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/383774>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Гостиничное дело

Введение 3

1. Теоретические аспекты изучения эффективности деятельности гостиничных предприятий 4

1.1. Особенности организации хозяйственной деятельности гостиничного предприятия 4

1.2. Экономика гостиничного предприятия в туризме 6

1.3. Технология работы гостиничного предприятия 9

1.4. Основные показатели эффективности деятельности предприятия 11

1.5. Методы исследования показателей эффективности 13

2. Анализ эффективности деятельности гостиничного предприятия 19

2.1. Общая характеристика гостиницы 19

2.2. Анализ эффективности деятельности гостиницы 21

2.3. Разработка мер по повышению эффективности деятельности гостиницы 25

Заключение 28

Список используемой литературы 29

Введение

В современных экономических условиях эффективное использование различных видов ресурсов является важной задачей предприятий для обеспечения рентабельности.

Эффективность предприятий – это результаты эффективного применения ресурсов организаций за анализируемый период. Этот показатель указывает на изменение фактора производительности труда, степени использования ресурсов. Это позволяет направлять внутренние процессы предприятий для достижения результатов при наименьших затратах.

Актуальность данной темы заключается в том, что по мере приобретения опыта ведения бизнеса можно находить новые или усовершенствованные способы снижения затрат в таких областях, как рабочая сила и доставка. Все это благоприятно отражается на экономической эффективности бизнеса в целом.

Объект работы – эффективность деятельности.

Предмет – эффективность гостиницы.

Цель работы – изучить показатели эффективности деятельности гостиничного предприятия.

Задачи работы:

- раскрыть понятие эффективности,

- оценить эффективность деятельности гостиницы.

Работа состоит из введения, двух глав и заключения.

1. Теоретические аспекты изучения эффективности деятельности гостиничных предприятий

1.1. Особенности организации хозяйственной деятельности гостиничного предприятия

Гостиничная индустрия является одним из наиболее важных компонентов более широкой индустрии услуг, обслуживающей клиентов, которым требуется ночлег. Она тесно связана с индустрией путешествий и гостиничного бизнеса, хотя существуют заметные различия в масштабах.

Вообще говоря, отель – это управляемое здание или заведение, которое предоставляет гостям место для ночлега – на краткосрочной основе – в обмен на деньги. Конкретные функции и услуги, предоставляемые гостям, могут довольно сильно отличаться в зависимости от отеля. Владельцы отелей стремятся привлечь определенный тип клиентов с помощью своей модели ценообразования и маркетинговой стратегии или с помощью спектра предлагаемых ими услуг.

Согласно большинству определений, гостиничная индустрия относится к отелям и многим другим формам ночлега, включая хостелы, мотели, гостиницы и гостевые дома. Однако это обычно не включает в себя

долгосрочные или постоянные формы проживания. Из-за характера гостиничных услуг он тесно связан с путешествиями и туристической индустрией.

Хозяйственная деятельность отеля может быть охарактеризована через управление доходами и прибылью как главным показателем эффективности деятельности гостиничного предприятия.

Управление доходами отелей позволяет владельцам прогнозировать уровень спроса и оптимизировать распределение и ценообразование для максимизации финансовых результатов. Для тех, кто работает в гостиничном бизнесе, управление доходами является ключевой концепцией, поскольку оно позволяет владельцам отелей прогнозировать уровень спроса и оптимизировать такие вещи, как распределение и ценообразование, чтобы максимизировать финансовые результаты.

Управление доходами отелей использует аналитику, данные о производительности и другую информацию для прогнозирования потребительского спроса, чтобы можно было оптимизировать ценообразование, распределение и доступность. В ходе этого процесса те, кто работает в гостиничном бизнесе, могут максимизировать свой доход, улучшая свои общие финансовые результаты.

Во многих отношениях управление доходами отелей направлено на достижение наилучшего возможного баланса между спросом и предложением при одновременном понимании привычек клиентов. Важно отметить, что это больше связано с доходом, чем с заполняемостью.

Отели обычно используют аналитику, прошлые данные и внешнюю информацию, чтобы лучше понять уровень спроса. Затем это позволяет им выявлять закономерности, понимать, когда гостиничные номера необходимо продавать со скидкой, и предвидеть периоды высокого спроса, когда номера могут быть проданы по гораздо более высокой цене.

Важно понимать, что стратегии управления доходами подходят не для всех предприятий, и для того, чтобы они были актуальными, должны существовать определенные необходимые условия. Эти необходимые условия делают отели идеальным бизнесом для использования стратегий управления доходами. В конце концов, клиенты охотно платят разные цены за гостиничные номера в зависимости от спроса, времени года и других факторов, в то время как у отеля есть как скоропортящиеся запасы, так и фиксированное количество номеров для продажи.

Управление доходами отелей важно, поскольку сама гостиничная индустрия отличается высокой конкуренцией. Благодаря надежной стратегии управления доходами руководство отеля и финансовые отделы могут в большей степени использовать данные и научно обоснованный подход к принятию решений о ценообразовании и дистрибуции, вместо того чтобы полагаться на догадки.

По сути, если отель может более точно прогнозировать спрос, он может применять более обоснованный подход к ценообразованию, динамично корректируя стратегию для максимизации дохода. Это, в свою очередь, жизненно важно, поскольку отели имеют фиксированные расходы, которые необходимо покрывать, независимо от количества гостиничных номеров, которые им удастся продать в любой конкретный день.

Интересно, что управление доходностью является более старой из двух дисциплин и твердо ориентировано на оптимизацию цен. В гостиничной индустрии это означало бы оптимизацию цен на номера.

Оптимизация финансовых результатов в высококонкурентной гостиничной индустрии обычно является ключом к достижению долгосрочного успеха. Благодаря тщательно скоординированной стратегии управления доходами владельцы отелей могут более точно прогнозировать изменение уровня спроса, а затем использовать эту информацию для принятия обоснованных решений о ценообразовании и дистрибуции.

1.2. Экономика гостиничного предприятия в туризме

Область экономики охватывает изучение всей экономической системы — как на микро-, так и на макроуровне. Гостиничная экономика - одна из таких областей, где предмет экономики получил свое развитие благодаря получению необходимых для гостиничной индустрии аспектов с момента ее зарождения, создания и роста.

Гостиничная индустрия, хотя и считается сектором услуг, доказала свою мощь в различных измерениях — обеспечивая занятость, доходы правительству, а также выступая в качестве пропагандиста культуры, развивая самую важную отрасль - туризм.

Туризм стал наиболее важным явлением в экономическом и социальном развитии общества. Она также выступает в качестве дочерней компании в предоставлении жилья туристам, посещающим страну, — предоставляя самые роскошные номера таким, как мотель, где даже бедному туристу предоставляются

предметы первой необходимости. Видно, что отрасль в целом обеспечивает не только значительный процент занятости, но и вносит свой вклад в ВВП страны. Важность этой области с годами возросла, что привело к тому, что многие институты начали предоставлять образование в этой области.

1. Акулов В.Б. Теория организаций. – М.: Юнити Дана, 2018. – 337 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 2019. – 512 с.
3. Артемьева О.А. Финансовый маркетинг [Текст]. – М.: Юрайт, 2018. – 424 с.
4. Басовский Л. Е. Финансовый менеджмент./ Учебник. – М.: Инфра-М, 2019. – 428 с.
5. Бланк И.А. Торговый менеджмент. – М.: Юнити-Дана, 2020. – 782 с.
6. Бердников В. Основы бизнес – анализа [Текст]. – М.: КНОРУС, 2018. – 495 с.
7. Воробьев С.Н. Управленческие решения [Текст]. - М: Юнити-Дана, 2018. – 447 с.
8. Галицкая С.В. Финансовый менеджмент. / С.В. Галицкая. — Москва: Эксмо,2018. — с.123
9. Глинн Дж. Стратегия бизнеса. – Новосибирск: РАН, 2020. – 313 с.
10. Голов Р.С. Экономика и управление на предприятии. – М.: Дашков и К, 2019. – 400 с.
11. Дафт Ричард Л. Управленческое решение [Текст]. - СПб: Питер, 2018. – 231 с.
12. Золотогоров В. Г. Товарное проектирование. – Мн.: Книжный Дом, 2020. – 288 с.
13. Зорина Т.Г. Маркетинговые исследования [Текст]. – Минск: БГЭУ, 2019. – 410 с.
14. Ларионова И.К. Стратегическое управление. – М.: Дашков и К, 2019. – 274 с.
15. Маленков Ю. А. Новые методы менеджмента. – СПб.: Книжник, 2018. – 239 с.
16. Мескон М.Х. Основы менеджмента. – М.: Дело, 2018. – 318 с.
17. Пещанская И.В. Финансовый менеджмент/ И.В. Пещанская. — М.: Экзамен, 2019. — с.18
18. Поршнева А.Г. Управление организацией/ А.Г. Поршнева. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 375 с.
19. Сергеев И. Экономика организаций. – М.: Проспект, 2019. – 343 с.

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/kursovaya-rabota/383774>