



Hotel
Business Plan

Întreprindere Municipală
«Hotelul «Bălți»

2021

1. Scurt Memorandum de investiții

Având în vedere ajustările introduse de pandemia COVID-19, sectorul hotelier trece printr-o perioadă dificilă. Cu toate acestea, dezvoltarea hotelului astăzi nu este mai puțin relevantă și promițătoare. În timpul pandemiei, multe facilități din sectorul turismului au încetat activitatea. În acest sens, hotelurile, care își continuă activitatea, revendică poziții mai favorabile pe piața serviciilor hoteliere.

Extinderea geografiei și răspândirii întreprinderilor mici și mijlocii, crește numărul de călătorii periodice de afaceri și recalificare profesională care necesită mișcare în întreaga țară. Acești factori contribuie la creșterea activă a cererii de locuri de locuit. Ar trebui să acordați atenție clasei de mijloc și să vă concentrați pe furnizarea de servicii de calitate la prețuri accesibile.

Factorii cheie ai succesului:

- camere confortabile;
- calitate ridicată a serviciilor furnizate;
- locație bună;
- prețuri rezonabile;
- dezvoltarea dinamică a cererii.

2. Descrierea serviciilor furnizate

Întreprinderea municipală "HOTELUL" BĂLȚI "" are următoarea listă de servicii furnizate:

- 1) .Servicii complexului hotelier
 - Întreprinderea municipală are 85 de camere.Dintre ei:
 - 5 camere single fără facilități;
 - 8 camere duble fără facilități;
 - 3 camere single cu facilități parțiale;
 - 4 camere cu un pat queen-size cu facilități private;
 - 19 camere single cu facilități;
 - 26 camere duble cu facilități;
 - 2 junior suite;
 - 15 apartamente;
 - 2 camere "Apartamente".
- 2). Servicii de catering -
hotelul are o cafenea cu 80 de locuri.
- 3) Servicii pentru vehicule -
Clienții hotelului își pot lăsa vehiculele în curtea dotată cu supraveghere video.
- 4) În plus, hotelul închiriază spațiu gratuit pentru birouri.
- 5). Servicii de săli de conferințe cu o capacitate de 40 și 80 de locuri.
- 6). Hotelul are un salon de înfrumusețare (servicii de maeștri pentru femei și bărbați, maeștri pentru manichiură și pedichiură, cosmeticieni).
- 7). Serviciu de spălătorie.
- 8). Chioșc.

Majoritatea camerelor includ un pat, dulap, oglindă, noptieră, telefon, TV mic, lampă de birou, scaun, fotoliu, mini-frigider, baie cu duș.

Locație - centrul orașului, la câțiva pași de parcul central pentru copii, palatul culturii, centre comerciale, cafenele, restaurante, locuri de divertisment, bănci.

Servicii oferite în cadrul hotelului:

- curățarea zilnică a spațiilor;
- fier cu masă de călcat;
- accesorii pentru baie;
- disponibilitatea conexiunii wi-fi în camere.

3. Descrierea pieței de vânzări

Publicul țintă are o gamă foarte largă. Practic, acestea sunt persoane tinere și de vârstă mijlocie, cu o poziție activă în viață, cu un nivel mediu de venit. Rezultă că accentul principal ar trebui să fie pus pe public, al cărui scop principal este turismul, călătoriile de afaceri, evenimentele sportive, evenimentele culturale, precum și educația și formarea, participanți la diferite conferințe, seminarii și instruirii. Ponderea lor totală este de cel puțin 70%.

4. Vânzări și marketing

Politica de marketing joacă un rol important în dezvoltarea afacerii. O atenție specială ar trebui acordată acestui domeniu pentru a satisface cererea tot mai mare.

Mai întâi trebuie să creați un brand și un site web original al companiei, să vă înregistrați pe rețelele sociale.

Acum, principala sursă de publicitate este internetul. Utilizați principalele canale de promovare:

- publicitate în Google;
- publicitate pe rețelele de socializare;
- înregistrarea în cataloage online precum booking.com, trivago.ru, travelline.ru.

De asemenea, ar trebui să fim atenți la plasarea offline. Una dintre cele mai eficiente metode este publicitatea în gări, cooperarea cu agențiile de turism, centrele de afaceri și serviciile de taxi.

Cuvântul din gură este unul dintre cele mai eficiente și dovedite moduri de dezvoltare. Atenția noastră este întotdeauna îndreptată către servicii, pentru a îmbunătăți calitatea serviciilor oferite. Piața se dezvoltă în mod dinamic și trebuie să fii conștient de toate schimbările pentru a avea întotdeauna un avantaj competitiv. Un client mulțumit este garantul dezvoltării și scalării noastre constante.

A fost creat un sistem de loialitate pentru clienții obișnuiți. Așa că la a doua vizită, o persoană ne alege hotelul, pentru că aici are o reducere.

5. Concurența

Punctele forte ale companiei noastre sunt:

- Locația hotelului;
- Mulți ani de experiență;
- Un număr mare și o varietate de camere;
- Integritate în furnizarea de servicii;
- Disponibilitatea rețelei Wi-Fi.

Punctele slabe de astăzi sunt următoarele aspecte:

- Lipsa fondurilor proprii, lipsa investițiilor în renovarea încăperilor și a zonelor comune;
- Amenințare din partea concurenților intra-industriali;
- Amenințarea de la proprietarii de apartamente private, închirierea locuințelor în mod pirat;
- Este posibil ca noi concurenți să intre pe piață;
- Criza economică, situația financiară dificilă a întreprinderilor - clienților, o scădere a puterii de cumpărare a populației, ceea ce duce la o scădere a cererii de servicii hoteliere.

Industria ospitalității este una dintre cele mai rapide industrii de servicii. Mai mult, există o mulțime de locuri în hotelurile orașului. Astfel, avantajul față de ceilalți participanți la piață, în primul rând, este locația noastră. Dar sarcina principală pentru noi este îmbunătățirea calității serviciilor furnizate. Și calitatea serviciilor furnizate implică reînnoirea stocului camerei, care este un eveniment destul de costisitor. Veniturile companiei astăzi nu permit reînnoirea numărului de camere în suma necesară folosind fondurile proprii.

Industria ospitalității este una dintre industriile de servicii cu cea mai rapidă creștere. Mai mult, există o mulțime de locuri în hotelurile orașului. Astfel, avantajul față de ceilalți participanți la piață, în primul rând, este locația noastră. Dar sarcina principală pentru noi este îmbunătățirea calității serviciilor furnizate. Iar calitatea serviciilor oferite presupune reînnoirea stocului de camere, care este o întreprindere destul de costisitoare. Veniturile companiei astăzi nu permit reînnoirea numărului de camere în suma necesară folosind fondurile proprii.

tabelul 1

Evaluarea competitivității

№	Index	Rapoarte de competitivitate			
		Hotelul BĂLȚI	Hotelul Elit	Hotelul Vis-Pas	Hotelul Astoria
1.	Locație	Centru lângă parc	Centru	La periferia orașului Bălți	La periferia orașului Bălți
2.	Disponibilitate parcare	Există	Există	Există	există
3.	Alimente	Există	-	Există	există
4.	Adăugare de calitate servicii	Medie	Superioară	superioară	superioară
5.	Costul de trai	preț accesibil	preț mare	preț mare	preț mare

În stabilirea prețurilor, hotelul folosește o metodă de stabilire a prețurilor bazată pe nivelul prețurilor actuale de pe piață. În medie, prețul unui pat este de 250 de lei pe zi.

Alegerea metodei de stabilire a prețurilor se datorează faptului că elasticitatea cererea în acest caz este dificil de măsurat, respectarea nivelului prețurilor actuale înseamnă menținerea unui echilibru normal în cadrul industriei.

Tabelul 2

Evaluarea punctelor tari și a punctelor slabe ale întreprinderii

Puncte tari	Puncte slabe
1.	2.
Sistem de distribuție	
1. Disponibilitatea managerilor cu experiență; 2. Analiza nevoilor consumatorilor de servicii; 3. Organizarea instruirii personalului; 4. Lucrați la diferite forme de plăți; 5. Acumularea experienței de vânzare și construirea unei baze de date despre consumator	1. Experiență publicitară personală insuficientă; 2. Nevoia de risc
Servicii	
1. Capacitatea de a furniza servicii în conform dorințelor specifice clienți; 2. Planificarea prospectivă a volumelor de vânzări; 3. Furnizarea de servicii conexe	1. Lipsa oportunității de a influența furnizorii; 2. Certificarea serviciilor furnizate;
Activele financiare proprii ale întreprinderii	
1. Independența financiară	1. Insuficiența activelor circulante și a locurilor pentru răspuns prompt la creșterea cererii
Organizarea managementului	
1. Reacție mobilă la schimbarea condițiilor de pe piață; 2. Prezența grupurilor de lucrători calificați	1. Nu toate deciziile pot fi luate de conducere
Imagine de hotel	
1. Nivel ridicat de serviciu	1. Îndeplinirea obligațiilor asumate în temeiul profit minim sau zero

6. Evaluarea riscurilor și asigurarea

Tipurile de riscuri și metodele asigurării lor sunt prezentate în Tabelul 3.

Tabelul 3

Tipuri de riscuri și metode de asigurare împotriva acestora

Tipul de risc	Gradul de risc	Metode de asigurare împotriva riscului
1	2	3
1.COVID-19	Inevitabil	1. Creșterea volumului spațiilor închiriate 2. Reducerea costurilor maxime 3. Respectarea tuturor măsurilor pentru a asigura siguranța oaspeților hotelului
2. Nefavorabil schimbări piață conjunctură	Inevitabil	1. Cercetare de piață de marketing profundă, efectuate sistematic; 2. Aplicarea metodelor progresive serviciu Clienti
3. Rezistența concurenți. Lipsit de scrupule Concurență	Acceptabil	1. Folosirea metodelor de protecție judiciară; 2. Urmărirea condițiilor pieței; 3. Folosirea aparatului de marketing
4. Procesele de inflație	Acceptabil	1. Efectuați un preț rezonabil politicieni: creșterea prețurilor nu rămâne în urmă față de rata inflației
5. Financiar Riscuri	Inevitabil	1. analiza activităților financiare și economice

În contextul pandemiei în curs de desfășurare COVID-19, este necesar să fim foarte atenți la prezicerea performanțelor financiare și economice ale hotelului. Se poate spune fără echivoc că procesul de redresare economică în general și industria hotelieră, în special, va fi lung și va necesita concentrarea tuturor eforturilor posibile din partea conducerii hotelului și a personalului.

În contextul unei scăderi temporare a cererii de servicii hoteliere, săli de conferințe și servicii de restaurant, ar trebui să se utilizeze mai activ posibilitatea furnizării de spații hoteliere neutilizate pentru închiriere.

Politica de prețuri într-o perioadă de scădere a cererii pentru servicii hoteliere și de restaurant ar trebui să devină și mai flexibilă și mai personalizată.

Având în vedere lipsa fondurilor proprii necesare dezvoltării întreprinderii, devine urgentă căutarea și participarea la programe de investiții pentru dezvoltarea regiunii.

În ciuda dificultăților, sunt sigur că, cu sprijinul fondatorului, compania noastră are o perspectivă de dezvoltare.

Svetlana VLOS