по балансу принято определять, исходя из соотношения собственных и заемных средств.

От того, насколько оптимально соотношение собственного и заемного капитала, во многом зависит финансовое положение предприятия. Выработка правильной финансовой стратегии в этом вопросе поможет многим предприятиям повысить эффективность своей деятельности.

В связи с этим важными показателями, характеризующими рыночную устойчивость предприятия, являются:

коэффициент финансовой автономности (независимости) или удельный вес собственного капитала в его общей сумме;

коэффициент финансовой зависимости (доля заемного капитала в общей валюте баланса);

плечо финансового рычага или коэффициент финансового риска (отношение заемного капитала к собственному).

коэффициент покрытия долгов-(коэффициент платежеспособности)- отношение собственного капитала к заемному).

Коэффициент финансовой зависимости (доля заемного капитала а общей валюте баланса), рассчитываем по формуле (2):

$$K_{фз} = (ЗК/К) \times 100\%, \text{ где:} \quad (2)$$

$K_{фз}$ -Коэффициент финансовой зависимости, %

$ЗК$ - заемный капитал, руб.

$К$ -общая сумма капитала, руб.

Коэффициент финансовой зависимости= (2раздел + 3 раздел пассива)/баланс) $\times 100\%$.

Удельный вес собственного капитала в общей валюте баланса (коэффициент финансовой автономности предприятия).

Коэффициент финансовой автономности (независимости) или удельный вес собственного капитала в его общей сумме, рассчитываем по формуле (3):

$$K_{фа} = (СК/К) \times 100\%, \text{ где:} \quad (3)$$

$K_{фа}$ - коэффициент финансовой автономности, %

$СК$ -собственный капитал, руб.

$К$ -общая сумма капитала, руб.

Плечо финансового рычага или коэффициент финансового риска (отношение заемного капитала к собственному), формуле (4):

$$ПФР = ЗК/СК, \text{ где:} \quad (4)$$

$ЗК$ -заемный капитал;

СК-собственный капитал;

ПФР-плечо финансового рычага. [7;214]

Произведем анализ финансовой устойчивости предприятия , табл.5.

Таблица 5

Анализ финансовой устойчивости предприятия с 2007 г.-2009 г.

Показатели	2007 год	2008 год	2009 год	Отклонение 2009 г. от 2007 г.
Коэффициент финансовой автономии (или независимости)	82,1	94,2	94,26	+12,16
Коэффициент финансовой зависимости	17,9	5,8	5,74	-12,16
Коэффициент покрытия долгов собственным капиталом (Собственный капитал/заемный капитал)	4,60	16,35	16,44	+11,84
Коэффициент финансового левериджа (финансового риска) (заемный капитал/собственный капитал)	0,22	0,06	0,06	-0,16

Данные предприятия в период с 2007г.-2009 г. показывают, что произошло увеличение коэффициента независимости предприятия на 12,16% и снижение коэффициента финансовой зависимости на 12,16%.

Коэффициент независимости важен как для инвесторов, так и для кредиторов предприятия, поскольку он характеризует долю средств, вложенных собственниками в общую стоимость имущества предприятия. Считается достаточным, если коэффициент больше или равен 50%. Так как реализовав половину имущества, сформированную за счет собственных средств, предприятие сможет погасить свои долговые обязательства.

Но на нашем предприятии данный коэффициент даже превышает минимально допустимое значение, т.е. он больше 50%. , причем еще и наблюдается увеличение данного коэффициента и к 2009 г. он составил 94,26. Это хороший показатель деятельности предприятия.

Также произошло увеличение коэффициента покрытия долгов собственным капиталом на 11,84% по сравнению с 2007 г. и к 2009 г. он составил 16,44.

Наиболее обобщающим показателем среди рассмотренных выше является коэффициент финансового левериджа. Все остальные показатели в той или иной мере определяют его величину. Коэффициент финансового левериджа является не только индикатором финансовой устойчивости, но и оказывает большое влияние на увеличение или уменьшение прибыли и собственного капитала предприятия. В данном случае на предприятии в период с 2007 г.-2009 г. произошло снижение данного коэффициента (коэффициента финансового риска) на 0,16. Т.е. можно сказать, что предприятие за анализируемый период улучшило свое финансовое положение.

2.3. Организация сервиса в ООО «Вираж»

Гостиница «ВИРАЖ» предлагает своим клиентам:

- первоклассные номера
- сауна
- солярий
- косметический и массажный кабинет
- спортзал
- конференц-зал
- кабельное телевидение
- кафе (завтрак для наших гостей бесплатно)
- магазин
- круглосуточная охраняемая стоянка
- автомойка
- автосервис
- прокат автомобилей

В гостинице действует дисконтная накопительная система скидок.

Гостиница «ВИРАЖ» предлагает своим гостям 27 номеров и может принять более 50 гостей одновременно.

В гостинице комфортабельные номера различных категорий, дизайн которых отвечает международным стандартам.

- Люкс
- Полу-люкс
- Бизнес-класс
- Стандартный одноместный
- Стандартный двухместный
- Стандартный трехместный (семейный)

Гостиница «ВИРАЖ» - это великолепное сочетание стоимости и качества предоставляемых услуг. Вы можете выбрать самый удобный для себя вариант номера.

Номер категории «Люкс» (3 этаж)

Стоимость номера – 4200 руб. Почасовая оплата (минимум 5ч.) за 5ч. – 2000 руб.

Номер «Люкс» идеально подходит не только для отдыха, но и для приёма гостей, ведения переговоров, а также длительного проживания. Номер «Люкс» оборудован кондиционером, мягкой мебелью, комплектом посуды, современной душевой кабиной. Номер «Люкс» состоит из двух комнат. 1-я - спальня с двуспальной кроватью (при желании гостя, трансформирующуюся в две односпальные), туалетным столиком, платяным шкафом, телевизором и телефоном; 2-я гостиная, идеально подходит для приема гостей, оборудована мягкой мебелью, журнальным столиком, сервантом с комплектом посуды, телевизором, холодильником, мини-баром, кондиционером. Завтрак для гостей бесплатно. В номере имеется сейф.

Номер категории «Люкс» (2 этаж)

Стоимость номера – 3300 руб. Почасовая оплата (минимум 5ч.) за 5ч. – 1800 руб.

Номер «Люкс» оборудован кондиционером, мягкой мебелью, комплектом посуды, современной душевой кабиной. Номер «Люкс» состоит из двух комнат. 1-я: спальня с двуспальной кроватью, туалетным столиком и телевизором,

телефоном, 2-я идеально подходит для приема гостей, оборудована мягкой мебелью, сервантом с комплектом посуды, телевизором, холодильником, мини-баром. Завтрак для гостей бесплатно.

Номер категории «Полулюкс» (двухместный, 3 этаж)

Стоимость номера – 2900 руб. Почасовая оплата (минимум 5ч.) за 5ч. – 1400 руб.

Стандартный двухместный номер оборудован двуспальной кроватью (при желании гостя, трансформирующуюся в две односпальные), холодильником, телевизором, телефоном, набором посуды, мини-баром, современной душевой кабиной, кондиционером. Завтрак для гостей бесплатно. В номере имеется сейф.

Номер категории «Полулюкс» (3 этаж)

Стоимость номера – 2700 руб. Почасовая оплата (минимум 5ч.) за 5ч. – 1200 руб.

Номер «Полу-люкс» идеально подходит не только для отдыха, но и для приема гостей, ведения переговоров, а также длительного проживания. Номер «Полу-люкс» оборудован двумя полуторными кроватями, мягкой мебелью, холодильником, телевизором, телефоном, набором посуды, мини-баром, современной душевой кабиной, кондиционером. Завтрак для гостей бесплатно.

Номер категории «Полулюкс» (2 этаж)

Стоимость номера – 2600 руб. Почасовая оплата (минимум 5ч.) за 5ч. – 1200 руб.

Номер «Полулюкс» идеально подходит не только для отдыха, но и для приема гостей, ведения переговоров, а также длительного проживания. Номер «Полу-люкс» оборудован двуспальной кроватью, мягкой мебелью, холодильником, телевизором, телефоном, набором посуды, мини-баром, современной душевой кабиной, кондиционером. Завтрак для гостей бесплатно.

Номер категории «Бизнес-класс» (двухместный, 3 этаж)

Стоимость номера – 2900 руб. Почасовая оплата (минимум 5ч.) за 5ч. – 1200 руб.

Стандартный двухместный номер оборудован двуспальной кроватью (при желании гостя, трансформирующуюся в две односпальные), диваном, журнальным и туалетным столиками, холодильником, телевизором, телефоном, набором посуды, мини-баром, современной душевой кабиной. Завтрак для гостей бесплатно. В номере имеется сейф.

Номер категории «Бизнес-класс» (3 этаж)

Стоимость номера – 2700 руб. Почасовая оплата (минимум 5ч.) за 5ч. – 1200 руб.

Номер оборудован двуспальной кроватью, журнальным и туалетным столиками, холодильником, телевизором, телефоном, набором посуды, современной душевой кабиной. Завтрак для гостей бесплатно. В номере имеется сейф.

Стандартный одноместный номер (3 этаж)

Стоимость номера – 2200 руб. Почасовая оплата (минимум 5ч.) за 5ч. – 1100 руб.

Стандартный одноместный номер оборудован двуспальной кроватью, холодильником, телевизором, телефоном, современной душевой кабиной. Завтрак для гостей бесплатно.

Стандартный одноместный номер (2 этаж)

Стоимость номера – 2000 руб. Почасовая оплата (минимум 5ч.) за 5ч. – 1000 руб.

Стандартный одноместный номер оборудован двуспальной кроватью, холодильником, телевизором, телефоном, набором посуды, мини-баром, современной душевой кабиной, кондиционером. Завтрак для гостей бесплатно.

Стандартный двухместный номер (2 этаж)

Стоимость номера – 2200 руб. Почасовая оплата (минимум 5ч.) за 5ч. – 1100 руб.

Стандартный двухместный номер оборудован двуспальной кроватью, холодильником, телевизором, телефоном, набором посуды, мини-баром, современной душевой кабиной, кондиционером. Завтрак для гостей бесплатно.

Стандартный двухместный номер (2 этаж)

Стоимость номера – 2300 руб. Почасовая оплата (минимум 5ч.) за 5ч. – 1200 руб.

Стандартный двухместный номер оборудован двуспальной кроватью, холодильником, телевизором, телефоном, набором посуды, мини-баром, современной душевой кабиной, кондиционером. Завтрак для гостей бесплатно.

Стандартный трехместный номер (2 этаж)

Стоимость номера – 2700 руб. Почасовая оплата (минимум 5ч.) за 5ч. – 1200 руб.

Стандартный трехместный номер состоит из двух комнат. Оборудован двуспальной кроватью, холодильником, телевизором, телефоном, набором посуды, мини-баром, современной душевой кабиной, кондиционером. Вторая комната оборудована двумя одноместными кроватями, телевизором, туалетным столиком. Завтрак для гостей бесплатно.

Кафе «Виразж», расположенное на 1-м этаже гостиничного комплекса, славится как лучшее в городе по качеству обслуживания и приготовления блюд. Гостиничный комплекс «Виразж», предоставляет Вам бесплатные завтраки в этом кафе. Вы не останетесь равнодушными перед кулинарными талантами мастеров кафе. В магазине на 1-м этаже Вы сможете сделать нужные и вкусные покупки

Сауна гостиничного комплекса «Виразж» - это одно из немногих мест в Брянске, куда Вы можете прийти в любое удобное для Вас время суток и расслабиться. Здесь Вас встретят и обслужат люди, знающие толк в хорошем отдыхе. Каждой клеточкой своего тела Вы ощутите массу удовольствий и получите удовлетворение. Стоимость 1ч. – от 350 рублей. Дисконтная накопительная система

Гостиница также предлагает Солярий. Для большинства людей смуглая кожа является признаком красоты и здоровья, не говоря уже о том, что солнечный свет дарит человеку ощущение праздника, радости, красоты и молодости. Но для нашей полосы характерна нехватка солнечного света и особенно остро это

ощущается в зимний период. К счастью сейчас красивого и ровного загара можно добиться с помощью солярия. В отличие от естественных солнечных ванн, излучение солярия можно контролировать в зависимости от индивидуальных свойств кожи. Если разумно подходить к дозировке сеансов, солярий позволяет полностью исключить риск солнечных ожогов. Профессиональный солярий позволяет строго дозировать соотношение ультрафиолетовых волн спектра А и спектра В, а также исключить воздействия жестких С-волн, что позволяет получить более безопасный загар.

Вывод: проведенный анализ по гостинице «Виразж» показал, что в течении последних трех лет, наблюдается увеличение выручки и прибыли предприятия, показатели финансового состояния показывают улучшение деятельности организации. Гостиница предлагает своим клиентам: удобные и комфортабельные номера, сауна, солярий, косметический и массажный кабинет, спортзал, конференц-зал, кабельное телевидение, кафе (завтрак для наших гостей бесплатно) , магазин , круглосуточная охраняемая стоянка, автомойка, автосервис, прокат автомобилей .

В настоящий момент гостиничное хозяйство ежегодно улучшает качество обслуживания, поэтому для того, чтобы выжить в остро конкурентной борьбе , предприятие должно ежегодно совершенствовать свои услуги. Для этого необходимо изучать деятельность конкурентов, потребительский спрос на услуги, совершенствовать ценовую стратегию и другое.

ГЛАВА 3. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ ООО «ВИРАЖ»

3.1. Проблемы организации гостиничного хозяйства ООО «Виразж»

Основной проблемой организации гостиничного хозяйства- является стремительный рост конкуренции на рынке предоставления гостиничных услуг. Ежегодно появляются все новые и новые гостиницы, а вместе с ними и растет улучшение качества обслуживания населения.

Следовательно, для усиления позиций на рынке предоставления гостиничных услуг предприятию ООО «Виразж» необходимо изучать рынок гостиничного хозяйства, деятельность конкурентов, их услуги, качество услуг, ценовая политика конкурентов и сбытовая политика.

В настоящий момент в г. Брянске существует около 15 гостиниц . Крупными из них являются: гостиница «Брянск», Чернигов, Десна и др.

Все гостиницы различаются по качеству обслуживания, в зависимости от этого и различная ценовая категория гостиниц. Гостиница «Виразж» имеет среднюю ценовую категорию.

Анализируя деятельность других гостиниц, выявили, что крупные гостиницы, находящиеся в центре города Брянска, оказывают услуги на более высоком уровне, предоставляют потребителям большой набор услуг как платных, так и бесплатных.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности гостиницы необходимо:

- повышать качество предоставляемых услуг;
- повышать уровень обслуживающего персонала;
- услуги гостиничного хозяйства предоставлять согласно государственным стандартам;
- улучшать комфортность и привлекательность гостиницы.

3.2. Пути совершенствования гостиничного хозяйства ООО «Виразж»

Изученный анализ деятельности гостиницы «Виразж» позволяет сделать вывод о том, что необходимо введение дополнительных услуг, которые повысят сервис гостиничного хозяйства. Такими услугами могут быть:

Бесплатные:

Чай, кофе при поселении с 23:00 до 07:00 ч.

Фруктовая ваза при поселении.

«Номер для не курящих».

Свежая пресса: «Коммерсант», «Ведомости», «Московский комсомолец», «Труд», «Точка-Брянск», «Men's health», «Cosmopolitan».

Чай, минеральная вода в каждом номере.

Дополнительная очистка воды фильтром «Барьер» в каждом номере.

Гладильная доска, утюг.

Электрический чайник, фен.

Побудка.

Банкомат, пункт обмена валют, платежный терминал.

Визовая поддержка.

Заказ такси.

Парковка.

Медицинская помощь.

Фитнес.

Платные:

Завтрак в дорогу, 250 руб.

Прокат DVD, 60 руб./сутки.

Прокат ноутбука, 20 руб./час; 160 руб./сутки.

Сейф для хранения ценностей, 20 руб./сутки.

Сейф для хранения крупногабаритного багажа, 90 руб./сутки, до 12 часов хранения - 50 руб.

Мини-бар.

Обслуживание в номере из кафе 10% от стоимости заказа («Апартаменты», «Люкс», «Полулюкс» - бесплатно).

Международная, междугородняя телефонная связь.

Мелкий ремонт одежды, стирка белья.

Стоматологический кабинет.

Товары первой необходимости.

Экскурсионное обслуживание.

А также если персонал гостиницы будет соблюдать следующие правила, то это позволит повысить уровень обслуживания:

- Вежливый тон;
- Умение тонко улавливать желание – вплоть до чтения мыслей;
- Внимательность к деталям;
- Рациональность и логичность предложений;
- Своевременность;
- Ясность общения;
- Чувство ответственности;
- Удовольствие от результата.

Одним из направлений реализации государственной защиты прав и интересов потребителей является стандартизация. Качество услуг подтверждается проверкой на соответствие установленным стандартам, показателям, требованиям для объявленного класса обслуживания. Причём главным требованием всегда является безопасность.

а) безопасности продукции, работ и услуг для окружающей среды, жизни, здоровья, имущества;

б) качества продукции, работ и услуг в соответствии с уровнем развития науки, техники и технологии;

в) единства измерений;

г) экономии всех видов ресурсов;

д) безопасности хозяйственных объектов;

Объектами стандартизации в туристско-экскурсионном обслуживании населения являются: реализация туристских и экскурсионных услуг, туристские путешествия, рекламно-информационные услуги, транспортные услуги, бытовые услуги, услуги питания, культурно-массовые услуги, физкультурно-оздоровительные и услуги проживания.

Государственные стандарты (ГОСТ и ГОСТ РК) устанавливают обязательные общие требования к туристскому обслуживанию, обеспечивающие безопасность, охрану здоровья и жизни населения, охрану окружающей среды, комплексность, точность и своевременность исполнения, а также рекомендательные требования (назначения, комфортности, эстетические и др.) к видам услуг, включая условия обслуживания.

Стандарты предприятий устанавливают обязательные требования на конкретные туристские услуги, включая условия обслуживания, к организации управления производством, к техническому оснащению, технологическим процессам и методам, применяемым только на данном предприятии.

Показатели, устанавливаемые государственными стандартами, должны обеспечивать высокое качество услуг и учитывать передовой отечественный и зарубежный опыт.

Современные гостиницы, обслуживающие туристов, практически становятся полносервисными отелями. В сервисное обслуживание гостиничного хозяйства включается множество разнообразных услуг. Перечень услуг постоянно дополняется, видоизменяется и дифференцируется в зависимости от размеров гостиницы, её месторасположения, уровня комфортабельности и других причин.

Тенденция развития гостиничной индустрии направлена на расширение спектра услуг в гостиницах различного назначения. Поэтому, чтобы проконтролировать качество предоставляемых услуг, создаются государственные стандарты.

Активное и рациональное применение стандартов (в первую очередь, международных) позволяет обеспечить требуемое качество продукции и услуг, организовать отлаженный и непрерывный технологический процесс, а также

приводит к преодолению технических барьеров на внешних рынках, расширению базы производственного сотрудничества с зарубежными партнёрами, установлению более высокого уровня цен на продукцию и услуги и повышает уровень конкурентоспособности казахстанских предприятий на мировом рынке.

Рассмотрим требования к комфортности и привлекательности гостиницы.

1. Здание гостиницы должно органически вписываться в окружающую среду, не нарушая особенностей городского, сельского или природного ландшафта.
2. Конструкция здания должна учитывать природно-климатические факторы: температуру и влажность воздуха, близость моря и других водоемов, скорость и направление ветра и другие факторы.
3. Планировка здания гостиницы должна обеспечивать экономичность эксплуатации с рациональным сочетанием текущих и единовременных затрат.
4. Фасад гостиницы в рекламных целях должен подчеркивать престижность и марку гостиницы, а само здание соответствовать эстетическим, экологическим, техническим и санитарно-гигиеническим нормам.
5. Вместимость и этажность здания гостиницы должны зависеть от назначения, режима эксплуатации – круглогодичного или сезонного.
6. Интерьер гостиницы должен быть комфортным и обладать эстетической выразительностью.
7. Планировка гостиниц должна учитывать нужды инвалидов, предусматривать для них специально оборудованные номера, лестницы, туалеты, ванные комнаты.
8. Службы гостиницы должны быть оснащены автоматизированными системами бронирования и резервирования билетов, компьютерными системами управления хозяйством.

9. Безопасность клиентов должна обеспечиваться через различные системы наблюдения, внутриномерные электронные сейфы, электронные замки и другие средства защиты.

Для повышения уровня обслуживающего персонала гостиницы, опытный руководитель службы должен придерживаться следующих правил:

- рационально и эффективно использовать подчиненный ему обслуживающий персонал;
- применять рациональные приемы и технологические процессы в работе службы;
- постоянно осуществлять контроль, быть пунктуальным в работе;
- не допускать панибратства, относиться ко всем предельно объективно;
- регулярно проводить инвентаризацию;
- не уклоняться от возникающих проблем, ставящихся перед ним гостями или руководством;
- поддерживать в коллективе принципы высокой культуры и морали;
- поддерживать стремление сотрудников к повышению образовательного уровня;
- поощрять рационализаторские предложения работников;
- воспитывать у подчиненных чувство взаимоуважения, коллективизма, добропорядочности, взаимопомощи, милосердия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Гостиница «Вираж» - это идеальное место для работы и отдыха в городе Брянск, предоставляющее бизнесменам и туристам прекрасную возможность оказаться в центре событий одного из самых красивых и динамично развивающихся городов России.

Гостиница «Вираж», имея удобное географическое положение и развитую инфраструктуру, создаст для Вас все условия комфортного проживания, уюта и отдыха в Брянске. За услуги гостиницы возможна почасовая оплата.

Проведенный анализ по предприятию ООО «Вираж» показал улучшение показателей прибыльности и финансовой устойчивости. Но в связи с усилением конкуренции на рынке предоставления гостиничных услуг, предприятию необходимо ежегодно пересматривать существующую стратегию развития предприятия. Для этого необходимо изучать деятельность конкурентов, их ценовую политику, появление новых услуг в гостиницах и т.д. Это позволит повысить качество обслуживания населения.

Предприятие ООО «Вираж» прибегает к средней стратегии ценообразования, т.к. средняя цена- это наиболее приемлемая цена для потребителей, она также исключает «войны цен».

Гостиница «Вираж» предлагает своим клиентам: первоклассные номера ; сауна ; солярий; косметический и массажный кабинет; спортзал ; конференц-зал; кабельное телевидение ; кафе (завтрак для гостей бесплатно); магазин ; круглосуточная охраняемая стоянка ; автомойка ; автосервис; прокат автомобилей

В гостинице действует дисконтная накопительная система скидок.

Гостиница «Вираж» предлагает своим гостям 27 номеров и может принять более 50 гостей одновременно.

Для улучшения сервисного обслуживания гостинице «Вираж» целесообразно будет оказывание дополнительных услуг:

Бесплатные: Чай, кофе при поселении с 23:00 до 07:00 ч.; фруктовая ваза при поселении; «Номер для не курящих»; свежая пресса: «Коммерсант»,

«Ведомости», «Московский комсомолец», «Труд», «Точка-Брянск», «Men's health», «Cosmopolitan»; чай, минеральная вода в каждом номере; дополнительная очистка воды фильтром «Барьер» в каждом номере; гладильная доска, утюг; электрический чайник, фен; побудка; банкомат, пункт обмена валют, платежный терминал; визовая поддержка; медицинская помощь; фитнес.

Платные: Завтрак в дорогу, 250 руб.; прокат DVD, 60 руб./сутки.; прокат ноутбука, 20 руб./час; 160 руб./сутки. ; сейф для хранения ценностей, 20 руб./сутки; сейф для хранения крупногабаритного багажа, 90 руб./сутки, до 12 часов хранения - 50 руб.; мини-бар; обслуживание в номере из кафе 10% от стоимости заказа («Апартаменты», «Люкс», «Полулюкс» - бесплатно); международная, междугородняя телефонная связь; мелкий ремонт одежды, стирка белья; стоматологический кабинет; товары первой необходимости; экскурсионное обслуживание.

Как и любому другому предприятию, гостинице приходится заботиться о повышении эффективности своей деятельности. Чтобы удержаться на плаву и увеличить приток клиентов в условиях рыночной экономики, необходимо повышать качество обслуживания и постоянно расширять перечень услуг. Каждая гостиница должна стремиться к присвоению ей более высокой категории, которая подтверждена государственной системой. Обеспечение потребителя достоверной информацией о том, что категория средства размещения подтверждена Системой классификации, одобренной Распоряжением Правительства, повышает его конкурентоспособность, а следовательно, ведет к увеличению его загрузки и доходов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учеб. пособие / Г.А. Бондаренко. - М.: Новое знание, 2006. - 365 с.- (Экономическое образование).
2. Бежовец А.А. Линючева О.И.. Диагностика кризисного состояния предприятия: Учебно-методическое пособие. Барнаул.: Алтайский государственный университет, 2006. – 39 с.
3. Волов А.Б., Захаров А.В. и др. Информационно-аналитические материалы «Строим отель – стандарты, рекомендации, опыт», 2005 г. – 128 с.
4. Дорофеев В.Д., Левин Д.Н., Сенаторов Д.В., Чернецов А.В. Антикризисное управление: Учебное пособие.— Пенза.: Пензенский институт экономического развития и антикризисного управления, 2006. – 206 с.
5. Зайцева Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме: учебное пособие.- М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2007. - 368 с. – (Профессиональное образование).
6. Приказ Федерального агентства по туризму от 21.07.2005 г. № 86 «Система классификации гостиниц и других средств размещения».
7. Савицкая, Г.А. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. А. Савицкая: Учебное пособие – 7-е изд. – М.: Новое здание, 2009.- 704 с.
8. Скляр, Е.Н. Современные проблемы маркетинга российских предприятий. Ч.2. Маркетинг / Е.Н. Скляр: Учеб.-практ. Пособие. – Брянск: БГТУ, 2003. – 353 с.
9. Снегирева, В.В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям / В.В. Снегирева. – СПб.: Питер, 2008. – 416 с.
10. Терещенко, В.М. Маркетинг: новые технологии в России / В.М. Терещенко – СПб: Питер, 2008 – 415 с.
11. Иода Е.В., Иода Ю.В., Мешкова Л.Л., Болотина Е.Н. Управление предпринимательскими рисками. Изд. 2-е: Учебно-методическое пособие. Тамбов Тамбовский государственный технический университет, 2002. – 212 с.
12. Хершген, Х. Маркетинг: основы профессионального успеха / Х. Хершен – М.: ИНФРА – М, 2008. – 334с.
13. Шеремет, А. Д., Сайфулин Р. С., Негашев. Методика финансового анализа / А.Д. Шеремет - М.: ИНФРА - М, 2009. - 208 с.

14. Щиборщ, К.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий России / К.В. Щиборщ - М.: Дело и Сервис, 2009. - 320 с.
15. Экономика: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. / под ред. А.С. Булатова. – М.: Юристъ, 2008.- 896 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ 1-2