

АНАЛИЗ КОНФЕРЕНЦ-УСЛУГ ГОСТИНИЦЫ «АВАНТА», Г. ВЛАДИВОСТОК

Е. О. Иванов, студент, IV курс

Научный руководитель Е. В. Шеметова, старший преподаватель
кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

ФГБОУ ВПО Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью данной работы является анализ конференц-услуг гостинично-ресторанного комплекса «Аванта» и разработка рекомендации по их совершенствованию.

В рамках исследования был проанализирован рынок конференц-услуг города Владивостока, составлен перечень гостиниц и бизнес-центров, предоставляющих данные услуги с указанием количества, вместимости и стоимости залов – таблица 1.

Таблица 1

Классификация гостиниц при позиционировании на рынке конференц услуг

Гостиница	Количество залов (вместимость, чел.)	Услуги (оборудование)	Стоимость, руб.
Хендэ	4 зала (30 – 300)	Полный набор оборудования Услуги питания Дополнительные услуги	10 000–100 000
Азимут	8 залов (10 -100)	Полный набор оборудования Услуги питания Дополнительные услуги	550 - 5000
Аванта	1 (90-110)	Полный набор, питание	1500-3000
Версаль	1 (30 -50)	Полный набор, питание	2000 - 3000
Акфес сейо	5 (6-100)	Полный набор, питание	700-3500
«Гавань»	5 (10-150)	Полный набор, питание	900-5000
«Экватор»	5 (15-300)	Полный набор, питание	700-2500
Санаторий «Седанка»	3 (30-200)	Ограниченный набор	800-1000
«Островок»	3 (10-50)	Ограниченный набор, питание	500-2000
Пансионат «Русь»	3 (20-80)	Ограниченный набор	500-1000

Согласно аналитическим данным, во Владивостоке услуги аренды конференц-помещений предоставляют 14 гостиниц, имеющих от 1 до 7 залов. Диапазон вместимости залов достаточно широкий – от 6 до 300 человек [1].

Наиболее полный пакет оборудования представлен в гостиницах «Хенде», «Гавань», «Экватор», «Акфес-Сейо». При организации семинаров предоставляются услуги питания кофе-брейк, бизнес-ланч и банкетное обслуживание, при этом цены на услуги питания прямо и косвенно связаны с политикой цен на аренду залов. Кроме того, конференц-услуги предлагают около 20 бизнес-центров без оказания услуг питания и в большинстве своем без комплекта оборудования.

Гостинично-ресторанный комплекс «Аванта» включает современный отель на 84 номера, ресторан-бар на 75 посадочных мест, конференц-зал рассчитанный на 90 посадочных мест для проведения переговоров, тренингов, семинаров [2].

Гостиница «Аванта» позиционирует себя, как бизнес-отель, поэтому основной контингент гостей, проживающих в гостинице – это люди, прибывающие в г. Владивосток с деловыми целями. Далее, на рисунке 1, можно рассмотреть с какими целями гости заселяются в гостиницу.

Согласно расчетным данным средняя цена наиболее распространенной категории залов на 50-60 мест составляет 1219 руб. в час. При этом следует учесть, что площадь залов может существенно отличаться.

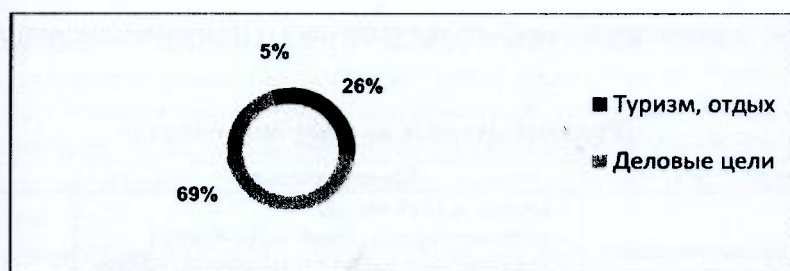


Рис. 1. Дифференциация потребителей по целевому признаку

В ГКК «Аванта» стоимость аренды конференц-зала составляет 1500 рублей в час. Помимо платы за аренду конференц-зала, взимается плата за оборудование. Оборудование в конференц-зале новое, отвечающее всем требованиям: большой экран, проектор, микрофоны для трибуны, радиомикрофоны, ноутбук и офисная доска. Вместимость зала – 90 человек, а среднее число участников, которые присутствовали в конференц-зале ГКК «Аванта» – 60-80 человек.

Забронировать конференц-зал можно только по предварительному заказу. Если оплата производится по безналичному расчету, то оплатить счет за аренду конференц-зала необходимо максимум за день до мероприятия. Предоставление питания по безналичному расчету для участников конференции также должно быть оплачено за день до мероприятия.

При заказе участником или организатором конференции номеров в гостинице – им предоставляется скидка 10 процентов на аренду конференц-зала.

Далее, в таблице 2 мы можем рассмотреть загруженность конференц-зала по квартально, в период с момента открытия гостиницы по сегодняшний день.

Таблица 2

Загрузки конференц-зала, 2011-2012 гг., в процентах

Период	2 квартал 2011 г.	3 квартал 2011 г.	4 квартал 2011 г.	1 квартал 2012 г.
Процент загрузки	5	17	34	47

Как видно из таблицы, загруженность конференц-зала постепенно возрастает (на 79%), это объясняется тем, что у гостиницы «Аванта» появляются свои постоянные клиенты, которые пользуются бизнес услугами. Однако загрузка конференц-зала не превышает 50 процентов.

Было отмечено, что гостиница «Аванта» не предлагает пользователям конференц-услуг специальные предложения, скидки и своеобразные пакеты.

Для того, чтобы увеличить объем продаж услуг конференц-зала, нужно формировать пакеты услуг, которые будут привлекать клиентов своей комплексностью и возможной скидкой. В среднем это скидка 20 процентов [3].

Каждый пакет будет иметь свои определенные особенности, которые удовлетворят любых потребителей, с разными ценами и набором дополнительных услуг.

Так же можно создать конструктор пакета услуг, данная услуга будет включать в себя приложение, в котором потребитель может сам собрать для себя пакет услуг. При этом потребителю на выбор будет предложено 3 блока, в каждом из которых он обязан выбрать удовлетворяющую его услугу, при этом на комплекс услуг ему будет автоматически подсчитана стоимость и предложена общая скидка на пакет [4].

Данный вид услуги, очень удобен в пользовании, каждый потребитель может подобрать для себя пакет и сформировать его по собственным желаниям и требованиям.

Далее, в таблице 3, мы можем рассмотреть предложенные конференц-пакеты, для увеличения объема продаж конференц-услуг гостиницы «Аванта», каждый предложенный пакет рассчитан на 15 человек.

В таблице представлены два пакета, один из которых – «Классический» (стандартный), в котором предложены основные услуги, которыми пользуются потребители. Данный пакет может быть удобен абсолютно для любой категории потребителей, он менее затратный и по

ценовой политике удовлетворит любого потребителя. Преимущественно для жителей города Владивостока.

Таблица 3

Рекомендуемые конференц-пакеты

Пакеты	Характеристика	Стоимость (руб.)
1. Конференц-пакет «Классический» (от 15 человек)	- аренда зала (8 часов)	12 000
	- питание (бизнес –ланч, кофе-брейк)	6 750
	- стандартный набор технического оборудования (проектор, экран, микрофон)	3 800
	- канцелярские принадлежности	1000
Скидка 10%		2 355
Итого с учетом скидки		21 195
2. Конференц-пакет «Представительский» (от 15 человек)	- аренда зала (8 часов)	12 000
	- питание (банкет-фуршет, кофе брейк)	18 000
	- техническое оборудование (проектор, экран, офисная доска, микрофон, аудиосистема)	4 800
	- музыкальное оборудование	12 000
	- канцелярские принадлежности	1000
	- минеральная вода	300
- таблички указатели	200	
Скидка 10%		4 830
Итого с учетом скидки		43 470

Так же предложен конференц-пакет «Представительский», данный пакет включает в себя более обширный спектр услуг, такой пакет будет пользоваться популярностью у компаний, которые встречают своих деловых партнеров из других городов, стран и арендуют конференц-зал.

Из проанализированных данных можно сделать вывод, что ГРК «Аванта» для увеличения продаж услуг конференц-зала, а так же услуг гостиницы в целом, нужно разрабатывать специальные комплексные пакеты услуг, которые будут удовлетворять существующих клиентов и увеличивать доход от их покупок, а так же привлекать новых потребителей, увеличивая объем продаж. Предложенные пакеты так же будут пользоваться популярностью при проведении любых конференций, выставок, семинаров в конференц-зале отеля «Аванта».

1. Конференц-залы Владивостока [Электронный ресурс]: Бизнес Контакт. – 2012. – Режим доступа: <http://contact-dv.ru/room>.

2. Информация об отеле «Аванта» [Электронный ресурс]: Отель «Аванта». Официальный сайт. – 2010. – Режим доступа: <http://www.hotel-avanta.ru/>.

3. Н.В. Ступаков. Конференц-зал – больше денег хороших и больших? / Н.В.Ступаков, С.О.Карасев // «Парад Отелей». – 2005. – № 3. – С. 20 – 21.

4. Анисимова С. Конференц-зал для современного отеля / С. Анисимова // Отель. – 2004. – № 8. – С. 46 – 47.

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРАЗДНИЧНОГО АГЕНТСТВА "STREKOZABABY"

Ю. А. Иващенко, студент, V курс

Научный руководитель О. В. Моисеенко, старший преподаватель кафедры сервиса и моды

ФГБОУ ВПО Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток

Цель работы: Анализ результативности товарной политики праздничного агентства «Strekozababy» посредством позиционирования фирмы на рынке услуг.