

## ЛОГИСТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ГОСТИЦЕЙ

В данной работе рассматривается организационное управление гостиницы, с помощью выявления причины, возникновения кризисной ситуации и ее последующее решение.

**Ключевые слова:** сервис, клиентская база, маркетинговые исследования, финансовая статистика.

Гостиница «УЮТ» располагается на трассе Самара-Саратов-Волгоград 1052 км. Изначально гостиница была ориентирована для людей, которые едут отдыхать с семьями на море, и не желают тратить большую сумму денег на придорожные гостиницы и кафе, поэтому цены ориентированы для клиентов со средним достатком, а так же для водителей грузовиков на дальние рейсы.

Сервис гостиницы представляет собой:

- Кафе
- Гостиница
- Душ
- Охраняемая стоянка

Заведение не слишком большое, двухэтажное здание, с уютным расположением, из окон гостиницы открывается чудесный вид на очаровательный лес, с большим количеством различных деревьев. Клиенты могут спокойно наслаждаться этим пейзажем, а так же могут позволить себе прогулку в этих местностях, пройдя метров 800 можно обнаружить маленькую речку, в которой местные жители частенько купаются и разбивают на берегу палатки. В гостинице имеется 32 номера, разных конструкций, есть номера для семей, есть для людей, предпочитающих путешествовать в одиночку, а так же имеются номера с подселением, для дальнобойщиков которые могут разделить счет со своим напарником. Кафе «УЮТ» славится своим гостеприимством, побывав там чувствуешь атмосферу домашнего приема, не шумное и очень спокойное место. Вся еда исключительно домашняя, приготовленная шеф-поваром заведения, так же для поселенцев можно принимать заказы, к примеру приготовить особые блюда к ужину,

или на завтрак подать кашу. Персонал очень дружелюбный, и всегда идет на встречу своим клиентам. Проанализировав работу гостиницы я получила график, по которому в дальнейшем можно выявить тренд выручки (рисунок 1).

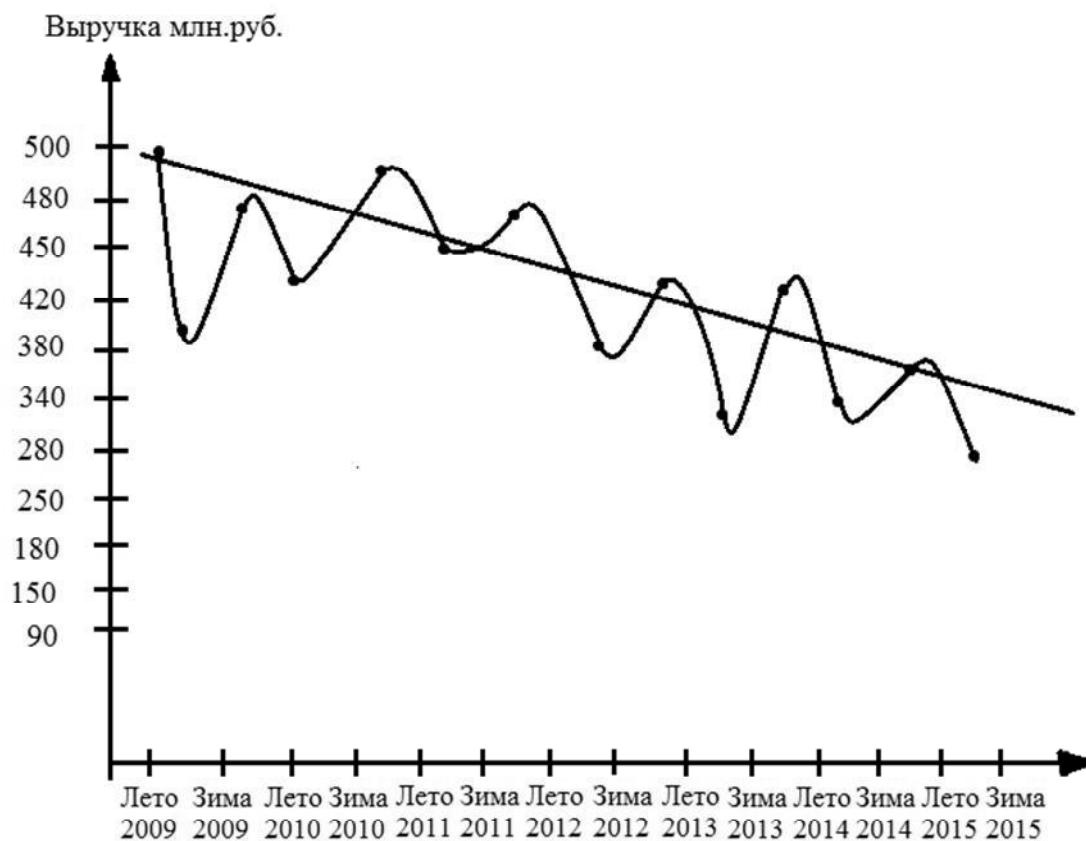


Рис. 1. Динамика Выручки гостиницы за период 2009-2015 год.

$$Y = Y_0 - K \times t,$$

где  $Y$ -тренд выручки гостиницы

$Y_0$ -максимальное значение тренда

$$K = \text{tg} \times (x_1/x_2) = 0,5 \quad (1)$$

По данному рисунку можно заметить, что финансовое состояние гостиницы ухудшается с каждым годом, заметно что выручка зависит от сезона, однако своя клиентская база все таки имеется, что дает шанс на выход из данной кризисной ситуации. Проведя расследования, для выявления причины тенденции ухудшения эффективности заведения я выявила несколько важнейших факторов:

- Первым фактором, и на мой взгляд самым важным, является то, что открылась новая трасса, которая позволяет потоку автомобилей ехать через трассу Сызрань-Саратов, данная трасса по времени занимает большое количество времени, оно увеличивает путь почти на 300 километров, однако проведя исследования я выяснила, что многие водители предпочитают проехать лишние 300 километров по хорошей отремонтированной дороге, чем на протяжении 150 километров ехать по разваленной дороге, которая находится в Пугачевском районе, именно это и повлияло на уменьшение потока автомобилей по трассе Самара-Саратов-Волгоград.

- Вторым фактором, тоже не мало важным, является большая конкуренция, до 2010 года гостиница «УЮТ» была единственной на 1052 км, что бы доехать до следующего отеля нужно было проехать еще 60 километров, а сейчас имеют место быть еще 3 гостиница на 1051 км – располагается отель «Легенда», был построен в 2010 году, ориентирован для клиентов предпочитающих различные удобства класса люкс. В 2004 году была построена гостиница «Лиана», располагается на 1057 км. однако часто закрывалась, и долгое время не работала, но в 2011 году снова открыла свои двери, сильным конкурентом назвать ее сложно, так как мощность гостиницы всего 5 номеров, и нет комфортабельных условий для клиентов. Следующим сильнейшим конкурентом является гостиница «Триумф» находится на 1046 км, функционирует уже 2 года, регулярно проводит банкеты, свадьбы и различные торжества, ориентирована больше на местное население, однако тоже играет не мало важную роль в перехвате клиентов.

Выявив основные проблемы гостиницы, можно предложить несколько вариантов решения возникшей проблемы. Проанализировав все плюсы и минусы заведения я пришла к выводу, что у гостиницы все таки осталась своя клиентская база, которая на протяжении уже нескольких лет предпочитает останавливаться только в данном месте. Это люди, которые предпочитают безопасное и тихое место, без всяких излишеств, которое не сильно повлияет на их финансовое положение. Проведя маркетинговые исследования я выяснила, что нужно выбрать тактику, которая позволит гостинице сохранить прежних клиентов, а так же привлечь новых. Полученные данные я зафиксировала в таблице 1.

По данным таблицы 1, видно что клиенты предпочитающие спокойный отдых и не дорогие номера, являются основными и постоянными для

заведения, тем самым нужно принять все меры, для того что бы увеличить поток посетителей с такими же предпочтениями.

*Таблица 1*

**Маркетинговые исследования клиентской базы**

Перечень услуг	Предпочтения разных групп клиентской базы (%)		
	дальнобойщики	семьи с детьми	случайные клиенты
Домашняя кухня	95%	98%	72%
Комфортные номера	12%	14%	94%
Номера класса эконом	88%	86%	6%
Охраняемая стоянка	100%	99%	67%
Живая музыка	7%	2%	89%

К примеру, нужно создать отличную рекламу, в которой четко будут прописаны все преимущества заведения, а именно качественное обслуживание и низкие цены, актуально для этой ситуации будет разместить баннеры на трассах, в радиусе 3-х километров от гостиницы, достаточно будет два баннера в противоположенных направлениях. Так же можно привлечь и инфраструктуру, благодаря нее завлекать людей любящих порыбачить, организовать для них специальные условия, допустим места для хранения рыбацких принадлежностей, и создать различные экскурсии и походы для местных посетителей.

**Библиографический список**

1. Чертыковцев В. К. Маркетинговое управление устойчивостью социально-экономической системы. 2014.
2. Чертыковцев В.К. Метод повышения точности прогнозирования параметров линейных динамических рядов маркетинговых процессов. 2009.