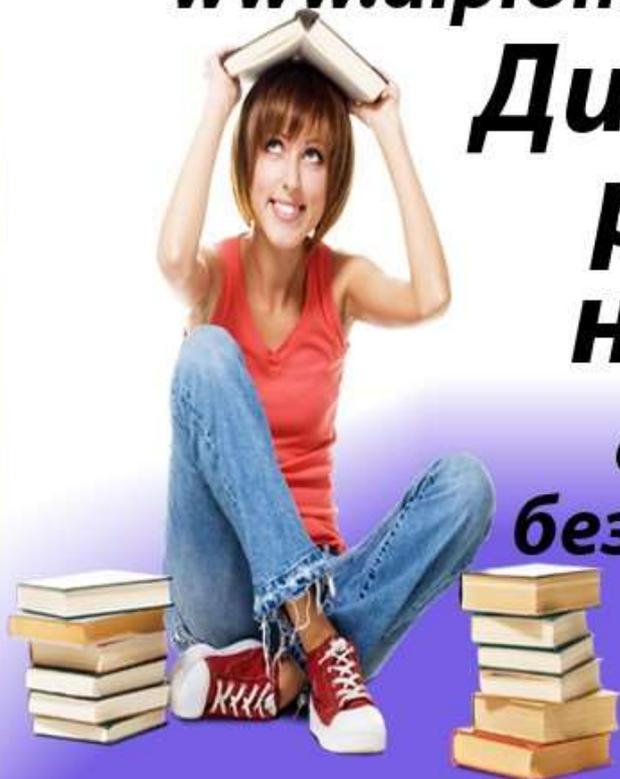


www.diplomstudent.net

**Дипломные
работы
на заказ**

**от автора
без предоплаты**



СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КАЧЕСТВА УСЛУГ И РЕЗУЛЬТАТОВ РАБОТЫ ОРГАНИЗАЦИИ	6
1.1. Понятие качества услуг и система управления качеством	6
1.2. Организация сервиса в гостинице- как фактор повышения качества услуг	9
1.3. Экономические показатели как результат высокого качества услуг.....	11
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ КАЧЕСТВА УСЛУГ И РЕЗУЛЬТАТОВ РАБОТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЦЫ «ВИРАЖ»	15
2.1. Общая экономическая характеристика предприятия ООО «Виразж»	15
2.2. Анализ качества услуг и организация сервиса в ООО «Виразж».....	22
2.3. Пути повышения качества услуг и экономическая эффективность предложенных мероприятий на ООО «Виразж».....	29
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	36
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	38
ПРИЛОЖЕНИЯ	40

ВВЕДЕНИЕ

В рыночной экономике огромное внимание уделяется проблемам качества. Это обусловлено наличием конкурентной среды. По методам осуществления конкуренция делится на ценовую (вытеснение конкурентов путем снижения, сбивания цены) и неценовую, при которой ту же цену предлагается товар с более высокими качественными параметрами и комплексом услуг, что означает в терминах маркетинга “товар с сопровождением”. Только качество может привлечь потребителя. Оценка качества предоставления услуг является важнейшим элементом системы управления качеством. Она позволяет проводить контроль качества обслуживания населения, выявлять неудовлетворенность услугой потенциальных потребителей, разрабатывать мероприятия, направленные на обеспечение качества.

Курсовая работа рассматривает тему: «Анализ качества услуг и результатов работы организации». Объектом исследования является гостиница г. Брянска-«Виразж». Предметом исследования являются данные бухгалтерской отчетности предприятия ООО «Виразж» с 2009-2011 г.г.

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.

Целью курсовой работы является провести анализ существующих гостиничных услуг на примере гостиницы г. Брянска «Мираж», разработать основные пути совершенствования качества услуг гостиницы и эффективность предложенных мероприятий.

Задачи курсовой работы:

- рассмотреть теоретические аспекты качества услуг;
- рассмотреть основные показатели, характеризующие результативность организации;
- провести анализ организационной структуры управления предприятием ООО «Виразж»;
- провести анализ качества услуг гостиницы ООО «Виразж», выявить достоинства и недостатки в деятельности предприятия;
- разработать мероприятия, направленные на повышение качества услуг гостиницы «Виразж» и оценить экономическую эффективность предложенных мероприятий.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КАЧЕСТВА УСЛУГ И РЕЗУЛЬТАТОВ РАБОТЫ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1. Понятие качества услуг и система управления качеством

В современных условиях понятие качества продукции определяется системой взаимосвязанных технических, экономических и других показателей, которые характеризуют степень прогрессивности продукции и экономической эффективности ее выпуска. Согласно ГОСТ 15467-79 под качеством продукции понимается совокупность свойств, обуславливающих ее пригодность для удовлетворения определенных потребностей в соответствии с ее назначением. Качество — это совокупность свойств и характеристик товара, которые придают ему способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности.

Основной задачей предприятия является качество производимой продукции и предоставляемых услуг. Успешная деятельность предприятия должна обеспечиваться производством продукции или услуг, которые: отвечают четко определенным требованиям, сфере применения или назначения; удовлетворяют требования потребителя; соответствуют применяемым стандартам и техническим условиям; отвечают действующему законодательству и другим требованиям общества; предлагается потребителю по конкурентоспособным ценам; направлены на получение прибыли.[9]

Чтобы своевременно реагировать на снижение удовлетворенности клиентов предоставляемыми услугами, организация не должна пренебрегать оценкой такого важного показателя, как качество предоставляемых услуг. Номенклатура показателей качества - перечень качественных или количественных характеристик, обеспечивающих возможность оценки уровня качества услуг. Услуга или характеристика предоставления услуги может быть количественной (измеряемой) или качественной (сопоставимой) в зависимости от способа оценки и от того, производится ли эта оценка сервисной организацией или заказчиком.

Успешное осуществление управления качеством на этапе предоставления услуги создает значительные возможности для:

- улучшения исполнения услуги и удовлетворения требований заказчика;
- повышения производительности, эффективности и сокращения затрат;
- расширения рынка.

В большинстве случаев управление услугой и предоставлением услуги может осуществляться только путем контроля процесса предоставления услуги. Поэтому измерение и контроль характеристик процесса являются существенными для достижения и поддержания требуемого уровня качества услуги. Хотя корректирующее действие иногда возможно в плане предоставления услуги, обычно нельзя полагаться на конечный контроль с целью влияния на качество услуги уже на стадии взаимодействия с заказчиком, когда оценка последним любого несоответствия часто делается немедленно.

Процесс предоставления услуги может варьироваться от высоко механизированного (как это имеет место при прямом наборе номера при телефонном вызове) до сугубо персонифицированного (в случае предоставления юридических, медицинских или консультационных услуг). Чем больше процесс определяется механизацией или детально разработанными процедурами, тем больше возможность применения структурированных и упорядоченных принципов системы качества.

На высшее руководство возлагаются ответственность и обязательства сервисной организации за политику в области качества. Оно должно разработать и документально оформить политику в области качества, касающуюся:

- уровня качества предоставляемой услуги;
- образа сервисной организации и ее репутации в области качества;
- целей обеспечения качества услуги;
- выбора подхода к достижению целей в области качества;
- роли персонала компании, ответственного за реализацию политики в области качества.

Руководство должно обеспечить, чтобы политика в области качества публиковалась, была понятной, осуществимой и проводилась в жизнь. Реализация

политики в области качества требует определения первоочередных задач по достижению целей в области качества. Первоочередные задачи должны включать: постоянное удовлетворение требований заказчика с точки зрения профессиональных стандартов и этики; непрерывное повышение качества услуги; учет социальных потребностей и необходимости защиты окружающей среды; эффективность при предоставлении услуги. Руководство должно обеспечить официальные периодические и независимые анализы системы качества для того, чтобы определить ее постоянную пригодность и эффективность для реализации политики и достижения целей в области качества. Особый упор следует сделать на необходимость или возможность повышения качества.

Показатели качества услуг должны обеспечивать: повышение качества услуги и соответствие требованиям потребителей; соответствие качества услуги передовому зарубежному опыту; учет современных достижений науки и техники и основных направлений научно-технического прогресса и развития сферы услуг; характеристику свойств услуги на стадиях ее жизненного цикла, обуславливающих ее способность удовлетворять определенные потребности потребителей в соответствии с ее назначением. [3]

Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 52113-2003 предусматривает следующие группы показателей качества по характеризующим ими свойствам услуг:

1) показатели назначения: показатели применения, совместимости (функциональной, программной, геометрической и т.д.), показатели предприятия (материально-техническая база, эргономические показатели обслуживания, среднее время ожидания обслуживания клиента).

2) показатели безопасности: безопасность для жизни, радиационная, взрывобезопасность, безопасность для окружающей среды и т.д.

3) показатели надежности: показатели надежности результата услуги, безотказность, долговечность, сохраняемость, ремонтпригодность, показатели стойкости к внешнему воздействию и т.д.

4) показатели профессионального уровня персонала: уровень профессиональной подготовки, общие навыки, знание и соблюдение требований руководящих документов, внимательность и доброжелательность в отношении с потребителем и т.д.

1.2. Организация сервиса в гостинице- как фактор повышения качества услуг

В классификации гостиниц в РК (российском классификаторе) 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 уезжающих 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. [7]

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.

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. [7]

1.3. Экономические показатели как результат высокого качества услуг

Предоставляя услуги на высоком уровне, любое предприятие получит экономический эффект. Экономический эффект - это абсолютный показатель (прибыль, доход от реализации и т.п.), характеризующий результат деятельности предприятия. Основной показатель, характеризующий экономический эффект от деятельности производственного предприятия, - это прибыль. [18]

Прибыль P_p от реализации продукции (продаж) - это разность между выручкой от продаж (B_p) издержками на производство и сбыт продукции (полной себестоимостью $Z_{пр}$), суммой налога на добавленную стоимость (НДС) и акцизами (АКЦ) (1):

$$\Pi_p = B_p - Z_{пр} - \text{НДС} - \text{АКЦ.} \quad (1)$$

Прибыль от прочей реализации ($\Pi_{пр}$) - это прибыль, полученная от реализации основных средств и другого имущества, отходов, нематериальных активов. Она определяется как разница между выручкой от реализации ($B_{пр}$) и затратами на эту реализацию (Z_p) (2):

$$\Pi_{пр} = B_{пр} - Z_p. \quad (2)$$

Прибыль от внереализационных операций - это разница между доходами от внереализационных операций ($D_{вн}$) и расходами по внереализационным операциям ($P_{вн}$) (3):

$$\Pi_{вн} = D_{вн} - P_{вн}. \quad (3)$$

Доходы от внереализационных операций - это доходы от долевого участия в деятельности другого предприятия, дивиденды по акциям, доходы по облигациям и другим ценным бумагам, поступления от сдачи в аренду имущества, полученные штрафы, а также другие доходы от операций, непосредственно не связанные с реализацией продукции.

Расходы по внереализационным операциям - это затраты на производство, которое не дало продукции.

Балансовая прибыль рассчитывается по формуле: (4)

$$\Pi_б = \Pi_p + \Pi_{пр} + \Pi_{вн} \quad (4)$$

Чистая прибыль рассчитывается по формуле: (5)

$$\Pi_ч = \Pi_б - \text{отчсл.} \quad (5)$$

Нераспределенная прибыль рассчитывается по формуле (6):

$$\Pi_{нр} = \Pi_ч - \text{ДВ} - \text{проц.} \quad (6)$$

Порядок образования прибыли показан на рис .1.1. [10]

Показатели рентабельности показывают, насколько прибыльна деятельность компании, какое количество издержек приходится на производство единицы продукции и насколько профессионально компания управляет своими активами (т. е. капиталом).

Прибыль от реализации продукции (от основной деятельности) (Π_p)
+ Прибыль от прочей реализации ($\Pi_{пр}$)
+ Прибыль от внереализационных операций ($\Pi_{вн}$)
= Балансовая (валовая) прибыль $\Pi_б = \Pi_p + \Pi_{пр} + \Pi_{вн}$
- Налоги и сборы (отчисл.)
= Чистая прибыль $\Pi_ч = \Pi_б - \text{отчисл.}$
- Дивиденды (ДВ)
- Проценты за кредиты (проц.)
= Нераспределенная прибыль $\Pi_{нр} = \Pi_ч - \text{ДВ} - \text{проц.}$

Рис. 1.1. Порядок образования прибыли.

К показателям рентабельности относятся следующие коэффициенты: 1) коэффициент рентабельности валовой прибыли; 2) коэффициент рентабельности операционной прибыли; 3) коэффициент общей рентабельности; 4) рентабельность оборотных активов; 5) рентабельность внеоборотных активов; 6) коэффициент доходности совокупных активов; 7) доходность собственного капитала; 8) рентабельность инвестированного капитала, прил.1.

Экономическая эффективность - это относительный показатель, соизмеряющий полученный эффект с затратами, обусловившими этот эффект, или с ресурсами, использованными для достижения этого эффекта (7):

$$\text{Экономическая эффективность} = \frac{\text{экономический эффект}}{\text{затраты (ресурсы)}} \quad (7)$$

Экономическую эффективность характеризуют, например, показатели фондоотдачи и коэффициент оборачиваемости оборотных средств, которые характеризуют соответственно эффективность использования основных фондов и оборотных средств.

Рассмотрим несколько основных групп финансовых коэффициентов.

Показатели ликвидности характеризуют способность компании в кратчайшие сроки покрыть все краткосрочные обязательства ликвидными средствами. Чем выше данный показатель, тем более стабильно положение компании. Однако в последнее время наблюдается тенденция ухода от

консервативного баланса к использованию финансового рычага, что позволяет повысить уровень выплачиваемых дивидендов. Таким образом, показатели ликвидности существенно ухудшаются.

К показателям ликвидности относятся следующие коэффициенты: 1) коэффициент общей ликвидности; 2) коэффициент текущей ликвидности; 3) коэффициент срочной ликвидности; 4) чистый оборотный капитал. [10]

Показатели деловой активности позволяют проанализировать активность операций компании, эффективность ее действий на рынке, уровень объемов продаж по отношению к статьям баланса и отчета о прибылях и убытках. К показателям деловой активности относятся следующие коэффициенты: 1) период оборачиваемости материально-производственных запасов; 2) период оборачиваемости дебиторской задолженности; 3) период оборачиваемости кредиторской задолженности; 4) коэффициент оборачиваемости рабочего капитала; 5) коэффициент оборачиваемости основных средств; 6) коэффициент оборачиваемости активов.

Показатели структуры капитала, называемые также показателями платежеспособности, характеризуют возможности предприятия обеспечивать погашение долгосрочных обязательств, сохраняя свои долгосрочные активы. Достаточный уровень платежеспособности предприятия обеспечивает защищенность его от банкротства.

К показателям структуры капитала относятся следующие показатели: 1) суммы обязательств к активам; 2) отношение долгосрочных обязательств к активам; 3) коэффициент финансовой независимости; 4) коэффициент покрытия процентов. [4]

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ КАЧЕСТВА УСЛУГ И РЕЗУЛЬТАТОВ РАБОТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЦЫ «ВИРАЖ»

2.1. Общая экономическая характеристика предприятия ООО «Виращ»

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», имеет развитую инфраструктуру, создает 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 «Виращ» 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 «Виращ» 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. Организационная структура компании ООО «Виращ» определяет не только ее экономическую эффективность, но и моральную и трудовую удовлетворенность персонала. В зависимости от выполняемой работы, персонал гостиницы делится:

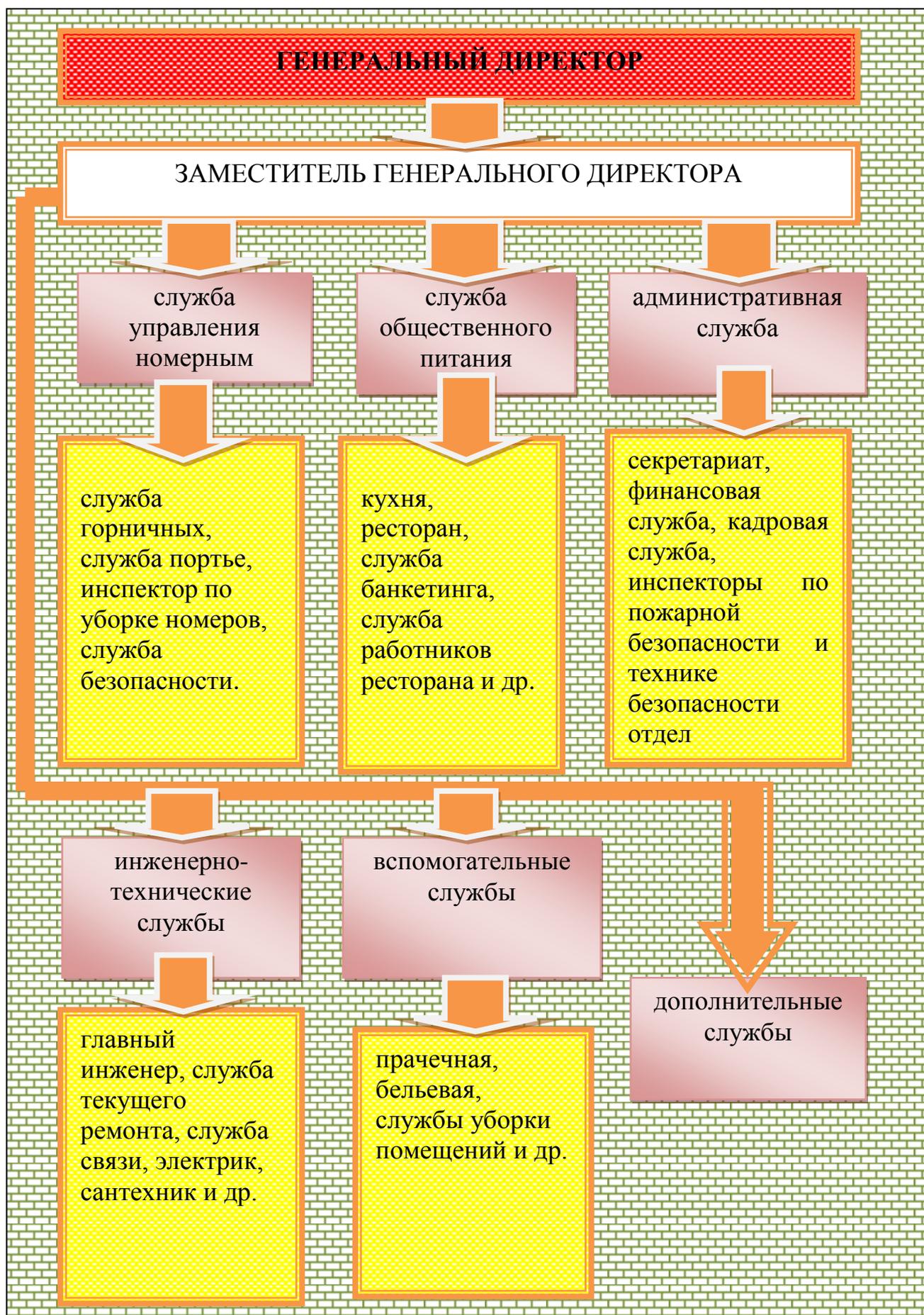


Рис.2.1. Организационная структура предприятия ООО «Виразж».

служба управления номерным фондом (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, отдел маркетинга 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.

Рассмотрим более подробно функции каждой из служб. 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 пробудке, по просьбе клиента.

Служба горничных – отдел гостиничного хозяйства, отвечающий за уборку номеров, холлов, туалетов, коридоров и других внутренних помещений, в которых осуществляется прием гостей. 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.

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.

Рассмотрим особенности работы административной службы. Администратор отеля- осуществляет планирование, организацию и контроль выполнения функций сотрудниками и финансово-экономических показателей гостиницей; решение нестандартных (в т.ч. конфликтных) вопросов с Клиентами и Гостями, подрядчиками, руководителями отделов и т.д. Администратор компьютерной сети – занимается обеспечением сетевой безопасности, налаживанием сетевого взаимодействия пользователей, выполнение системного программирования, настройка и поддержка локальной компьютерной сети, баз данных, серверов и т.д.

Специалист продвижения услуг отеля(гостиницы) занимается: разработкой маркетинговой стратегии продвижения, системы ценообразования и спецпредложений для Клиентов; проектирование рекламных кампаний и акций PR; размещение заказов на изготовление рекламы; поиск систем онлайн-бронирования, тематических сайтов/ каталогов и заключение договоров на размещение информации отеля; сбор и обработка информации о конкурентах. Оператор размещения в системах бронирования осуществляет следующие функции: размещение информации об отеле в системах онлайн-бронирования, на

тематических сайтах в Интернете, на собственном сайте отеля. Его работу контролирует непосредственно специалист продвижения услуг отеля.

Менеджер по обслуживанию мероприятий (семинаров, конференций, круглых столов, выставок и т.п.) - "техническая" организация мероприятия, проводимого в отеле: подготовка помещения и сопровождение, организация кофе-брейков и обедов, размещение гостей в конференц-зале и т.д.

Рассмотрим деятельность отдела по работе с персоналом:

Руководитель отдела по работе с персоналом осуществляет организацию и контроль выполнения сотрудниками отдела своих функций. Специалист по отбору персонала –занимается отбором персонала для работы в отеле (чтобы своевременно и наименее затратным способом закрывать вакансии). На специалиста по оценке и развитию персонала возложены функции- разработка и исполнение программы подготовки, обучения, развития, аттестации персонала компании. Инспектор кадрового учета -оформляет документы при приеме на работу, переводе, отпуске, увольнении, командировании, поощрении сотрудников.

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 проводится 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.).

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

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 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.

Основные цели и стратегии структурных подразделений гостиницы совпадают с главной задачей всей гостиницы – это предоставление гостям самого высокого качества услуг, а также увеличение процента занятости гостиницы.

Рассмотрим основные экономические показатели предприятия ООО «Виразж» с 2009-2011 г.г. на основании данных бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках, прил. 2-3. Данные оформим в виде табл.2.1.

Таблица 2.1

Основные экономические показатели ООО «Виразж» с 2009-2011 г.г.

показатели	2009 год	2010 год	2011 г.	2011 г. к 2009 г., %
Валовая прибыль, тыс. руб.	18468	27941	42734	231,39
Прибыль от продаж, тыс. руб.	8152	14741	17882	219,35
Затраты, тыс. руб.	354940	327748	321272	90,51
Чистая прибыль, тыс. руб.	2500	2537	2687	107,48
Стоимость основных фондов, тыс. руб.	176613	194909	200606	113,58
Рентабельность использования фондов, %	4,62	7,56	8,91	192,85
Оборотные активы, тыс. руб. (оборотный капитал)	80293	87010	101392	126,27
Уставный капитал, тыс. руб.	21469	21469	21469	-
Сумма капитала, тыс. руб.	169775	185700	198544	116,95

Так, данные табл.2.1. показывают, что предприятие имеет прибыли в размере 2687 тыс. руб. по состоянию на 2011 г., а это на 7,4% выше, чем в начале анализируемого периода. Сумма уставного капитала составляет 21469 тыс. руб. Общая сумма капитала в 2011 г. составила 198544 тыс. руб., а это на 16,95% выше, чем в 2009 г. В течении анализируемого периода наблюдается увеличение рентабельности использования основных средств на 92,85%, и в 2011 г. этот показатель составил 8,91%. Практически в два раза произошло увеличение прибыли от продаж и валовой выручки, так темпы роста составили 219,35% и 231,39% соответственно.

В целом деятельность организации можно назвать успешной, наблюдаются ежегодное увеличение выручки и прибыли, сумма капитала составляет 21469 тыс. руб., замечен рост рентабельности использования фондов, структура предприятия построена таким образом, чтобы позволить организации добиваться намеченных целей.

2.2. Анализ качества услуг и организация сервиса в ООО «Виразж»

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

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, рис.2.2.

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

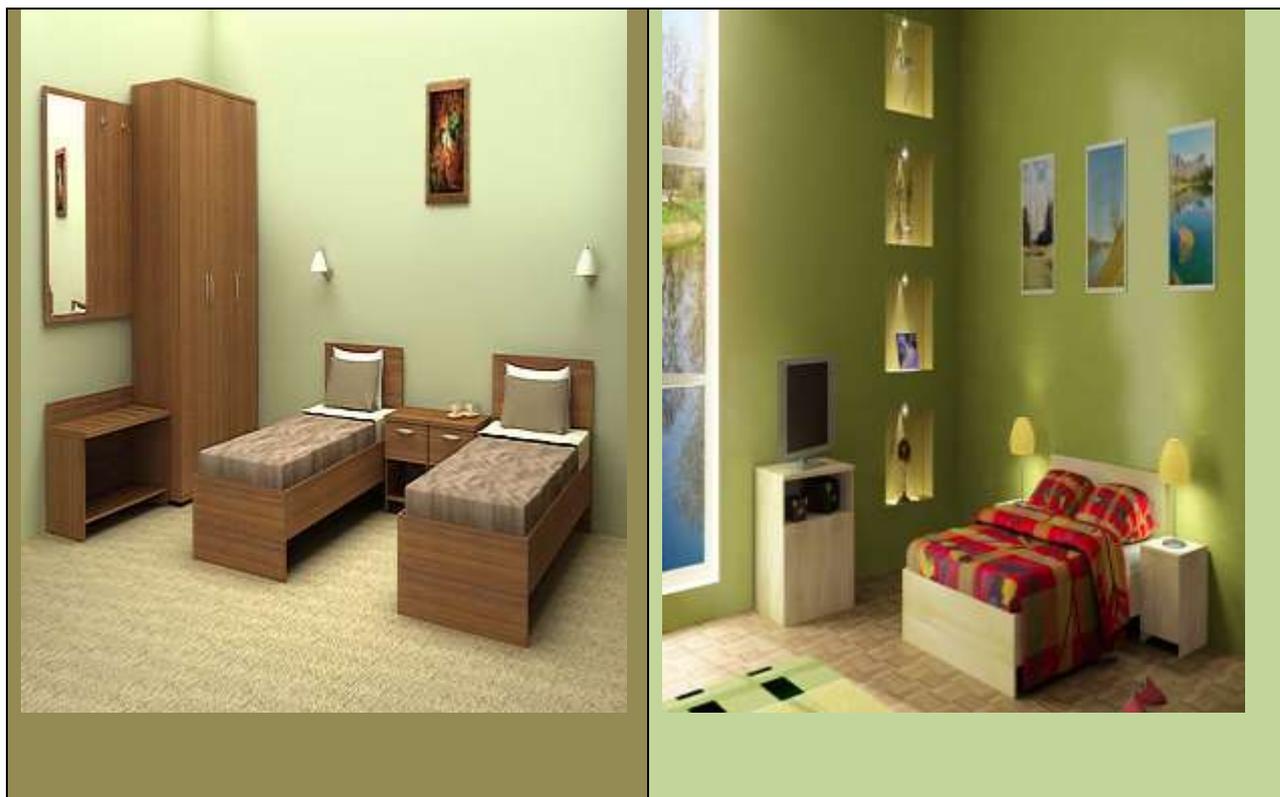


Рис.2.2. Дизайн гостиничных номеров.

В каждом гостиничном номере имеется шкаф для одежды, зеркало, люстра, бра, тумбочки. Рассмотрим подробнее категории номеров гостиницы «Виразж».

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 двухспальной 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 двухспальной 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 двухспальной 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.

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 «Вираж» 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. Сравнительный анализ конкурентов представлен в табл.2.3.

Данные табл.2.3 показывают, что в целом гостиница «Вираж» является конкурентоспособной гостиницей, применяет среднюю стратегию ценообразования; 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.

Таблица 2.3

Сравнительный анализ конкурентов и гостиницы «Виразж»

Показатели качества услуг	гостиница «Брянск»	гостиница Чернигов	гостиница «Виразж»
Комфортабельные номера высокого уровня	да	да	да
Предоставление дополнительных бесплатных услуг	да	нет	нет
Предоставление дополнительных платных услуг	да	да	нет
Ценовая политика	Высокие цены	Высокие цены	Средняя ценовая политика
Система скидок, льгот	да	нет	нет
сауна	нет	нет	да
косметический и массажный кабинет	да	нет	да
спортзал	нет	нет	да
солярий	нет	нет	да
конференц-зал	да	да	да
кабельное телевидение	да	да	да
кафе (завтрак для наших гостей бесплатно)	нет	нет	да
магазин	нет	нет	да
круглосуточная охраняемая стоянка	нет	да	да
автомойка	нет	нет	да
прокат автомобилей	нет	нет	да
Удобное географическое расположение гостиницы (в центре города)	да	да	нет

Недостатками гостиницы является то, что не предусмотрена накопительная система скидок для постоянных клиентов, неудобное географическое расположение гостиницы, другие гостиницы расположены в центре города, что позволяет привлекать больше посетителей. Также недостатки в ООО «Виразж»- не предоставляются дополнительные платные и бесплатные услуги.

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. Несмотря на множество преимуществ, гостиница «Виразж» имеет слабые стороны- неудобное географическое положение гостиницы, не предоставляются дополнительные платные и бесплатные услуги. Для повышения качества услуг и улучшения показателей деятельности организации необходимо рассмотреть мероприятия, направленные на совершенствование обслуживания потенциальных потребителей.

2.3. Пути повышения качества услуг и экономическая эффективность предложенных мероприятий на ООО «Виразж»

Для повышения конкурентоспособности и улучшения качества услуг гостиницы «Виразж» необходимо:

- повышать качество предоставляемых услуг, за счет дополнительных платных и бесплатных услуг);
- повышать уровень обслуживающего персонала;
- услуги гостиничного хозяйства предоставлять согласно государственным стандартам;
- вести активную рекламную деятельность в наиболее эффективных источниках информации;
- применять гибкую ценовую политику (предоставлять скидки постоянным клиентам);
- улучшать комфортность и привлекательность гостиницы.

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. [5]

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. [5]

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.

Таким образом, снижая цены на услуги, улучшая сервис гостиницы, внедрение дополнительных услуг, активная рекламная деятельность, повышение квалификации работников гостиницы, позволит организации так или иначе увеличить выручку и прибыльность организации ООО «Виразж». Какими будут темпы роста или прироста экономических показателей, сложно прогнозировать, так как прирост прибыли может составить как 1-2% в год, так и 10-30%. Это зависит от эффективности проведенных мероприятий. Тем не менее, если предположить, что мероприятия, направленные на улучшение качества услуг гостиницы повысят выручку на 1-2%, то будут достигнуты следующие результаты, табл.2.4.

Таблица 2.4

Экономическая эффективность до и после проведения мероприятий, направленных на улучшение качества услуг гостиницы «Виразж»

№ п/п	показатели	До проведения мероприятий	После проведения мероприятий	Отклонение	Темп роста, %
1	Выручка от реализации, тыс. руб.	364006	371286	+7280	102,00
2	Себестоимость от реализации, тыс. руб.	321272	327697	+6425	102,00
3	Валовая прибыль, тыс. руб.	42734	43589	+855	102,00

4	Прибыль от продаж, тыс. руб.	17882	18737	+855	104,8
5	Чистая прибыль, тыс. руб.	2687	3542	+855	131,8
6	Рентабельность продаж, %	4,91	5,05	+0,13	-

Данные табл.2.4. показывают, что после проведения мероприятий, произойдет улучшение всех экономических показателей. Возрастет выручка от продаж и чистая прибыль на 2% и 31,8% соответственно. Рентабельность продаж составит 5,05%, а это на 0,13% выше, по сравнению с началом анализируемого периода. Прирост чистой прибыли составит 855 тыс. руб., что следует оценить положительно.

Таким образом, проведение мероприятий целесообразно, предприятие ООО «Виразж» сможет повысить доходность, прибыльность, рентабельность, тем самым повысив свою конкурентоспособность на занимаемой нише.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

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

Проведенный анализ по предприятию ООО «Виразж» 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 и повышения качества услуг. 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 «Виразж» прибегает к средней стратегии ценообразования, т.к. средняя цена- это наиболее приемлемая цена для потребителей, она также исключает «войны цен». Гостиница «Виразж» 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. Гостиница «Виразж» предлагает своим гостям 27 номеров и может принять более 50 гостей одновременно.

Для улучшения сервисного обслуживания гостинице «Виразж» целесообразно будет оказывать дополнительные услуги:

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.

Для повышения качества услуг гостиницы необходимо также: повышение квалификации персонала, проводить тщательный отбор при приеме на работу в гостиницу, применять гибкую ценовую политику (предоставлять скидки постоянным клиентам), вести активную рекламную деятельность в наиболее эффективных источниках информации, постоянно повышать сервис предоставления услуг гостиницы.

Как и любому другому предприятию, гостинице приходится заботиться о повышении эффективности своей деятельности и повышении качества услуг. 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. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8 февраля 1998 г. N 14-ФЗ (принят ГД ФС РФ 14.01.1998)//с изменениями от 28 декабря 2010 г. N 409-ФЗ.
2. Антикризисное управление/под ред. Г.К. Таля, М.А. Федотовой.-М.: Инфра-М, 2009 г.
3. Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учеб. пособие / Г.А. Бондаренко. - М.: Новое знание, 2006. - 365 с.- (Экономическое образование).
4. Бежовец А.А. Линючева О.И.. Диагностика кризисного состояния предприятия: Учебно-методическое пособие. Барнаул.: Алтайский государственный университет, 2006. – 39 с.
5. Волов А.Б., Захаров А.В. и др. Информационно-аналитические материалы «Строим отель – стандарты, рекомендации, опыт», 2005 г. – 128 с.
6. 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.
7. Зайцева Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме: учебное пособие.- М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2007. - 368 с. – (Профессиональное образование).
8. Приказ Федерального агентства по туризму от 21.07.2005 г. № 86 «Система классификации гостиниц и других средств размещения».
9. Проценко С. Оценка удовлетворенности качеством услуги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.archive-online.ru/read/salespro/437>.
10. Савицкая, Г.А. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. А. Савицкая: Учебное пособие – 7-е изд. – М.: Новое здание, 2009.- 704 с.
11. Скляр, Е.Н. Современные проблемы маркетинга российских предприятий. Ч.2. Маркетинг / Е.Н. Скляр: Учеб.-практ. Пособие. – Брянск: БГТУ, 2003. – 353 с.
12. Снегирева, В.В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям / В.В. Снегирева. – СПб.: Питер, 2008. – 416 с.

13. Терещенко, В.М. Маркетинг: новые технологии в России / В.М. Терещенко – СПб: Питер, 2008 – 415 с.
14. 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.
15. Хершген, Х. Маркетинг: основы профессионального успеха / Х. Хершен – М.: ИНФРА – М, 2008. – 334с.
16. Шеремет, А. Д., Сайфулин Р. С., Негашев. Методика финансового анализа / А.Д. Шеремет - М.: ИНФРА - М, 2009. - 208 с.
17. Щиборщ, К.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий России / К.В. Щиборщ - М.: Дело и Сервис, 2009. - 320 с.
18. Экономика: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. / под ред. А.С. Булатова. – М.: Юристъ, 2008.- 896 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

