

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/201504>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Гостиничное дело

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1.Позиционирование нового предприятия, определение фокус-группы 5

2.Разработка концепции и стратегии 7

3.Методы и способы управления предприятием 15

4.Технология создания услуги 19

5.Планирование дальнейшей деятельности 22

Заключение 26

Список используемых источников 30

## Введение

В современных экономических условиях хозяйствование и функционирование любой компании должно сопровождаться обязательной деятельностью руководства компании по анализу и последующему планированию бизнес – процессов, протекающих на предприятии.

К основной задаче бизнес - планирования на предприятии относится исследование и в дальнейшем предложение моделей для решения кризисных вопросов или методов по улучшению существующего положения предприятия в определенной области (например, маркетинг, финансы, логистика и т.д.). Таким образом, актуальность данного исследования заключается в том, что осуществление анализа и проведение бизнес-планирования современных предприятий, стремящихся привести свою деятельность к более рентабельному и эффективному виду, позволяет компаниям в ходе анализа выявлять слабые стороны и проблемы в функционировании основных бизнес – процессов, а с помощью построения модели определять возможные пути совершенствования этих процессов.

### 1.Позиционирование нового предприятия, определение фокус-группы

Бизнес-планом предполагается создание частной усадьбы в Тульской области.

Цель деятельности организации – предоставление услуг по временному размещению в усадьбе с целью проживания и туристических целей.

Частную усадьбу «Новый Свет» планируется открыть в Щекинском районе, деревне Ясная Поляна.

Организационно-правовая форма будет общество с ограниченной ответственностью.

### 2.Разработка концепции и стратегии

Для проведения конкурентного анализа бизнес-среды предприятия необходимо проанализировать среду, в которой будет работать усадьба.

Ежегодно количество туристов, посещающих Тульскую область с рекреационными, экскурсионными целями, постоянно увеличивается. Гостиничный рынок в целом имеет положительную динамику развития.

Средства размещения представлены гостиницами, отелями, хостелами, парк-отелями, комплексами отдыха, частными усадьбами.

Гостиничный фонд составляют средства размещения с количеством номеров от 5 до 317. По уровню вместимости все предприятия размещения можно условно разделить на 4 группы:

- крупные (свыше 150 номеров) – 1%;
- средние (51-150 номеров) – 8%;
- малые (16-50 номеров) – 22%;
- мини-отели (5-15 номеров) – 69%.

Общая ёмкость рынка гостиничных услуг области составляет 1965 номеров. 42,01% доли рынка приходится на средние и крупные гостиницы города. Остальная доля принадлежит малым и мини-отелям (55,3%). Гостиницы области успешно внедряют интернет-технологии, автоматизированные системы управления, существенно упрощающие процессы ведения бизнеса, увеличивающие каналы привлечения гостей. Таким образом, отрасль гостеприимства характеризуется большим количеством средств размещения, высоким уровнем отелей, а также достаточно большим коэффициентом заполняемости гостиниц.

На фоне текущей экономической ситуации и при этом сохраняющегося спроса на гостиничные услуги на определенном уровне, усадьба «Новый Свет» будет пользоваться большой популярностью у туристов, однако стоит отметить, что речь идет о достаточно обеспеченной категории лиц.

Также стоит отметить, что, несмотря на некоторое сокращение туристического потока в связи с мировыми политическими событиями, средняя продолжительность пребывания гостей будет сохраняться на высоком уровне, что также будет способствовать обеспечению прибыльности работы усадьбы «Новый Свет». Проанализируем основных конкурентов.

Для анализа бизнес-среды исследуем основных конкурентов.

Основными конкурентами отеля на рынке сегодня являются Атриум и усадьба «Бриз».

Теперь рассчитаем общую оценку показателя конкурентоспособности по трем основным предприятиям:

Общая оценка конкурентоспособности «Новый Свет» - 80,4 баллов.

Общая оценка конкурентоспособности «Атриум» - 81,9 балла.

Общая оценка конкурентоспособности «Бриз» - 72,5 баллов.

Таким образом, рассматриваемая усадьба уступает по некоторым параметрам своим конкурентам на рынке гостиничных услуг по показателям качества услуг, скорости оказания услуг, репутации у потребителей, технического оснащения.

### 3. Методы и способы управления предприятием

В усадьбе есть основные структурные подразделения. В целом их можно разделить на:

- 1) Генерирующие доход (Revenue centers): - номерной фонд, кафе, СПиР (служба приема и размещения, (Front office), отдел маркетинга и продаж и т.д.)
- 2) Вспомогательные службы (Support centers): технический отдел, кадровая служба, финансовая служба и бухгалтерия, СУНФ (служба управления номерным фондом), служба охраны, служба питания, инженерно-технический отдел и др.

По функциональным обязанностям можно выделить следующие главные подразделения:

- 1) Высшее звено управления - Генеральный директор (с помощниками по каждому структурному подразделению).

Задачи Генерального директора: ежедневное оперативное руководство с целью обеспечить прибыль организации. Отвечает за разработку и выполнение долгосрочных и ежегодных планов и стратегий для достижения цели окупаемости и получения максимальной прибыли владельцами бизнеса. Планы бывают ежегодные и на 5 лет, в которых прописываются цели и средства достижения цели: финансовые ресурсы, организационная структура, людские ресурсы, система поощрения персонала.

- 2) Финансовая служба: Главный бухгалтер, Финансовый директор.

В их функции входят разработка финансового плана, бухгалтерский учет, аудит, все финансовые расчеты и т. п.

Финансовая служба анализирует результаты хозяйственной и финансовой деятельности предприятия.

Службы делятся на две основные группы по степени контакта с гостями:

- 1) Front of the house - Фронт-офис - служащие напрямую контактируют с клиентами
- 2) Back of the house - Бэк-офис - служащие не контактируют с клиентами.

Фронт-офис - это лицо организации и обычно общение гостя ограничивается общением с персоналом отдела приема и размещения гостей. Именно сотрудники фронт-офиса создают имидж отеля и должны уметь профессионально продать услуги: вовремя предложить клиенту дополнительные услуги.

- 3) Отдел приема и размещения гостей приема и размещения (СПиР, Reception Стойка регистрации).

Все работники службы должны досконально владеть информацией. Знать достоинства и недостатки каждого номера, цены, расположением и часы работы служб, достопримечательности деревни, расписание

работы транспорта, музеев. Непосредственным общением с гостями занимается менеджер по работе с гостями (guest relation manager). Сотрудники службы приема и размещения предоставляют ежедневные отчеты: коэффициент загрузки, фактическая цена за номер, доходы, бронирования и аннуляции. Сейчас основная часть работы по бронированию, регистрации и отчетам делается силами программного обеспечения.

Важной функцией отдела приема и размещения гостей служит и разрешение конфликтных ситуаций. Причиной может служить отказ гостя платить, повреждение имущества гостя, недовольство гостя номером или сервисом.

Функции СПиР: бронирование номера в усадьбе, регистрация гостей, распределение номеров, продажа дополнительных услуг, взимание платы за услуги и проживание (касса), ведение первичной документации, контроль базы данных гостей. Из дополнительных функций можно отметить: обмен валюты, почтовые услуги, услуги консьержа, служба информации.

4) Отдел службы.

5) Хозяйственный отдел (Housekeeping Department) или СОНФ (служба обслуживания номерного фонда), он же Клининговый отдел.

Функции: обеспечивает обслуживание гостей в номерах, в тесном сотрудничестве со СПиР, поддерживает необходимое санитарное состояние номеров усадьбы, сообщает в техническую службу о поломках, занимается оказанием бытовых услуг.

6) Охрана, секьюрити.

Охрана отвечает не только за безопасность самих гостей и их имущества, но и за репутацию организации.

Функции: 1) обеспечение безопасности гостей; 2) обеспечение безопасности имущества (гостей).

7) Отдел маркетинга и продаж.

Эта служба активно сотрудничает со СПиРом. Сотрудники отдела напрямую общаются с приезжими, грамотно продают услуги и делают все, чтобы гость захотел снова приехать. В функции отдела входит не только прием звонков от потенциальных гостей и консультация их по телефону, но и поиск новых клиентов. Разработка стратегии продвижения в интернете, на телевидении и в СМИ обычно возлагается на сотрудников отдела маркетинга и продаж.

Эта служба также занимается вопросами оперативного и стратегического планирования, оптимизацией предоставляемых услуг, анализирует состояние рынка и изучает потребности клиентов.

8) Технический отдел.

Основные функции отдела: обслуживание и эксплуатация инженерного оборудования: системы кондиционирования, отопления, водоснабжения и канализации, пожарного оборудования, кабельного телевидения, компьютеров. Кроме того в ведении технической службы находится ремонт мебели, ковров.

## 5. Планирование дальнейшей деятельности

При открытии новой усадьбы для размещения гостей в Тульской области могут возникнуть некоторые сложности. Основными можно считать следующие риски:

- затягивание сроков по поиску подходящего помещения;
- возникновения осложнений с поиском подходящего персонала;
- неправильная концепция;
- неудачная рекламная стратегия;
- недостаточное количество заказчиков;
- неквалифицированный персонал.

Основной риск данного проекта - недостаточное количество клиентов.

Причинами возникновения данного вида риска могут являться:

1. Концепция:

- нет спроса;
- неправильно выбранный целевой сегмент и ценовая политика.

2. Неэффективная рекламная политика:

- реклама - это не только вывеска и информация в интернете, необходимо осуществлять постоянное стимулирование сбыта;
- неправильная концепция рекламной кампании.

Таким образом, новый бизнес сопровождается достаточным количеством рисков, способных разорить

инвестора. Специфика деятельности весьма существенно отражается в реальном содержании рисков этой сферы бизнеса. Для планирования будущей деятельности руководству «Новый Свет» необходимо учитывать данные моменты для повышения своей эффективности.

#### Заключение

Для улучшения качества и эффективности деятельности на каждой организации применяются, как правило, различные механизмы по планированию основных процессов, протекающих на предприятии. В основе бизнес – планирования лежат механизмы и способы описания процессов, протекающих в компании, через различные элементы, составляющие деятельность предприятия (например, данные, события, материалы и пр.). Как правило, планирование бизнес процессов направлено на описание логической взаимосвязи всех элементов данного процесса, начиная с его зарождения на предприятии и заканчивая его завершением в рамках одной организации. В более сложных ситуациях бизнес-моделирование может также включать в свой анализ также внешние по отношению к организации процессы и системы.

Бизнес-планирование является неотъемлемой частью стабильного успеха в ведении туристского бизнеса. Оно представляет собой документальную основу оптимизации деятельности турагентства и выполнения необходимых шагов для обеспечения его эффективного функционирования. Бизнес-план направлен на решение стратегических и тактических задач, стоящих перед предпринимателем, повышение доходности турагентства и защиту от неоправданных рисков.

## Список используемых источников

1. Абрютин М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебно-практическое пособие. - 2-е изд., испр. - М.: Дело и Сервис, 2019. - 256 с.
2. Адамс, Боб Бизнес-план за несколько часов / Боб Адамс. - М.: АСТ, Астрель, 2015. - 470 с.
3. Бердников В. Основы бизнес – моделирования. – М.: КНОРУС, 2019. – 495 с.
4. Воробьев С.Н. Управленческие решения - М: Юнити-Дана, 2015. - 447 с.
5. Горемыкин, В. А. Бизнес-план. Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана / В.А. Горемыкин. - М.: Ось-89, 2016. - 592 с.
6. Грибалева, Н. П. Бизнес-план. Практическое руководство по составлению / Н.П. Грибалева, И.Г. Игнатова. - М.: Белл, 2018. - 158 с.
7. Гришин, В. В. Разрабатываем бизнес-стратегию фирмы. Практическое пособие / В.В. Гришин, В.Г. Гришина. - М.: Дашков и Ко, 2016. - 206 с.
8. Дафт Ричард Л. Управленческое решение - СПб: Питер, 2015. - 231 с.
9. Дэвенпорт Т. Аналитика как конкурентное преимущество. Новая наука побеждать. – М.: Дашков и К, 2018. – 626 с.
10. Елиферов В.Г. Бизнес – процессы: регламентация и управление. – М.: Дашков и К, 2016. – 386 с.
11. Каменски Х. Методы стратегического анализа. Доступ через <http://ecsocman.hse.ru/data/2010/05/18/1214035316/2008-4-5.pdf>
12. Конрад К. Бизнес – моделирование. – М.: Вильямс, 2019. – 576 с.
13. Литвак Б.Г. Разработка управленческого решения: учебник. 4-е издание, с испр. – М: Дело, 2015. – 309 с.
14. Мескон М.Х. Основы менеджмента. – М.: Дело, 2018. – 318 с.
15. Новиков Н.В. Разработка бизнес – плана проекта. – М.: Экономика, 2016. – 525 с.
16. Репин В.В. , Елиферов В.Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. – М.: Юнити-Дана, 2018. – 419 с.
17. Савельев Ю.В. Бизнес – планирование и разработка инвестиционных проектов. – М.: Юнити-Дана, 2017. – 429 с.
18. Сергеев И. Экономика организаций (предприятий): Учебник для ВУЗов. – М.: Проспект, 2015. – 343 с.
19. Черняк В.З. Бизнес-планирование. – М.: Юнити-Дана, 2018. – 591 с.
20. «Бизнес – аналитика» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.businessanalytica.ru/>, свободный.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/201504>