

- 7) прогноз финансовых коэффициентов с помощью дискретных ортогональных полиномов Чебышева первого рода;
- 8) анализ прогнозных значений коэффициентов;
- 9) расчет прогнозного комплексного показателя финансового состояния предприятия и его анализ.

По данному алгоритму была разработана программа "Financial Express" с помощью языка программирования VBA в приложении MS Excel.

Данный алгоритм использовался для антикризисной диагностики одного из предприятий Республики Беларусь.

Проведенные исследования и предлагаемые положения базируются на многолетнем исследовании специализированной отечественной и зарубежной литературы и научных публикаций.

Выражаем благодарность научному руководителю нашей работы, профессору кафедры информационных технологий БГЭУ Б.А. Железко за научное руководство, профессору кафедры экономической кибернетики и прикладной математики М.Е. Желудкевичу за методологию построения прогнозных моделей с помощью полиномов Чебышева первого рода.

А.П. Рабец, студент

ПФ БГЭУ (Пинск)

ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ ОАО "ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС "ПРИПЯТЬ"

На сегодняшний день в Республике Беларусь одной из приоритетных отраслей экономики является туристическая отрасль. При этом важнейшим фактором здесь выступает развитие гостиничного бизнеса. Иностранцы после культурной программы желают отдохнуть в комфортном номере, соответствующем европейскому стандарту, посетить различные развлекательные заведения. Известно, что в Европейских странах жители путешествуют намного чаще, чем белорусы. Первые посещают различные страны и имеют возможность сравнивать лучшее с худшим. Таким образом, некомфортные условия проживания могут уменьшить впечатления и о достопримечательностях, и о стране в целом.

С целью изучения пожеланий клиентов гостиницы и их удовлетворенности качеством предоставляемых услуг было проведено исследование в одной из гостиниц города Пинска ("Припять"), так как она является самой крупной в городе. Исследование заключалось в анкетном опросе клиентов гостиницы: на первом этапе им

было предложено оценить баллами те услуги, которые для них имеют наибольший вес. На втором этапе гости по пятибалльной шкале оценивали услуги исследуемой гостиницы.

На первом этапе было выявлено, что наиболее важной составляющей гостиничной услуги является радушный прием в рецепции (поэтому все опрошенные поставили этому компоненту дерева оценку 5), а также чистота в номере и организация питания в ресторане. Большинству потребителей гостиничных услуг не обязательно наличие кондиционера в номере (2,5 балла). Важно для потребителей географическое положение гостиницы (5 баллов).

Исходя из оценки клиентами качества услуг в гостинице "Припяць", можно отметить, что наивысший процент потребительской удовлетворенности получили следующие услуги: географическое расположение (95,75 %), чистота в номере (89,75), возможность бронирования номера (84,50), прием в рецепции (78), профпригодность персонала (77,25), организация питания в ресторане (74,75 %). Низкий процент удовлетворенности потребителей получили следующие услуги: наличие кондиционера в номере (8,25 %), доступ в интернет (15), наличие бизнес-центра (21,5), владение персоналом иностранными языками (30,25), наличие парковки (36 %).

Исходя из результатов данного исследования, можно выделить сильные и слабые стороны работы гостиницы и разработать предложения по улучшению ситуации на уровне государства, города и гостиницы:

Улучшение гостиничного бизнеса со стороны государства.

1. Развитие как въездного туризма, так и внутри республики; осуществление активного маркетинга белорусского туризма за границей и внутри республики. 2. Поддержание уже существующих гостиничных комплексов.

Улучшение гостиничного бизнеса на уровне города. Привлечение белорусских и иностранных туристов в город, сохранение и поддержание в хорошем состоянии памятников истории и архитектуры, поддержка предпринимателей, организующих места развлечения, отдыха.

Пути улучшения ведения бизнеса в гостиничном комплексе "Припяць". 1. Снижение количества нежилых площадей здания путем сдачи в аренду. 2. Улучшение качественного состава персонала. 3. Создание собственной сети развлекательных заведений или сотрудничество с уже имеющимися клубами, дискотеками, ресторанами и т.д. 4. Улучшение качества предоставляемых услуг: оснащение номеров кондиционерами, организация бесплатной охраняемой парковки для гостей. 5. Осуществление маркетинговых мероприятий.