



**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«МИСиС»**

**Кафедра экономики и менеджмента
малого предпринимательства
Кафедра промышленного менеджмента**

ОБЩЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС «МОЙ БИЗНЕС- МОЯ РОССИЯ»

**Мой бизнес- отель «Кубань»
ПИЛИПЕНКО ВИКТОРИЯ ГЕННАДЬЕВНА**

* Наименование предприятия:

ООО «Отель Кубань»

* Категория: 5*****

* Отель занимает 4-этажное здание,
расположенное в республике Крым

* Настоящий проект гостиницы рассчитан на
15 лет.



* Резюме

- * Отрасль гостиничного сервиса является одной из отраслей сферы услуг, которая развивается быстрыми темпами. В республике Крым пользуются спросом развлекательные центры и предприятия временного проживания. По этой причине гостиница вполне может заполнить имеющуюся нишу на рынке сбыта при условии проведения активной маркетинговой политики. В нее включены следующие пункты:
- * 1-уведомление «покупателей» о предприятии и предлагаемых услугах;
- * 2-благодаря огромному разнообразию предлагаемых неоднородных услуг исключается метод ценовой конкуренции;
- * 3-данный вид бизнеса можно считать наименее рискованным, т.к. здание и оборудование гостиницы можно сдавать в аренду под офисы, развлекательные центры.

* Концепция бизнес-плана



- * Предприятие предполагает предоставлять следующие виды услуг гостям:
- * 1. Услуги гостиничного комплекса - предприятие располагает отелем на 40 номеров (10-четырёхместных, 10-трехместных; 20-двухместных номеров.
- * 2. Услуги общественного питания;
- * 3. Услуги досуга;
- * 4. Предоставление помещений в аренду;
- * Помимо этого, отелем предоставляется целый комплекс сопутствующих услуг в соответствии с пожеланиями клиентов: заказ билетов в театры и кинотеатры, на стадионы, концерты и т.д., предоставление информации справочного характера, предоставление гида, переводчика и т.д.



* Описание предоставляемых услуг

- * Предприятие входит в рынок монополистической конкуренции, доля на одного из конкурентов не превышает 7,5%-10% рынка. Тем не менее, необходимо отметить следующее:
- * 1. Предприятие испытывает угрозу со стороны внутриотраслевых конкурентов, имеющих достаточно твёрдые позиции на действующем рынке;
- * 2. Возможно вхождение в рынок новых конкурентов, привлечённых получаемыми доходами;
- * 3. Отель потеряет значительную долю самостоятельности, т.к. будет зависеть от работы поставщиков



* Конкуренция

- * В ценообразовании отель использует метод установления цены на основе уровня текущих цен на рынке. В среднем цена одного номера составляет 3200 руб. в сутки.
- * Маркетинговая политика будет строиться по трем направлениям:
 - * 1.Заполнения до конца избранной рыночной ниши;
 - * 2.Совершенствования предоставляемых услуг;
 - * 3.Глубокого внедрения на рынок, которое заключается в поиске возможностей увеличения объёма продаж на ещё не насыщенном рынке с помощью создания web-сайта гостиницы, на котором будет выложена подробная информация о предприятии и предоставляемых услугах, а также будет предоставлена возможность on-line бронирования, что обеспечит более высокую загрузку гостиницы.



* План маркетинга

- * Работа со СМИ
- * Фирменный стиль
- * Благотворительные мероприятия
- * Знаменитые гости
- * Гостиничная книга отзывов
- * Участие в выставках
- * Специальные предложения

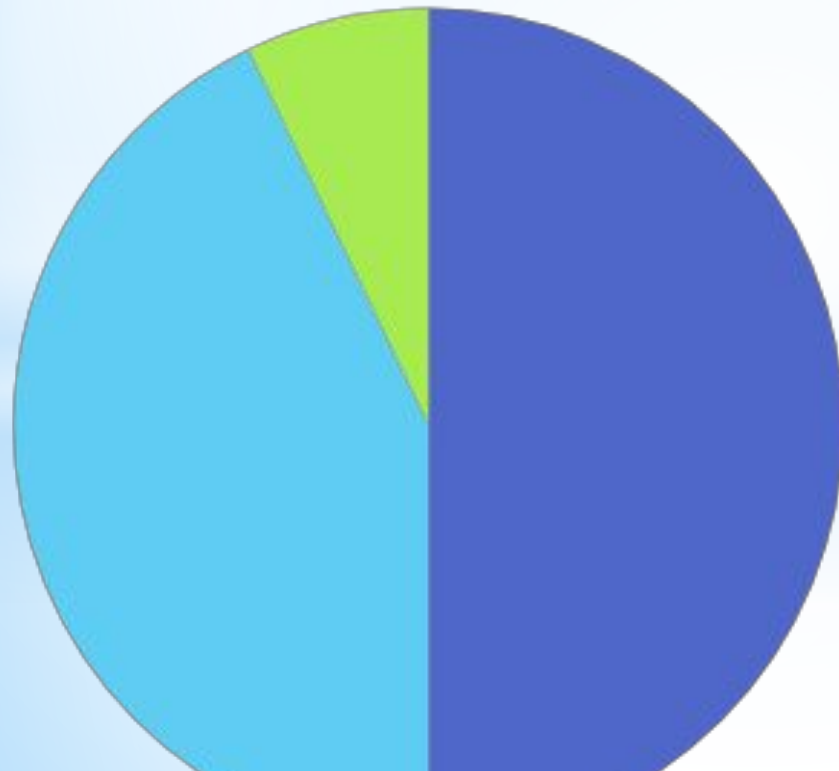


а обслуживания

* **Пиар-компания**

*** Расчет капитальных затрат.
Расход капитальных затрат
планируется на период 12 месяцев;
затраты отражены на диаграмме.**

Затраты



- строительство здания
3,5 млн. руб.
- покупка оборудования
3 млн. руб.
- начальный капитал 0,5
млн. руб.

- Конкурентные риски. Конкурирующие компании могут «уронить» цены, продвигая свои товары и услуги более агрессивно и расширяя пакет предложений; могут появиться новые конкуренты.
- Рыночные риски. Может измениться экономическая ситуация, а с ней потребности и запросы целевого рынка.
- Производственные риски. Могут произойти критические изменения для важных аспектов производства: выйдут из бизнеса поставщики, сменятся поколения технологий и оборудования.
- Финансовые риски. Возможен рост стоимости сырья, энергоносителей, оплаты труда.
- Управленческие риски. Вы можете не достигнуть запланированных результатов вовремя или не справиться с ростом компании.
- Экономические риски. Может измениться состояние экономики в целом или ее некоторых финансовых аспектов, например, уровень процентных ставок может негативно сказаться на финансах вашей компании.



* Оценка риска

- 1.Использование методов судебной защиты;
- 2.Отслеживание работы рынка;
- 3.Использование аппарата маркетинга;
4. Страхование имущества и клиентов
- 5.Создание высокого финансово-кредитного потенциала.



* Страхование предприятия

- *1. Строительство гостиницы на 40 номеров; общая стоимость проекта при этом составит 7 000 000 руб.
- *2. Стоимость проекта покрывается на 4 000 000 руб. за счет собственных средств и на 3 000 000 руб. за счет долгосрочного кредита сроком на два года

* Финансовый план



- * Гостиница образована в организационно-правовой форме общества с ограниченной ответственностью, уставный капитал которого в размере 7 000 000 руб. на начало реализации проекта сформирован полностью.
- * Потребность гостиницы в денежных средствах: 1. Формирование основного капитала -4 000 000 руб. - потребность полностью удовлетворяется за счёт собственных средств;
- * 2. Формирование оборотных средств -3 000 000 руб. - удовлетворяется за счёт долгосрочного кредита сроком на 2 года под 15% годовых. Уплата процентов производится в конце года. Кредит погашается разными долями в течение двух лет. Доли выплачиваются в конце 1го и 2го года реализации проекта.

* Стратегия финансирования



- * Для оценки эффективности проекта используем метод чистой приведённой стоимости, который основан на сопоставлении дисконтированной стоимости денежных поступлений за прогнозируемый период и инвестиций. Под денежными поступлениями понимается сумма чистой прибыли и амортизационных отчислений:
- * $R_t = П_t + A$, [3]
- * Чистая текущая стоимость определяется по формуле:
- * $n \text{ NPV} = \sum_{i=1}^n R_i / (1+r)^i - JC$, [4] $i=1$
- * Где JC - объем инвестиций, который на начало реализации проекта принимается как завершённый; R_i - элемент потока денежных поступлений в i -ом году; $(1+r)$ - коэффициент дисконтирования, учитывающий средний уровень риска проекта; i - порядковый номер года реализации проекта. При $NPV > 0$, проект признаётся эффективным.
- * Имеем: $NPV = 24411 + 6396 / (1+0,16) + 35486 + 6396 / (1+0,16)^2 + 48039 + 6396 / (1+0,16)^3 + 59405 + 6396 / (1+0,16)^4 + 72796 + 6396 / (1+0,16)^5 = 30807 / 1,16 + 41882 / 1,346 + 54435 / 1,561 + 65801 / 1,811 + 79192 / 2,1 - 75250 = 26558 + 31116 + 34872 + 36334 + 37771 - 75250 = +91341$ тыс. руб.
- * Таким образом, проект экономически эффективен ($NPV > 0$). При этом срок превысит трёх лет.



* Оценка эффективности проекта



Директор

Руководители
служб отеля

Персонал отеля

*** Организационная
структура**