

Содержание:

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время индустрия гостеприимства является одним из основополагающих индикаторов, отражающих экономическое положение страны. Уровень развития данной отрасли напрямую зависит от успешности функционирования предприятий, оказывающих услуги временного проживания российским и иностранным гражданам. Отсюда можно сделать вывод о необходимости дальнейшего развития деятельности таких хозяйствующих субъектов, формирования их конкурентоспособности и развития сервисных услуг, способных удовлетворить постоянно меняющиеся потребности целевой аудитории.

Современный гостиничный комплекс России в настоящее время находится на стадии стремительного развития. Это подтверждается тем, что в регионах открываются или планируются к открытию новые гостиницы, ведутся масштабные работы по реконструкции и реновации уже существующих гостиничных комплексов, международные гостиничные сети расширяют свое присутствие не только в многонаселенных городах, но и в отдаленных регионах России. Кроме того, в последние годы на территории РФ стали появляться и уверенно развиваться российские гостиничные сети, предоставляющие своим гостям высокий уровень сервиса, соответствующий международным стандартам.

Главной целью деятельности современного гостиничного предприятия является удовлетворение потребностей своего клиента посредством предоставления качественных услуг. Это определяет эффективность деятельности гостиницы в современных условиях обострённой конкуренции. Не стоит также забывать, что качество оказания гостиничных услуг начинается с грамотно организованной внутренней среды, иерархичности системы управления, системы распределения ресурсов и т.д.

Предмет исследования – особенности организации продаж гостиничного продукта.

Объект исследования – гостиница «Базилик».

Целью курсовой работы является изучение опыта организации продаж гостиничного продукта на примере гостиницы «Базилик».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- провести теоретический анализ гостиничного продукта;
- изучить организацию продаж гостиничного продукта на примере гостиницы «Базилик».

Теоретическую основу исследования составили научные труды российских и зарубежных исследователей, посвященные раскрытию особенностей организации деятельности современных предприятий, реализующих свою деятельность в индустрии гостеприимства. К их числу относится М.С. Бадмаева, Дж. Уокер, Л.В. Баумгартен, Л.Э. Глаголева, Р.Я. Вакуленко, О.В. Закарян, А.Л. Лесник, А.А. Никифорова и др.

Информационной базой исследования послужили нормативно-правовые акты, теоретические материалы, учебные пособия, статьи современных периодических изданий, труды современных научных деятелей, статистические данные, опубликованные в открытом доступе, а также Интернет-ресурсы.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка.

1. Теоретический анализ гостиничного продукта

1.1. Главные характеристики гостиничного продукта

Ассортимент услуг, предоставляемых гостиницами, очень разнообразен: это и услуги по временному размещению (проживанию), услуги общественного питания, парикмахерские услуги, услуги салонов красоты, сауна и т.д.

Сегодня, не выходя из гостиницы, можно постричься в парикмахерской, сходить в сауну или поиграть в бильярд. И хотя основную часть выручки гостиницы составляет плата за проживание, так называемые дополнительные услуги также приносят предприятию немалый доход[1].

При этом услуги размещения рассматриваются в качестве специфического гостиничного продукта, который покупается посредством сделок, не

подразумевающих владение, а только доступ к нему и его использование в определенное время и в определенном месте.

Гостиничные услуги можно охарактеризовать следующими качествами[18, с.96]:

1. Производство и потребление услуги одновременны.

Оказание данных услуг требует активного участия, как потребителя, так и исполнителя, причем осуществление этой услуги происходит на территории последнего. Персонал, производящий услуги, имеет непосредственный контакт с потребителем, и он рассматривает его как неотделимую часть самой услуги. В практике мы и сами не раз оценивали качество гостиницы в значительной степени поведением персонала.

1. Невозможность хранения.

Если услуга размещения не реализована в определенный день, то потенциальный доход от такой услуги потерян, то есть производство услуги зафиксировано во времени и пространстве[17].

Иначе говоря, гостиничный продукт рассчитан на удовлетворение реальных потребностей, имеющих в данный момент.

3. Гостиничный продукт (как и любая другая услуга) неосязаем. Его нельзя оценить, до того как такая услуга потреблена.

4. Сезонность.

Гостиничные услуги подвержены сезонным колебаниям. Так, например, большинство туристов отдыхают в летние месяцы, следовательно, и спрос на услуги гостиниц в этот период значительно возрастает.

5. Взаимозависимость.

На реализацию гостиничного продукта значительное влияние оказывают действия туроператоров и турагентов, ведь гостиничный бизнес очень тесно связан именно с туристической деятельностью[1].

6. Высокий уровень фиксированных затрат при относительно низком уровне переменных затрат.

- капитальные затраты;
- ремонт оборудования

- расходы на коммунальные услуги;
- страховка;
- заработная плата постоянного персонала
- расходы на рекламу и административные затраты;

Как правило, данные затраты являются ежегодными, и не зависят от количества клиентов за год.

1. Услуга – процесс, протекающий во времени.

Специфика гостиниц состоит в том, что проблемные вопросы производства должны решаться максимально быстро. В современных условиях клиенты требуют быстрого обслуживания, время предоставления ряда услуг измеряется не продолжительным периодом, а часами и даже минутами.

1.2. Виды гостиничных услуг

Согласно ГОСТ Р 50645-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание.

Классификация гостиниц», гостиница – предприятие, предназначенное для временного проживания. Основное отличие гостиничных и аналогичных средств размещения от специализированных состоит в том, что специализированные предприятия, помимо услуг по размещению отдыхающих, могут предложить потребителю дополнительные услуги в виде лечения, оздоровления, реабилитации, уникальные туристские (охота, рыбалка) и спортивные услуги. Большинство гостиничных и аналогичных предприятий предлагают, как правило, стандартный комплекс услуг по приему, размещению, питанию туристов, организации досуга и отдыха, информационному обеспечению и прочему сервисному обслуживанию их пребывания.

Таблица 1

Номенклатура гостиничных услуг

№ п/п Наименование

1 2

1. Проживание в номерах
2. Питание
 - 2.1. Ресторанные услуги
 - 2.2. Минибары в номерах
 - 2.3. Обслуживание в номерах
 - 2.4. Кафе/бары
3. Бытовые услуги и услуги проката
 - 3.1. Прокат оборудования
 - 3.2. Услуги социально-бытового назначения
4. Услуги лечебно-оздоровительного характера
 - 4.1. Спортзалы и тренажеры
 - 4.2. Диагностические исследования
 - 4.3. Аппаратная физиотерапия и бальнеогрязелечение
 - 4.4. Косметические услуги и салоны красоты
5. Транспортные услуги

6. Экскурсионные услуги

7. Досуг и анимационные услуги

Принято считать, что функционирование гостиничного хозяйства не несет выраженного социального эффекта и ориентированно исключительно на экономический аспект деятельности. Однако, он реализует свое общественно-экономическое назначение, обеспечивая жилищно-коммунальными, бытовыми и сервисными услугами туристов, путешественников, не связанных с целями туризма, а так же местное население[12, с.77].

По данным Росстата, с 1995 года по 2013 год иностранный туризм в Россию вырос на 27 %: число иностранных туристов увеличилось с 1,8 до 2,3 млн человек в год[2][3] В 2013 году лидером по количеству туристов, приезжающих в Россию, является Германия, второе место занимает Китай, а третье — США. Данные Росстата говорят о том, что въездной поток в Россию в последнее время увеличивается, прежде всего, за счет Китая, показавшего в 2013 году самый большой рост — 48 %[4]. При этом общее число иностранцев, посетивших страну с разными целями, в 2013 году составило 24,9 млн, что на 11 % больше, чем годом ранее[5]. Внутренний туризм в России превышает въездной: так, в 2012 году количество внутренних туристов равнялось 32 миллионам человек, однако его рост в последнее время замедлился.

По данным министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ доля туристической отрасли в общем объеме ВВП России по итогам 2012 года составила 3 %, с учетом смежных отраслей — 6,5 %[6].

В настоящий момент отечественные гостиницы не могут соревноваться в качестве с зарубежными конкурентами, так как из 4000 гостиниц 70 % по качеству обслуживания не подпадают ни под одну из ныне существующих категорий. Очень мало городов, на территории которых располагаются гостиницы, которые могли бы удовлетворить высокие потребности граждан, привыкших к комфорту.

Как ни прискорбно, но в России очень мало гостиниц, которые соответствовали бы трем звездам. Формально, конечно, такие гостиницы существуют, но реально им далеко до трехзвездочных европейских гостиниц.

Для того чтобы дать толчок российскому гостиничному бизнесу, необходимо наладить взаимодействие между гостиницами и туроператорами. В настоящий момент между ними очень много разногласий и взаимных претензий, в основном по поводу договорной дисциплины.

На отечественный рынок гостиничных услуг проникают международные сетевые компании. Это связано с нехваткой опыта отечественных компаний в этой сфере. Международные компании выкупают уже построенные гостиницы, поглощают конкурентов, строят новые объекты на свои средства и по своим технологиям.

Для инвесторов московский рынок является наиболее перспективным. За одно полугодие каждый московский гостиничный номер приносит его владельцу примерно €149 чистой прибыли. Всего в российской столице около 34.4 тысяч гостиничных номеров. 8% приходится на гостиницы категории «5 звезд», 18% - на «4 звезды», 28% - на «2 звезды», 40% - на «3 звезды». Гостиницы высшей категории занимают хоть и небольшую, но существенную часть рынка.

В настоящее время основной проблемой данного бизнеса является дефицит квалифицированных кадров. В России резервы подготовленных работников отсутствуют, а для качественного обучения неопытных сотрудников требуется большое количество времени. Работа неквалифицированного гостиничного персонала приводит к убыткам в данной отрасли.

Например, горничная, имеющая высокую квалификацию, может больше на 60% убрать номеров в течение дня, чем стажер без опыта.

Гостиничная система — это система гостеприимства и традиций, которые сложились уже в древности, это уважение гостя. Сегодня в гостиничную индустрию включают предоставление услуг и организацию кратковременного проживания в мотелях, гостиницах за вознаграждение. Гостиничная индустрия представляет собой важный сегмент туристического бизнеса. Для привлечения туристов требуется обеспечение привлекательного инвестиционного климата, развитие рекламы, а также организация индустрии досуга.

Гостиничный бизнес обладает очень большим потенциалом развития. Сейчас в России функционируют гостиницы с самым различным уровнем. Большинство из них не уступает даже лучшим гостиницам мирового уровня. Но гостиничный бизнес, в целом, в России еще не полностью сформировался. Недостаток 2-3-звездочных гостиниц не дает возможность принимать гостей с небольшими финансовыми возможностями[6].

Большую роль сейчас отводят дополнительному сервису и развлечениям. В результате чего в России ведут активное строительство разнообразных развлекательных центров.

Большинство специалистов данной отрасли утверждают, что у российского гостиничного бизнеса очень большой потенциал. И при сотрудничестве правительства страны с гостиничными предприятиями и зарубежными инвесторами данный сектор экономики будет интенсивно развиваться.

Услуга – это деятельность исполнителя по удовлетворению потребности потребителя. По функциональному назначению услуги, оказываемые населению, подразделяются на материальные и социально-культурные. Материальная услуга – это услуга по удовлетворению материально-бытовых потребностей потребителя услуг. Материальная услуга обеспечивает восстановление (изменение, сохранение) потребительских свойств изделий или изготовление новых изделий по заказам граждан, а также перемещение грузов и людей; создание условий для потребления. В частности, к материальным услугам могут быть отнесены бытовые услуги, связанные с ремонтом и изготовлением изделий, жилищно-коммунальные услуги, услуги общественного питания, услуги транспорта и пр. Социально-культурная услуга – это услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержание нормальной жизнедеятельности потребителя. Социально-культурная услуга обеспечивает поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионального мастерства. К социально-культурным услугам могут быть отнесены медицинские услуги, услуги культуры, туризма, образования и прочие, в том числе и гостиничные услуги[2].

Показателем предоставляемых услуг является категория гостиницы. 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.

За дополнительную плату гостям могут быть предоставлены следующие виды услуг:

- вызов такси.

1.3. Работа службы дополнительных и сопутствующих услуг

Большинство современных гостиниц — это развитые комплексы, предлагающие потребителям разнообразные услуги. Ассортимент услуг для средств размещения разных категорий приведен в «Системе классификации гостиниц и других средств размещения».

Как правило, организация дополнительных услуг предполагает создание самостоятельных служб для каждого их вида.

Платные дополнительные услуги (ПДУ) подразделяются[7]:

на коммунально-бытовые (стирка, химчистка, глажение и мелкий ремонт одежды, чистка и ремонт обуви, часов, чемоданов, снаряжения, хранение багажа, ценностей в сейфе администрации, индивидуальных сейфах);

посреднические (бронирование мест в ресторанах, билетов на различные виды транспорта, вызов такси, заказ билетов в театры, кинотеатры и др.);

автосервисные (автостоянка, гараж, мелкий ремонт транспортных средств);

бизнес;

туристские (экскурсионные);

спортивно-оздоровительные;

питания;

медицинские;

почтовые.

Материально-техническое обеспечение гостиницы, перечень и качество предоставляемых услуг должны соответствовать требованиям присвоенной ей категории. Гостиницы, производящие самостоятельно дополнительные услуги, соответственно располагают многочисленным и разнообразным по профессиям персоналом.

Это кроме основного медицинские работники, парикмахеры, инструкторы физкультуры и др. Традиционные помещения и сооружения в таких гостиницах дополняются спортивными залами, саунами, гаражами, конференц-залами и др.

Ассортимент ПДУ зависит от класса, назначения гостиницы, ее местоположения. В соответствии с этим конкретно определяется, какие из ПДУ могут быть произведены в гостинице, а какие оказаны другими организациями и предприятиями.

Некоторые услуги — пляж, бассейн, тренажерный зал и др. — оплачиваются перед использованием, другие — питание, телефонные переговоры и т.д. — после их оказания.

Документирование ПДУ производится на основании прейскуранта цен. Приказом Министерства финансов РФ от 13.12.1993 г. № 121 утверждены типовые формы 12-Г «Квитанция № на предоставление дополнительных платных услуг» и 11-Г «Автостоянка». Квитанции выписываются в двух экземплярах (первый предоставляется в бухгалтерию, второй — плательщику) и являются бланками строгой отчетности. Их выписывает персонал, предоставляющий услуги, при

взимании платы. На предприятиях питания выписывается счет. Если услуга оплачивается через центральную кассу (в службе приема), счет может быть выписан по типовой форме З-Г или З-ГМ. Все услуги регистрируются в специальных журналах. Форма записей в них определяется самой гостиницей. Например, в журнале регистрации коммунально-бытовых услуг на этаже возможна такая форма записи: 1) дата, 2) номер комнаты, 3) вид услуги, 4) ее стоимость, 5) количество, 6) сумма, 7) номер квитанции, 8) подпись работника, оказавшего услугу, 9) подпись бухгалтера.

Все денежные суммы сдаются старшему кассиру, при этом составляется отчет.

В обязательном порядке в службе приема и размещения в удобном для обозрения месте должна располагаться следующая информация:

перечень и цена дополнительных платных услуг;

извлечения из государственного стандарта, устанавливающего требования в области оказания услуг;

перечень услуг, входящих в цену номера;

сведения о форме и порядке оплаты услуг.

В гостиничном обслуживании чем дороже номер, тем больше бесплатных дополнительных услуг может быть оказано постояльцу. В некоторых престижных гостиницах предоставляется возможность бесплатно пользоваться тренажерным залом, в стоимость номера включается завтрак.

В обслуживании проживающих принимают участие предприятия, арендующие помещения в гостиницах. Это могут быть отделение банка, магазины, рестораны, кафе.

Взаимоотношения сторон строятся на основе договоров, соответствующих ГК РФ.

Аренда (глава 34 ГК РФ) — это договор имущественного найма. Арендодатель (наймодатель) обязуется предоставить арендатору (нанимателю) имущество за плату во временное владение и пользование или во временное пользование. Продукция и доходы являются собственностью арендатора.

В аренду могут быть переданы земельные участки, предприятия, здания, оборудование, транспортные средства. Если в договоре аренды отсутствуют данные о передаваемом в аренду имуществе, он считается недействительным.

Арендодателем может быть собственник имущества, а также лица, уполномоченные законом или собственником сдавать имущество в аренду.

Договор аренды недвижимого имущества заключается в письменной форме. Договор аренды недвижимого имущества подлежит государственной регистрации[17, с.47].

Если срок договора аренды не определен, каждая из сторон вправе в любое время отказаться от него, предупредив об этом другую сторону за один месяц, а в случае недвижимого имущества — за три месяца. Арендатор обязан своевременно вносить плату за пользование имуществом в виде:

суммы платежей, вносимых периодически или единовременно;

установленной доли полученных в результате аренды имущества продукции или доходов;

предоставления арендатором определенных услуг.

В обслуживании клиентов могут принимать участие организации, не находящиеся в здании гостиницы (прачечные, химчистки, ремонтные мастерские, транспортные предприятия, туристские фирмы, страховые компании). Они выполняют заказы гостиницы вне очереди. Чтобы обеспечить срочное и высококачественное выполнение услуг, необходимо предварительно изучить и уточнить все условия их предоставления с предприятием-поставщиком и заключить с ним договор, в котором, кроме объема и ассортимента ПДУ, конкретизировать сроки выполнения услуг по видам.

Работники гостиницы являются посредниками между исполнителем и заказчиком, и на них ложится ответственность за своевременное исполнение заказа. Доставкой занимаются курьеры или посыльные. При оформлении заказа работники гостиницы должны учитывать дату выезда проживающего. Эти услуги предоставляет бюро обслуживания или сотрудники службы номерного фонда.

Бюро обслуживания (сервис-бюро)

Бюро обслуживания (сервис-бюро) входит в состав службы приема и размещения или является самостоятельной структурой, находится в зоне вестибюля. Сервис-бюро обеспечивает проживающих в гостинице необходимой информацией, организует предоставление дополнительных услуг. Его сотрудники выполняют обязанности переводчиков, организуют экскурсии и другие мероприятия,

осуществляют деловые связи с различными службами гостиницы.

В штатный состав сервис-бюро могут включаться швейцары, подносчики багажа, курьеры, консьержи. Организацию работы службы определяет администрация гостиницы[20, с.65].

Сервис-бюро оказывает следующие услуги:

информирование гостей;

организацию трансфера;

транспортное обслуживание (аренда автомобилей);

медицинское страхование;

бронирование гостиниц;

работу переводчиков и сопровождающих;

экскурсионное обслуживание, посещение музеев и выставок;

доставку железнодорожных и авиабилетов;

заказ столиков в кафе и ресторанах;

обеспечение билетами на культурные и развлекательные мероприятия;

помощь иностранным гражданам в получении российской визы;

обслуживание особых гостей, в том числе организация встреч и проводов гостей в VIP-залах аэропортов.

Режим работы сервис-бюро определяет администрация.

Экскурсионные услуги

В соответствии с «Системой классификации гостиниц и других средств размещения» четырех и пятизвездочные гостиницы предоставляют экскурсии, услуги гидов-переводчиков. Экскурсия может быть предложена и непосредственно гостиницей с оплатой на месте. Часто через гостиницу экскурсионные услуги оказывают туристские фирмы, заключившие соответствующие договоры. Владельцы гостиницы могут открыть или приобрести собственную туристскую фирму.

Сегодня большее количество гостиниц Москвы ориентируется на бизнес-клиентов. Например, гостиница «Космос» располагает номерным фондом в 1777 номеров (1579 стандартных, 37 люксов и полулюксов, 6 апартаментов, 1 номер VIP и 154 номера «Космос Клуб»), расположенных на 25 этажах общей площадью 106 113 кв.м. На территории гостиницы расположено 6 ресторанов, несколько кафе и баров, крупный спортивный комплекс с крытым бассейном в 240 кв. м, 7 банкетных залов, казино, ночной клуб, бизнес-центр, включающий в себя 7 конференц-залов, а также 1300 кв. м выставочных площадей. В инфраструктуре гостиничного комплекса «Космос» гостям предлагаются услуги медицинского центра, салона красоты, парикмахерской, прачечной, химчистки, а также организации трансферов, в том числе и в/из аэропортов Шереметьево, Домодедово, Внуково, которые расположены недалеко от гостиницы «Космос». Кроме того, «Космос» как гостиница международного уровня, имеет вместительный киноконцертный комплекс, удовлетворяющий высоким требованиям качества светозвуковой аппаратуры, и именно поэтому на базе гостиницы часто проводятся мероприятия всероссийского масштаба[19, с.130].

Бизнес-центры и конференц-залы

Бизнес-центры обязательны в четырех- и пятизвездочных гостиницах. Бизнес-центры предоставляют следующие услуги: машинопись, копирование документов, услуги секретаря, стенографиста, переводчика, посыльного, предоставляют в пользование (самостоятельное или с участием обслуживающего персонала) компьютеры, электронные средства связи, видео- и аудиооборудование.

Персонал бизнес-центра организует деловые переговоры, совещания, семинары, банкеты, презентации, юбилеи.

Один из составных элементов гостиничного бизнеса — конгрессный и выставочный. Гостиницы предлагают площади для проведения широкомасштабных деловых мероприятий и выставок.

Крупные конгресс-центры имеют в своем составе несколько структурных подразделений, которыми руководят исполнительные директора по коммерции и маркетингу, обслуживанию мероприятий.

При организации выставки работа идет по следующим направлениям: предоставление необходимых площадей, размещение демонстрационных стендов, оказание технических услуг, принятие мер безопасности, монтаж и демонтаж стендов.

Посредников между клиентами и другими структурными подразделениями называют координаторами. Они принимают необходимые меры, чтобы все пожелания клиентов были исполнены. Координаторы подчинены исполнительному директору по обслуживанию мероприятий в конгресс-центре[17, с.102].

Транспортные услуги гостиницы

Организация-перевозчик обязана предоставить услуги по перевозке любому обратившемуся к ней гражданину, не имеет права оказывать предпочтение кому-либо из потенциальных клиентов при заключении договора. Цена услуг должна быть одинакова для всех. Скидки и льготы устанавливаются не для конкретных граждан, а для определенных категорий потребителей.

Перевозка — это перемещение пассажира, багажа или груза различными видами транспорта на основании заключенного договора. Перевозчик обязуется доставить пассажира и его багаж в пункт назначения и выдать багаж пассажиру или уполномоченному лицу. Пассажир принимает на себя обязательство уплатить установленную плату за проезд и провоз багажа (при сдаче багажа).

Гостиницы предоставляют следующие виды транспортных услуг:

организация встречи и проводов в аэропорту, на вокзале и др. — четырех- и пятизвездочные гостиницы;

вызов такси — трех-, четырех-, пятизвездочные гостиницы;

аренду (прокат) автомашины гостиницы — четырех- и пятизвездочные гостиницы;

парковку (персоналом гостиницы) и подачу из гаража (со стоянки) к подъезду автомобиля гостя — пятизвездочные гостиницы;

бронирование или продажу билетов на различные виды транспорта — четырех- и пятизвездочные гостиницы.

Названные услуги предоставляются как автотранспортом гостиницы, так и арендуемым в автотранспортном предприятии.

Гаражная служба чаще всего имеется в гостиницах, расположенных в центре города, где места для парковки в дефиците. Ее работник встречает подъезжающих на автомобилях гостей, открывает дверь автомобиля, помогает выгрузить и разместить багаж на тележке, отвечает за безопасность транспортного средства.

В гараже и на автостоянке взимается оплата за предоставленные услуги. При этом оформляется квитанция типовой формы 11-Г. Многие гостиницы передают полномочия по оказанию таких услуг частной фирме, отвечающей за работу автостоянки. Тогда эта фирма несет ответственность за стоянку автомобиля гостя, ее персонал обслуживает стоянку.

Услуги по вызову такси могут оказывать дежурные администраторы, информаторы, сотрудники сервис-бюро, консьержи. В некоторых гостиницах такую услугу предоставляют бесплатно.

Бронированием билетов на различные виды транспорта занимается персонал службы приема или бюро обслуживания, некоторые гостиницы организуют офисы предварительной продажи билетов или предоставляют возможность аренды помещений вестибюльной группы представительствам авиакомпаний[20, с.67].

Оказание торговых и других услуг

В гостинице могут быть расположены магазины сувениров, парфюмерии и косметики, ювелирные, торговые, в том числе аптечные киоски. Магазины и торговые киоски обязательны в четырех и пятизвездочных гостиницах. В магазинах сувениров традиционно предлагают изделия народных художественных промыслов: роспись по дереву, художественные изделия из металла, кружева, узорные ткани, строчевышивальные, ювелирные и другие изделия. Юридические и физические лица осуществляют оптовую или розничную торговлю изделиями народных художественных промыслов в соответствии с Федеральным законом от 06.01.1999 г. № 7-ФЗ «О народных художественных промыслах».

Многие гостиницы организуют выставку-продажу декоративных панно, скульптур, картин, графики, художественных фотографий, фресок, игрушек, аксессуаров, в то же время используя их как детали интерьера.

Курортные и спортивно-туристские гостиницы имеют магазины, торгующие спортивным снаряжением, в том числе для рыбалки, охоты, подводного плавания, яхтинга, рафтинга (сплав на плотках по рекам) и др. Мотели и гостиницы для автотуристов могут иметь магазины автотоваров.

В мире еще много гостиниц, которые удивляют своим сервисом. Например: Бразильский отель Hilton Sao Paulo Morumbi привлекает своих гостей возможностью использования «воздушного такси». Так, постояльцы отеля за некоторую сумму денег будут доставлены в любую точку города и даже страны на вертолете. Несмотря на внушительную стоимость такой прогулки, ощущения после нее

остаются незабываемые.

Вашингтонский отель Fitzpatrick Hotel привлекает постояльцев с маленькими детьми, предоставляя для проживания комнаты, не только оборудованные стандартной мебелью, но и предметами интерьера в миниатюре. Каждому ребенку нравятся такие «сказочные» комнаты и малыши с удовольствием проводят там время, давая возможность отдохнуть своим родителям.

А во Флоренции администрация отеля Palazzo Magnani Ferroni заранее уточнит у клиентов их ароматические предпочтения. Когда гости отеля въедут в свой номер, в воздухе будет витать их любимый аромат.

2. Анализ организация продаж гостиничного продукта на примере гостиницы «Базилик»

2.1. Организационно-экономическая характеристика гостиницы «Базилик»

Гостиница «Базилик» характеризуется как комфортабельный мини-отель, расположенный в центре старинного русского города Елец, осуществляющий деятельность по предоставлению услуг временного проживания с 2013 года. Юридический и фактический адрес гостиницы: Россия, Липецкая обл., г. Елец, ул. Мира, 88/17.

Часы работы гостиницы «Базилик»: круглосуточно. Заезд в гостиницу - с 14:00, а отъезд - до 12:00.

Гостиницу «Базилик» отличает довольно выгодное территориальное месторасположение: она находится в центре города Елец, в его историческом, культурном и деловом центре, который прекрасно сочетает в себе деловую активность, сферу развлечений и спокойную размеренную жизнь. В пределах 10 минут ходьбы открыты разнообразные кафе и рестораны. Кроме того, гостиница «Базилик» находится в 5 минутах ходьбы от Литературно-мемориального музея И.А. Бунина и в 400 метрах от площади Ленина в центре города. Расстояние до железнодорожного вокзала Ельца составляет 3 км, а до аэропорта Липецка - 95 км.

Организационная структура гостиницы «Базилик» - линейно функциональная. Во главе управления стоит директор, в прямом подчинении которого находятся управляющий и главный бухгалтер. В свою очередь, управляющему подчинены администраторы, горничные, мастер по ремонту и охранники. Схематично организационная структура мини-отеля «Базилик» представлена на рисунке 1.

Директор

Главный бухгалтер

Управляющий

Администратор

Горничные

Мастер по ремонту

Охранник

Рисунок 1 – Организационная структура мини-отеля «Базилик»

Уставной капитал ООО «Базилик» составляет 10 000руб. Для анализа финансовых результатов исследуемого предприятия необходимо провести исследование уровня и динамики показателей прибыли, используя данные бухгалтерской отчетности организации по форме № 2 «Отчет о финансовых результатах» (таблица 2) [7].

Таблица 2

Анализ финансовых результатов ООО «Базилик Елец» за период с 2017 по 2018гг., тыс. руб.

Наименование показателя	Код	2017г.	2018г.	Отклонение	Темп изменения, %
Выручка	2110	17526	19120	1594	109,1
Себестоимость продаж	2120	10842	11862	1020	109,4

Валовая прибыль	2100 6 684	7 258	574	108,6
Коммерческие расходы	2210 3061	3109	48	101,6
Прибыль (убыток) от продаж	2200 3 623	4 149	526	114,5
Прочие доходы	2340 1 063	1 384	321	130,2
Прочие расходы	2350 1455	1693	238	116,4
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300 4 686	5 533	847	118,1
Текущий налог на прибыль	2410 1125	1328	203,3	118,1
Чистая прибыль (убыток)	2400 1043	1128	85	108,1

Исходя из данных, представленных в таблице 1, можно проследить динамику увеличения показателя выручки гостиницы «Базилик» на 1594 тыс. руб. Кроме того, за период с 2017 по 2018гг. увеличились и такие показатели, как валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения, чистая прибыль.

Для проведения оценки финансового состояния ООО «Базилик Елец» составим аналитический баланс, на основе данных бухгалтерского баланса, представленного в табл 3.

Таблица 3

Анализ имущественного положения ООО «Базилик Елец» за период с 2017 по 2018гг., тыс. руб.

Статья	Абсолютное значение, тыс. руб.	Уд. вес в итоге, %	Отклонение 2018г. от 2017г. (+;-)
--------	--------------------------------	--------------------	-----------------------------------

2017	2018	2017	2018		
Внеоборотные активы	273	206	10,3	7,0	-67
Оборотные активы	2374	2757	89,7	93,0	383
Всего активов	2647	2963	100,0	100,0	316
Капитал и резервы	1053	1148	39,8	38,7	95
Долгосрочные обязательства	0	0	0,0	0,0	0
Краткосрочные обязательства	1594	1815	60,2	61,3	221
Всего пассивов	2647	2963	100,0	100,0	316

Основываясь на данных таблицы 3, необходимо отметить, что наибольший удельный вес в структуре активов ООО «Базилик Елец» принадлежит оборотным активам. За период с 2017 по 2018гг. указанный показатель продемонстрировал снижение на 383 тыс. руб.

В целом, показатель активов ООО «Базилик Елец» демонстрирует тенденцию к увеличению абсолютный прирост за период с 2017 по 2018гг. составил 316 тыс. руб. (+12%).

Далее охарактеризуем динамику обязательств ООО «Базилик Елец». В 2018 году такой показатель, как капитал и резервы продемонстрировал тенденцию к росту и составил 1148 тыс. руб., что на 9% больше аналогичного показателя 2017 года. Рост указанного показателя связан с ростом нераспределённой прибыли гостиничного предприятия.

Для ООО «Базилик Елец» характерно отсутствие долгосрочных обязательств, что говорит об отсутствии задолженности перед внешними инвесторами и

кредиторами.

Последний показатель пассивов баланса ООО «Базилик», отражающий краткосрочные обязательства, за период с 2017 по 2018гг. продемонстрировал тенденцию к росту, составив в 2018 году 1815 тыс. руб., что в относительном выражении на 14% больше аналогичного показателя 2017 года. Увеличение рассматриваемого показателя связано с ростом заемных средств и кредиторской задолженности.

В целом финансово-экономические результаты деятельности ООО «Базилик» свидетельствуют об устойчивой эффективности его организационно-хозяйственной деятельности, об отсутствии сильной зависимости от внешних инвесторов и кредиторов, а также о наличии перспективы дальнейшего роста показателей выручки и чистой прибыли.

2.2. Виды и организация продаж гостиничного продукта ООО «Базилик»

Необходимо отметить, что рассматриваемое предприятие индустрии гостеприимства входит сеть мини-отелей «Базилик», которые в настоящий момент находятся в пяти городах Липецкой области: Липецк, Елец, Данков, Чаплыгин и Усмань.

По форме хозяйствования гостиница «Базилик» является обществом с ограниченной ответственностью. Согласно Уставу, гостиничное предприятие определяется как ООО «Базилик Елец». К основному виду его деятельности относится (55.10) деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания.

В настоящее время номерной фонд гостиницы «Базилик» включает 5 номеров, таких категорий, как «стандарт-одноместный», «стандарт-двухместный», «люкс-двухместный» и «стандарт-трехместный». Стоимость номеров мини-отеля «Базилик» варьируется от 1500 до 3000 руб. за сутки.

Стоит отметить, что все номера мини-отеля «Базилик» соответствуют необходимым требованиям для комфортного проживания людей разных возрастов и социальных статусов и требованиям ГОСТР51185-2008 «Туристические услуги. Средства размещения. Общие требования» [5]. Каждый из номеров имеет собственный интерьер, оформленный в классических теплых тонах, оснащен

высококачественной мебелью и современной сантехникой. В каждом номере есть кондиционер, собственная ванная комната, телевизор, звукоизоляция, фен и пр.

Помимо услуг временного проживания мини-отель «Базилик» предоставляет своим клиентам дополнительные услуги, в перечень которых входит:

- 1) предоставление услуг бесплатной парковки для гостей отеля, оборудованной системой видеонаблюдения;
- 2) предоставление услуг питания, а именно континентального завтрака стоимостью 150руб.;
- 3) вызов такси, который осуществляется администратором отеля по просьбе посетителя;
- 4) визовая поддержка, оказываемая на платной основе по предварительному запросу [13].

Кроме того, гости мини-отеля «Базилик» имеют возможность разместиться в любом из выбранных номеров с животным, весом до 25кг. Стоимость проживания с 1 домашним животным 500руб. за сутки. Помимо всего прочего, гостям гостиничного предприятия предоставляются услуги мультимедиа (доступ к беспроводной сети Wi-fi и высокоскоростному интернету).

К дополнительным сервисным услугам, предоставляемых гостям гостиницы «Базилик» относятся:

- трансфер (оплачивается отдельно);
- камера хранения багажа;
- ускоренная регистрация заезда/отъезда;
- услуги по глажению одежды (оплачивается отдельно);
- круглосуточная стойка регистрации [13].

Главной целью управления гостиницей «Базилик» является получение прибыли и удовлетворение потребностей населения в получении качественных услуг временного проживания. К ценностям системы управления относятся клиенты, сотрудники, репутация и рынок.

2.3. Оценка эффективности деятельности гостиницы «Базилик»

Для проведения оценки состояния и эффективности деятельности, осуществляемой современными предприятиями индустрии гостеприимства, как правило, используют ряд показателей, которые представляют собой совокупность определенных параметров их деятельности. В рамках текущего исследования к перечню показателей, необходимых для оценки эффективности деятельности гостиницы «Базилик», относятся:

1. Коэффициент востребованности (популярности) заведения.
2. Рентабельность продаж.
3. Показатель загруженности номерного фонда.

К одному из наиболее важных показателей эффективности деятельности предприятия, реагирующего свою деятельность в индустрии гостеприимства, относится коэффициент востребованности заведения. Данный показатель вычисляется как отношение числа гостей, посещающих заведение, к общей численности жителей района, умноженное на 100%. Так, численность жителей Елецкого района по состоянию на 01.01.2019г. составила 27326чел., а общее количество гостей мини-отеля «Базилик» за отчетный 2018 год составило 1026 чел. Соответственно, коэффициент востребованности предприятия равен 3,7%.

Необходимо отметить, что при полной и регулярной загруженности номерного фонда гостиницы (с учетом предоставления дополнительных спальных мест) максимально возможный коэффициент востребованности будет равен 15,11%. Соответственно, текущий коэффициент востребованности значительно ниже, чем максимально возможный, что с негативной стороны характеризует деятельность гостиницы «Базилик» и говорит о низком спросе на предоставляемые услуги.

Следующим показателем, характеризующим эффективность деятельности гостиницы «Базилик», является «рентабельность продаж». Он рассчитывается как отношение валовой прибыли к выручке предприятия, умноженное на 100%. При расчете рентабельности продаж гостиницы «Базилик» учитывается показатель валовой выручки за 2018г., равный 7258 тыс. руб. и показатель выручки за тот же период времени, который равен 19120тыс. руб. Соответственно, за 2018г. рентабельность продаж гостиничного предприятия равна 37,9%.

Далее произведем расчет ряда показателей, отражающих выручку гостиницы «Базилик», зависимую от загруженности номерного фонда. Для этого необходимо произвести расчет таких показателей, как показатель суточного дохода номерного фонда, показатель средней стоимости номера за сутки и показатель средней

стоимости номера за месяц.

Первоначально рассчитаем максимальное значение указанных выше показателей, а затем сопоставим полученные значения с фактическими показателями загрузки номерного фонда гостиницы «Базилик» за 2016г.

Для расчета показателя максимального суточного дохода номерного фонда гостиницы «Базилик», необходимо рассчитать общую стоимость за все номера в сутки. Максимально один и тот же номер можно сдать 1 раз за сутки. Следовательно, стоимость всех номеров, согласно актуальному прейскуранту, необходимо умножить на количество номеров данной категории и получить общее суммарное выражение. Итак, максимальная суточная стоимость номерного фонда гостиницы «Базилик» при его полной загрузке будет равна 11000руб.:

$$(1500*1)+(2000*2)+(2500*1)+(3000*1) = 11000\text{руб.}$$

Далее произведем расчет показателя максимальной средней стоимости номера за сутки, для чего показатель общей суточной стоимости номерного фонда гостиницы «Базилик» необходимо разделить на общее количество номеров:

$$11000/5=2200\text{руб.}$$

Соответственно, показатель максимальной средней стоимости одного номера за месяц будет равен 68200руб.

Далее произведем расчет фактических показателей загрузки номерного фонда гостиницы «Базилик». В качестве исходных данных будут выступать ежемесячные показатели выручки предприятия от продажи номеров и количества проданных номеров за тот же период времени (таблица 4).

Таблица 4

Показатели загрузки номерного фонда гостиницы «Базилик», 2018г.

Период	Выручка, тыс. руб.	Кол-во проданных номеров, шт.	Средняя выручка за один день, руб.	Выручка с одного номера за месяц, руб.	Средняя выручка с одного номера за день, руб.
Январь	1385	68	4467,7	20367,6	657

Февраль	990	50	3193,5	19800	638,7
Март	1335	65	4306,5	20538,5	662,5
Апрель	1200	61	3871,0	19672,1	634,6
Май	1195	61	3854,8	19590,2	631,9
Июнь	1430	71	4612,9	20140,8	649,7
Июль	1465	71	4725,8	20633,8	665,6
Август	1285	63	4145,2	20396,8	657,9
Сентябрь	1240	61	4000,0	20327,9	655,7
Октябрь	1280	63	4129,0	20317,5	655,4
Ноябрь	1670	80	5387,1	20875	673,4
Декабрь	1470	71	4741,9	20704,2	667,9

Как мы видим, исходя из данных, представленных в таблице 3, средний показатель месячной выручки гостиницы «Базилик» от продажи номерного фонда в 2018 составляет 4290руб. С учетом того, что показатель максимального суточного дохода номерного фонда гостиницы равен 11000руб., можно сделать вывод о том, что загруженность номерного фонда составляет 39% от максимально возможной.

Указанное выше заключение также подтверждается тем, что среднемесячный и среднесуточный показатели выручки гостиницы «Базилик» с одного номера в 2018 году на 70% ниже максимально возможных.

Исходя из представленных выше данных, можно сделать вывод о необходимости разработки ряда мероприятий, направленных на повышение эффективности деятельности гостиницы «Базилик» и привлечение большего количества клиентов.

2.4. Совершенствование деятельности по продаже туристического продукта гостиницы «Базилик»

Для повышения эффективности деятельности гостиницы «Базилик», прежде всего, необходимо расширить линейку предлагаемых дополнительных услуг.

С учётом того фактора, что исследуемый отель находится в центральной части г. Елец, где в доступной близости находится множество достопримечательностей, таких, как литературно-мемориальный музей И.А. Бунина, башня городских часов, дом-музей Елецкого кружева, различные архитектурные памятники, соборы и пр., рационально расширить имеющуюся линейку дополнительных услуг посредством предоставления клиентам туристических услуг. Как правило, гостиницы (отели), расположенные в таких районах принимают большое количество туристов, в том числе и иностранных. Соответственно для совершенствования деятельности гостиницы «Базилик» целесообразно сформировать экскурсионное бюро.

Экскурсионное бюро является источником дополнительного дохода для любого современного предприятия, реализующего деятельность в индустрии гостеприимства. В свою очередь, для гостиницы «Базилик» реализация такого мероприятия послужит перспективной возможностью для укрепления своих конкурентных позиций на внешнем рынке.

Для формирования туристического бюро в гостинице «Базилик», руководству нет необходимости заниматься работой по формированию собственных туристических маршрутов, приобретению выездных транспортных средств, оформлению и продаже страховочных талонов, отбору высококлассных экскурсоводов и т.п. В данном отношении рекомендуется заключить деловой договор уже с работающей турфирмой, к которой может быть отнесена «Роза ветров» или «Мир путешествий». Обе компании предлагают достаточно широкий выбор пешеходных и выездных экскурсий, которые способны заинтересовать туристов.

При налаживании деловых связей между гостиницей «Базилик» и туристической компанией («Роза ветров» или «Мир путешествий»), гостиничное предприятие выступает в роли продавца туристического продукта и получает прибыль в

качестве процента от его продажи.

Для обеспечения работы туристического бюро, штат гостиницы «Базилик» необходимо увеличить на 2 сотрудника, в профессиональные обязанности которых будет входить реклама, продвижение и продажа туристических туров. Работу туристического бюро рекомендуется организовать по ежедневному графику с 08:00 до 22:00. Соответственно, работа сотрудников должна быть организована посменно по графику 2/2. В каждой рабочей смене должны работать по 1 сотруднику.

Помимо формирования туристического бюро с целью расширения спектра дополнительных услуг, предлагаемых гостиницей «Базилик», а также для совершенствования её деятельности в целом, рекомендуется внедрить в практику предоставления услуг по уходу за детьми (услуги няни). Это позволит гостинице значительно расширить свою целевую аудиторию, привлечь новых клиентов и заслужить их лояльное отношение.

Для предоставления услуг по уходу за детьми руководству гостиницы «Базилик» также необходимо расширить организационно-штатную структуру на 2 штатные единицы. Ниже представлен перечень требований к сотрудникам гостиничного предприятия, в профессиональные обязанности которых будет входить качественное оказание услуг по уходу за детьми:

Требования к сотрудникам:

- высшее педагогическое образование;
- среднее медицинское образование;
- опыт работы с детьми (с группами детей) не менее 5 лет;
- наличие рекомендаций с прошлых мест работы;
- приветствуется знание иностранных языков.

Ценовая политика, ориентированная на формирование стоимости услуг по уходу за детьми в гостинице «Базилик», должна описаться на средние цены конкурентов. Соответственно, посещения ребенком группового занятия или развлекательного (игрового) мероприятия будет предоставляться бесплатно, а услуги няни обойдутся посетителям исследуемого гостиницы в 300руб. за 1 час работы.

И, наконец, последним мероприятием, способным усовершенствовать деятельность гостиницы «Базилик» и закрепить результат проведения предлагаемых выше мероприятий, является проведение мероприятий, направленных на расширение источников рекламной информации. В данном отношении рекомендуется провести работу по разработке контекстной и таргетированной рекламы, а также провести директ-мейл.

Контекстная реклама - тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление отображается пользователю в соответствии с содержанием, контекстом запрашиваемой web-страницы. При этом такая реклама действует избирательно и отображается тем пользователям сети Интернет, чьи интересы потенциально совпадают/пересекаются с тематикой рекламируемой услуги. Это повышает вероятность отклика потенциального клиента гостиницы «Базилик» на такое рекламное объявление.

В свою очередь, таргетированная реклама является аналогом контекстной рекламы, но отображается для пользователей социальных сетей «В контакте», «Instagram», «Facebook» и т.д. Пользуясь персональными данными пользователей социальных сетей, которые они заполняют самостоятельно при заведении учетной записи», рекламодатель определяет свою целевую аудиторию по гендерной принадлежности, месту проживания, месту работы, семейному положению, кругу интересов и т.д. При этом использование такой рекламы распространяется и на зарубежную аудиторию потенциальных клиентов.

Директ-мейл характеризуется как почтовая рассылка (email-рассылка), которая способна заинтересовать потенциального клиента гостиничного предприятия. Администраторы гостиницы «Базилик» могут периодически информировать клиентов о текущих предложениях предприятия, о нововведениях и прочих событиях, способных привлечь его внимание.

Соответственно, расширение источников рекламной компании гостиницы «Базилик» приведет к стимулированию сбыта услуг гостеприимства и туризма (актуально с учётом начала функционирования туристического бюро), увеличения продаж, формированию отложенного спроса, обеспечению прямой связи с клиентом и наличию высокой вероятности повторных продаж.

Таким образом, разработанные мероприятия позволят в значительной мере повысить эффективность деятельности гостиницы «Базилик», что говорит о необходимости их практической реализации в рамках организационно-хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение проделанной работы необходимо отметить, что в современных социально-экономических условиях индустрия гостеприимства является динамично развивающейся отраслью российской экономики, которая характеризуется как важный источник национального роста, повышения качества и уровня жизни. Современные предприятия, работающие по направлению предоставления населению услуг временного проживания, в совокупности представляют собой гостиничный комплекс нашей страны.

Требования к организации качественной и высокоэффективной деятельности современного гостиничного предприятия отличаются особой строгостью. В частности, это связано с регулярно нарастающей конкуренцией на внешнем рынке, что диктует необходимость использования инновационных методов обслуживания клиентов, предоставления им максимально качественных услуг с целью завоевания их доверия.

Для того, чтобы привлечь внимание целевой аудитории, закрепить конкурентные позиции на внешнем рынке и завоевать высокую рыночную долю, руководству гостиничных предприятий необходимо своевременно принимать эффективные управленческие решения, связанные с построением внутренней среды гостиницы и организацией системы управления. В частности, это касается ресурсного обеспечения гостиницы, системы управления персоналом, организации системы обслуживания клиентов, формирования спектра предлагаемых услуг и т.д.

В рамках текущего исследования был проведен анализ деятельности гостиницы «Базилик», оказывающей услуги временного проживания для гостей и жителей г. Елец и Елецкого района. Гостиница входит в сеть мини-отелей «Базилик», которая за последние годы получила широкое распространение на территории Липецкой области.

В настоящее время гостиницу «Базилик» отличает выгодное территориальное месторасположение, комфортабельный номерной фонд и наличие широкого спектра дополнительных услуг. С экономической точки зрения предприятие за последние 2 года реализации своей деятельности демонстрирует довольно устойчивые, имеющие тенденцию к росту, финансовые результаты. Имущественное положение гостиницы «Базилик» также характеризуется стабильностью и, что не менее важно, отсутствием сильной зависимости от внешних инвесторов и

кредиторов.

Несмотря на это, деятельность гостиницы «Базилик» на текущий момент характеризуется недостаточной эффективностью. Это подтверждается низким коэффициентом востребованности заведения и низкой загруженностью номерного фонда, что в значительной степени замедляет рост основных финансовых показателей её деятельности.

Для разрешения указанных выше проблем и повышения эффективности деятельности гостиницы «Базилик» в рамках исследования были разработаны и предложены в практической реализации следующие мероприятия:

1. Расширение перечня дополнительных услуг:

- формирование экскурсионного бюро;
- начало предоставления услуг по уходу за детьми.

2. Расширение каналов распространения рекламы:

- активизация контекстной и таргетированной рекламы;
- регулярная организация email-рассылок о текущих предложениях, нововведениях и новостях гостиницы.

При своевременной и качественной реализации всех, разработанных в ходе исследования, мероприятий руководство гостиницы «Базилик» сможет добиться укрепления конкурентных позиций на внешнем рынке, расширения имеющейся клиентской базы, формирования лояльного отношения со стороны потребителей. Как следствие, это приведет к повышению основных финансово-экономических показателей её деятельности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бадмаев М.С. Структура организации как важная составляющая стратегического планирования в гостиничном бизнесе // Развитие инструментов управления научной деятельностью: сборник статей международной научно-практической конференции: в 4 частях. 2017. - С. 14-17
2. Баумгартен Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия: учебник. / Л.В. Баумгартен. - М.: «Юрайт», 2015. - 338с.

3. Вакуленко Р.Я. Управление гостиничным предприятием: учебное пособие / Р.Я. Вакуленко, Е.А. Кочкурова. - М.: «Логос», 2012. - 320с.
4. Глаголева Л.Э. Технологии гостиничной деятельности: учебное пособие / Л.Э. Глаголева, И.В. Куксова. Воронеж ВГУИТ, 2016. - 112с.
5. ГОСТ Р 51185-2014 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовой и технической документации. - URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200114767>
6. ГОСТ Р 53423-2009 «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов» [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовой и технической документации. - URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200075998>
7. Ежеквартальный отчет ООО «Базилик Елец» за IV квартал 2016г. Утвержден директором ООО «Базилик Елец» на внеочередном собрании акционеров от 19.01.2017г. Протокол № О-003
8. Закарян О.В. Особенности управления гостиничным предприятием // Инновационная наука в современном мире: материалы Международной научно-практической конференции, 2016. - С. 114-117
9. Лесник А.Л. Гостиничный менеджмент: политика ценообразования и управления доходом: учебное пособие / А.Л. Лесник. - СПб.: ИЦ Интермедия, 2014. - 272с.
10. Медлик С. Гостиничный бизнес: учебник для вузов / пер. с англ. А.В. Павлова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 239с.
11. Морева С.Н. Основные тенденции развития индустрии гостеприимства в России / С.Н. Морева, Е.В. Зобова, Л.А. Яковлева // Социально-экономические явления и процессы. - 2017. - № 5. - С. 100-105
12. Никифорова А.А. Особенности организации внутренней среды гостиничного предприятия / А.А. Никифорова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. № 1, 2016. - С. 213-218
13. Официальный сайт гостиницы «Базилик Елец» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.gostinica-elets.ru/>
14. Полевая М.В. Психологические особенности личности современного руководителя гостиницы / М.В. Полевая // Формирование общекультурных и профессиональных компетенций финансиста: сборник трудов студентов, аспирантов и преподавателей Финансового университета при Правительстве РФ, 2015. - С. 78-80
15. Портал поиска предложений online-туризма и сопутствующих услуг [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.booking.com
16. Российский статистический ежегодник, 2017: Стат.сб. / Росстат. - М., 2017. - 686с.

17. Саак А.Э. Менеджмент в индустрии гостеприимства: учебное пособие / А.Э. Саак, М.В. Якименко. - СПб.: Питер, 2018. - 432с.
18. Сфиева З.Х. Особенности управления предприятием гостиничного бизнеса в современных условиях / З.Х. Сфиева // Общественные и гуманитарные науки. – 2015. - № 2 (31). - С. 23-27
19. Тхагалижокова Р.Т. Стратегическое управление гостиничным предприятием / Р.Т. Тхагалижокова // Актуальные вопросы экономических наук. – 2015. - № 46. - С. 130-133
20. Уокер Дж. Управление гостеприимством: учебник / Дж. Уокер. - М.: Юнити-Дана, 2018. - 880с.

Приложение 1

Бухгалтерский баланс

на	31 декабря	20	16	г.	Коды
Форма по ОКУД					0710001
Дата (число, месяц, год)					31 12 2018
Организация	Общество с ограниченной ответственностью «Базилик»				по ОКПО 86526335
Идентификационный номер налогоплательщика					ИНН 7733963257
Вид экономической деятельности					по ОКВЭД 55.10
Организационно-правовая форма/форма собственности					47 16
Общество с ограниченной ответственностью / Частная					

Единица измерения: в тыс. руб.

по ОКЕИ 384

Местонахождение (адрес): Липецкая обл., г. Елец, ул. Мира, 88/17

		На 31	На 31
		декабря	декабря
Пояснения	Наименование показателя	20 18 г.	20 17 г.
АКТИВ			
т.1.1	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ		
п.15	Нематериальные активы	-	-
т.1.4	Результаты исследований и разработок	-	-
п.16	Нематериальные поисковые активы	-	-
п. 16	Материальные поисковые активы	-	-
п. 17	Основные средства	206	273
т 2.1.	Доходные вложения в материальные ценности	-	-
т 3.1.	Финансовые вложения	-	-
	Отложенные налоговые активы	-	-
п. 20	Прочие внеоборотные активы	-	-

	Итого по разделу I	206	273
п 4.1.	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ		
п.21	Запасы	1602	1289
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	90	75
т.5.1. п.22	Дебиторская задолженность	479	560
т.3.1. п.18	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	-	-
п.25	Денежные средства и денежные эквиваленты	586	450
п.26	Прочие оборотные активы	-	-
	Итого по разделу II	2757	2374
	БАЛАНС	2963	2647
		На 31 декабря	На 31 декабря
Пояснения	Наименование показателя	20 17 г.	20 18 г.

ПАССИВ

III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ

п.28	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	10	10
п.29	Собственные акции, выкупленные у акционеров	-	-
	Переоценка внеоборотных активов	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	-	-
	Резервный капитал	-	-
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1138	1043
	Итого по разделу III	1148	1053
т.5.3	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		
п.27	Заемные средства	-	-