



# **Бизнес - план**

Муниципальное

Предприятие

**«Гостиница «БЭЛЦЬ»**

2020 год

Обращаем внимание! Показатели данного бизнес-плана являются условными. На текущий момент затраты на реконструкцию, в особенности, связанные непосредственно с выполнением строительно-монтажных работ и пр., могут превысить прогнозные денежные потоки.

## 1. ОПИСАНИЕ ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ

**Муниципальное предприятие «ГОСТИНИЦА «БЭЛЦЬ»** располагает следующим перечнем предоставляемых услуг:

### 1).Услуги гостиничного комплекса

– предприятие располагает гостиницей на 85 номеров.

Из них:

-5 одноместных номеров без удобств;

-8 двухместных номеров без удобств;

- 3 одноместных номера с частичными удобствами;

- 4 номера с полуторной кроватью с удобствами;

-19 одноместных номеров с удобствами;

- 26 двухместных номеров с удобствами;

-2 номера полу-люкс;

-15 номеров люкс;

-2 номера «Апартаменты».



2).Услуги общественного питания –

в гостинице имеется кафе на **80** посадочных мест.

3).Услуги для автотранспорта -

Клиенты гостиницы могут оставить свой транспорт во внутреннем дворе, оснащенном видеонаблюдением..

4).Помимо этого, гостиница **сдаёт в аренду свободные площади под офисы.**

5). Услуги конференц-зала вместимостью **40** и **80** мест.

6). Услуги прачечной.

7). Киоск.

#### **Целевая группа:**

-Деловые люди, приехавшие в командировку по рабочим вопросам;

-Участники различных конференций, семинаров и тренингов;

-Туристы и гости города.

## 2. КОНКУРЕНЦИЯ

**Сильными сторонами нашего предприятия являются:**

- Месторасположение гостиницы;
- Многолетний опыт работы;
- Большое количество и разнообразие номеров;
- Комплексность в предоставлении услуг;
- Доступность сети Wi-Fi.

**Слабыми сторонами на сегодняшний день являются следующие аспекты:**

- Нехватка собственных средств, отсутствие инвестиций на обновление номерного фонда и мест общего пользования;
- Угроза со стороны внутриотраслевых конкурентов;
- Угроза со стороны владельцев частных квартир, сдающих жилье пиратским способом;
- Возможно вхождение в рынок новых конкурентов;
- Экономический кризис, тяжелое финансовое положение предприятий – клиентов, снижение платежеспособности населения, что приводит к снижению спроса на услуги гостиницы.

Отрасль гостиничного сервиса является одной из отраслей сферы услуг, которая развивается быстрыми темпами. При этом мест в гостиницах города достаточно много. Таким образом, преимуществом перед другими участниками рынка, в первую очередь, является наше расположение. Но, первостепенной задачей для нас является повышение качества предоставляемых услуг. А качество

предоставляемых услуг предполагает обновление номерного фонда, что является достаточно затратным мероприятием. Доходы предприятия на сегодняшний день не позволяют обновить номерной фонд в необходимом объеме за счет собственных средств.

Таблица 1

**Оценка конкурентоспособности**

№	Показатель	Коэффициенты конкурентоспособности			
		Гостиница «БЭЛЦЬ»	Гостиница «ASTORIA»	Гостиница «Лидо»	Гостиница «VIS-PAS»
1.	Месторасположение	ЦЕНТР рядом с парком	На окраине Бэлць	На окраине Бэлць	На окраине Бэлць
2.	Наличие автостоянки	есть	есть	есть	есть
3.	Питание	есть	есть	есть	есть
4.	Качество доп. услуг	среднее	высокое	высокое	высокое
5.	Стоимость проживания	средняя	высокая	высокая	высокая

### 3. ПЛАН МАРКЕТИНГА

В ценообразовании гостиница использует метод установления цены на основе уровня текущих цен на рынке. В среднем цена одного койко-места составляет 250леев в сутки.

Выбор метода ценообразования обусловлен тем, что эластичность спроса в данном случае с трудом поддаётся замеру, придерживаться уровня текущих цен – значит, сохранить нормальное равновесие в рамках отрасли.

Таблица 2

#### Оценка сильных и слабых сторон предприятия

Сильные стороны	Слабые стороны
1.	2.
Система распределения	
1. Наличие опытных руководителей; 2. Анализ потребностей потребителей услуг; 3. Организация обучения персонала; 4. Работа по различным формам платежей; 5. Накопление опыта продаж и создание базы данных о клиентах	1. Недостаточный собственный опыт рекламы; 2. Необходимость риска
Предоставляемые услуги	
1. Возможность предоставления услуг в соответствии со специфическими пожеланиями клиентов; 2. Перспективное планирование объемов продаж; 3. Предоставление сопутствующих услуг	1. Отсутствие возможности влиять на поставщиков; 2. Сертификация предоставляемых услуг;

<b>Собственные финансовые средства предприятия</b>	
1.Финансовая независимость	1.Недостаточность оборотных активов и мест для оперативного реагирования на повышение спроса
<b>Организация управления</b>	
1.Мобильная реакция на изменение условий на рынке; 2.Наличие квалифицированных групп работников	1.Не все решения руководство может принимать самостоятельно
<b>Имидж гостиницы</b>	
1.Высокий уровень обслуживания	1.Выполнение принятых обязательств при минимальной или нулевой прибыли

Проведённый анализ позволяет избрать для гостиницы маркетинговую стратегию ограниченного роста за счёт:

- 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 созданного web-сайта гостиницы, на котором выложена подробная информация о предприятии и предоставляемых услугах, а также предоставлена возможность on-line бронирования, что обеспечит более высокую загрузку гостиницы.

## 4. ОЦЕНКА РИСКА И СТРАХОВАНИЕ

Виды рисков и методы их страхования представлены в табл.5

Таблица 3

### Виды рисков и методы страхования от них

Вид риска 1	Степень риска 2	Методы страхования от риска 3
1.Неблагоприятные изменения рыночной конъюнктуры	Неизбежный	1.Глубокое маркетинговое исследование рынка, проводимое систематически; 2.Применение прогрессивных методов обслуживания клиентов
2.Противодействие конкурентов. Недобросовестная конкуренция	Допустимый	1.Использование методов судебной защиты; 2.Отслеживание конъюнктуры рынка; 3.Использование аппарата маркетинга
3.Инфляционные процессы	Допустимый	1.Проведение разумно обоснованной ценовой политики: рост цен не отстает от уровня инфляции
4.Финансовые риски	Неизбежный	1.анализ финансово-экономической деятельности

## 5. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

### 5.1. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ОБЪЕМА ПРОДАЖ

Объём предоставленных услуг, койко-сутки -10000

Средний тариф – 250 леев

Предполагаемая выручка от основной деятельности – 2500тыс. леев

Выручка от предоставления доп. Услуг – 1000,0 тыс. леев

Итого выручка от продаж – 3500 тыс. леев

### 5.2. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РАСХОДОВ

#### 1. Смета расходов по оплате труда

- Фонд заработной платы – 1708 тыс. леев

-Отчисления в Соц. Фонд(18%) – 307,4 тыс. леев

-Фонд Мед. Страхования (4,5%) – 76,9 тыс. леев

Всего расходы на оплату труда – 2092,3 тыс. леев

#### 2. Изменение ставки местных налогов и сборов на 2020 год

предполагает увеличение расходов в части отчислений, входящих в состав затрат, и составляет 182,7 тыс. леев.

3. Сумма износа основных средств составит 76,0 тыс. леев

4. Оплата ком. услуг – 450,0 тыс. леев

5. Себестоимость товаров (доп. услуги) – 500,0 тыс. леев

6. Прочие расходы – 150,0 тыс. леев

Всего расходов - 3450,0 тыс. леев

Предполагаемая прибыль – 50.0 тыс. леев.



Таким образом, данные прогноза финансово-хозяйственной деятельности на 2020 год подтверждают необходимость инвестиций извне, направленных на развитие предприятия и получения прибыли.

Средняя стоимость ремонтных работ и оснащения стандартного номера 80-100 тыс. леев.

Возможность проведения работ своими силами 10 номеров в год.

Сумма необходимых инвестиций на вышеуказанные работы в 2020 году составляет 1000,0 тыс. леев.

Директор

МП «Гостиницы «БЭЛЦЬ»



Светлана ВЛОС