

# Бизнес-план открытия предприятия в сфере гостиничных услуг (с финансовой моделью)

<https://marketpublishers.ru/r/O397B10FDB0RU.html>

Дата: 24.07.2017

Страниц: 64

Цена: 27 500 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: O397B10FDB0RU

## Описание

Адаптация данного бизнес-плана возможна под любой проект на территории России, Украины и стран СНГ.

К данному бизнес-плану прилагается финансовая модель в отдельном файле, которая позволяет с легкостью выстроить новый финансовый план методом ввода соответствующих данных.

Описание проекта

Суть и идея: открытие отеля «CENTRO».

География и расположение: \*\*\*, \*\*\*ая область, Россия.

Номерной фонд: 24 номера

Категории номеров:

DBL Comfort, свадьба, семейный

DBL Standard

SGL Comfort

SGL Standard

Состояние гостиничного рынка: рынок может быть охарактеризован как растущий: так, численность КСР – коллективных средств размещения – выросло как в области в целом, так и непосредственно в г. \*\*\*. Имеет место смена формата: так, если 10 лет назад в городе преимущественно преобладали гостиницы и отели с большим номерным фондом, то сегодня предложение изобилует малыми средствами размещения, ориентирующимися на индивидуальный подход к каждому гостю. Ввиду усиления позиций внутреннего туризма, спрос на отели на территории \*\*\*а только за 2 последних года вырос на \*\*\*% (анализ поисковой статистики).

Конкурентное окружение: отели и гостиницы, расположенные в шаговой доступности и одном районе с местом расположения отеля «CENTRO», а именно:

\*\*\*

\*\*\*

\*\*\*

\*\*\*

\*\*\*

#### Выдержки из исследования

В рамках настоящего проекта инициаторами запланировано открытие отеля «CENTRO» с объемом номерного фонда 24 номера, расположенного по адресу: Россия, \*\*\*ая область, г. \*\*\*.

Гостиницы и отели различают по многим критериям, центральным из которых выступает объем номерного фонда:

малые (до 150 номеров)

средние (от 150 до 299 номеров)

большие (от 300 до 600 номеров)

мега-отели (более 600 номеров)

Минимальная вместимость гостиниц зависит от национальных, региональных условий и действующих стандартов и составляет, как правило, 7–10 номеров (Россия – 10 номеров).

Таким образом, рассматриваемый в рамках проекта отель «CENTRO» относится к первой категории, то есть к малым средствам размещения.

Отель «CENTRO» – это современный комфортабельный отель. Отель расположен в исторической части центра города на пересечении Советского проспекта и улицы Коммунистов (бывшая Казначейская), в непосредственной близости от Воскресенского собора, Художественного музея, городской филармонии и Камерного театра.

Отель «CENTRO» предлагает своим гостям 24 номера 4 различных категорий, отвечающих современным требованиям и высоким стандартам:

DBL Comfort, свадьба, семейный

DBL Standard

SGL Comfort

SGL Standard

Номера оснащены всем необходимым для комфортного проживания гостей: кондиционер, холодильник, ванная комната, SMART-TV, WI-FI интернет, телефон. А также в каждом номере имеются тапочки, халат, фен, туалетные принадлежности.

Согласно классификации, SGL – (single) – одноместное размещение, DBL - (double, double twin) предполагает двухместное размещение с одной двухспальной или двумя отдельными кроватями.

\*\*\*

\*\*\*

Состояние гостиничной отрасли \*\*\*ой области

По данным рейтингового агентства «Эксперт-РА», \*\*\*ая область занимает 11 место в Российской Федерации по туристскому потенциалу и 4 строчку в рейтинге лучших городов в России для отдыха с семьёй журнала Forbes. Оценивая факторы привлекательности \*\*\*ой области, можно отметить, что первое место занимает богатейшее культурно-историческое наследие. На территории области на сегодняшний день насчитывается 777 памятников истории и культуры, из них 218 объектов федерального значения.

В регионе результативно развивается теплоходный, культурно-познавательный, событийный, экологический туризм, экскурсии. Организации, обслуживающие туристов, предлагают более 250 экскурсий по области, примерно такое же количество маршрутов внутренних и выездных.

Обслуживание туристов, путешествующих на комфортабельных, многопалубных теплоходах по \*\*\*осуществляется на специальных туристских причалах в селах \*\*\* и \*\*\*, городах \*\*\* и \*\*\*.

Так, по итогам 2015 года (данные Вологдастат, последние актуальные данные), все туристические компании области обслужили в общей сложности 81167 человек, \*\*\*человека из которых были гражданами Российской Федерации. Таким образом, для \*\*\*ой области поток внутреннего туризма составляет долю \*\*\*% от общего потока, а внешний туризм при этом занимает долю в \*\*\*% соответственно. Преимущественно, \*\*\*ая область принимает иностранных туристов из стран: Турция, Египет, Греция, СНГ. Детали – в диаграмме ниже.

\*\*\*

По данным Вологдастат, в области на начало 2017 года расположены \*\*\* коллективных средств размещения (КСР) всех типов – таблица ниже. Из таблицы и диаграммы видно, что за последние 10 лет число КСР увеличилось вдвое (против \*\*\* ед. в 2006 г.).

\*\*\*

Несмотря на значительное увеличение численности гостиниц и отелей, число мест для размещения практически не увеличилось, что свидетельствует о смене форматов КСР и смена приоритетов в сторону малых КСР при одновременном закрытии гостиниц с большим номерным фондом.

\*\*\*

Доля г. \*\*\* в общем числе КСР области составляет \*\*\*%.

Предложение на гостиничном и отельном рынке г. \*\*\*

Гостиницы в \*\*\*е ежедневно принимают большое число гостей, так как \*\*\* – один из старейших городов России, привлекающий большое число туристов. Разнообразные по

звездности и ценовым категориям гостиницы \*\*\*а рады предоставить потребителю свои услуги.

Так, с точки количества звезд отельный и гостиничный фонд \*\*\*а можно разделить на три категории:

3\* – \*\*\*% рынка

4\* – \*\*\*рынка

без звезд/не определено – \*\*\*% рынка

Как видно из анализа, 5-тизвездочных звезд размещения в \*\*\*е не выявлено.

\*\*\*

Среди наиболее представленных мест размещения в \*\*\*е – отели и апартаменты, занимающие в совокупности почти \*\*\*% рынка всех КСР (коллективные средства размещения). Среди также встречающихся средств размещения для туристов – хостелы, виллы, гостевые дома, занимающие в совокупности только \*\*\*-ю часть рынка.

\*\*\*

Среди удобств, относящихся к КСР, в \*\*\*е наиболее представленными являются следующие:

\*\*\*

Численность средств размещения, предлагающих те или иные удобства, а также их сочетания, представлена в виде диаграммы.

\*\*\*

Гости города могут выбрать средство размещения с тем или иным набором удобств, которые будут присутствовать в номере – в основном это бытовая техника и возможность выхода на балкон. Численность средств размещения, предлагающих те или иные удобства в номерах, а также их сочетания, представлена в виде диаграммы ниже.

\*\*\*

С точки зрения ценового предложения в \*\*\*е преобладает средний ценовой сегмент, то есть варианты размещения, стоимостью до \*\*\* руб.сутки. В низком ценовом сегменте

предложение составляет только \*\*\*% рынка, в высоком ценовом сегменте – \*\*\*%.  
Диаграмма с данными касательно ценового предложения размещена ниже.

Спрос на гостиничном и отельном рынке г. \*\*\*

Туризм можно условно разделить на две категории: внешний туризм, который подразумевает отдых за пределами страны, и внутренний туризм, связанный с посещением отечественных курортных, рекреационных и исторических зон.

Из-за резкого смещения спроса на внутренний рынок российские операторы, чтобы не обанкротиться, были вынуждены начать инвестировать средства на развитие отдельных регионов России, наиболее привлекательных с туристическо-рекреационной точки зрения. Поскольку ранее внутреннему туризму уделялось недостаточное внимание, сейчас компании были вынуждены в экстренном порядке создавать курорты европейского типа практически «с нуля». Заметное увеличение инвестиций в основной капитал (строительство объектов), закупки транспорта для обеспечения нужд отелей и гостиниц, создание инфраструктуры – все это все эти признаки свидетельствуют о резком скачке в развитии национального внутреннего туризма.

Так, анализ данных Яндекс Вордстат позволил оценить уровень спроса на места размещения в \*\*\*е, начиная с 2015 года. Мониторинг показал, что потребительский спрос на места размещения в \*\*\*е за последние два года увеличился на \*\*%, и, учитывая тенденции, рост сохранится на прежнем уровне.

Таблицы и диаграммы ниже иллюстрируют динамику спроса с 2015 года по 2017 год. Можно видеть, что спрос не обладает ярко выраженной сезонностью и относительно стабилен в течение всего года. Ежемесячно порядка \*\*\* человек интересуются бронированием гостиницы/отеля в г. \*\*\*.

\*\*\*

По запросу «отель \*\*\*» число ежемесячных запросов несколько ниже в сравнении с гостиничными, но, тем не менее, рост – очевиден.

\*\*\*

Ввиду того, что к концу 2015 года российский внешний туризм и компании, работающие в данном секторе, понесли значительные финансовые убытки и лишились доступа к наиболее популярным туристическим курортам, Привлекательность внешнего туризма для россиян в

рассматриваемый период неуклонно снижалась из-за высоких цен на отдых за границей и все более сужающегося круга стран, которые доступны для туристических поездок. Исходя из сложившейся ситуации, интерес к внутреннему туризму – как в деловых, так и в рекреационных целях – будет только расти в глазах потребителя.

### Конкурентное окружение

В городе \*\*\*е гостиничные услуги предлагает целый ряд организаций, краткая характеристика которых представлена в таблице.

\*\*\*

Оценим конкуренцию на рынке с помощью 5 конкурентных сил Портера. Таким образом, можно говорить о том, что происходит осложнение ситуации на рынке – ужесточается конкуренция и происходит рост запросов потребителей к качеству гостиничных услуг.

Гостиницы, являющиеся конкурентами отеля «CENTRO» предлагают разные условия для своих клиентов.

Для проведения сравнительного конкурентного анализа были выбраны критерии, доступные для сторонней оценки, а именно:

Удобство месторасположения.

Качество питания.

Безопасность.

Вежливость и доброжелательность персонала.

Имидж отеля.

Дизайн и оснащение номерного фонда.

Предложение дополнительных услуг.

Доступность цен.

В таблице представлены результаты сравнительного конкурентного анализа гостиниц \*\*\*а.

\*\*\*

Согласно данным таблицы, у отеля «CENTRO» \*\*\* конкурентная позиция на гостиничном рынке г. \*\*\*а. При относительно доступных ценах на номера, отель «CENTRO» характеризуется слабым развитием дополнительных услуг, несформированным имиджем.

На диаграмме ниже представлены результаты сравнительного конкурентного анализа в графическом виде – в форме стратегической конкурентной канвы.

\*\*\*

В таблице ниже представлены результаты сравнительного конкурентного анализа, с присвоением каждому параметру веса.

С учетом веса критериев потенциальную конкурентную позицию отеля можно оценить как устойчивую, но недостаточно сильную. Лидерами рынка являются отели ...

В целом по результатам проведенного исследования можно сделать вывод о том, что отель «CENTRO» будет нуждаться в повышении конкурентоспособности на рынке гостиничных услуг города и завоевании собственной ниши с формированием базы постоянных клиентов, при этом одним из перспективных мероприятий в данном направлении является развитие системы дополнительных услуг и повышение качества сервиса.



## Содержание

Перечень таблиц, диаграмм, рисунков  
Резюме проекта

### **РАЗДЕЛ 1. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА**

### **РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЫНКА**

- 2.1. Состояние гостиничной отрасли \*\*\*ой области
- 2.2. Предложение на гостиничном и отельном рынке г. \*\*\*
- 2.3. Спрос на гостиничном и отельном рынке г. \*\*\*

### **РАЗДЕЛ 3. КОНКУРЕНТНОЕ ОКРУЖЕНИЕ**

### **РАЗДЕЛ 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН**

- 4.1. Channel Manager TravelLine

### **РАЗДЕЛ 5. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН**

- 5.1. Персонал
- 5.2. Техническое оснащение этажей
  - 5.2.1. Мебель
  - 5.2.2. Сантехника
  - 5.2.3. Светильники
  - 5.2.4. Текстиль
  - 5.2.5. Прочее оснащение
  - 5.2.6. Прачечная
  - 5.2.7. Ресепшн

### **РАЗДЕЛ 6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН**

- 6.1. Допущения проекта
- 6.2. Цены
- 6.3. Сезонность
- 6.4. Объемы реализации
- 6.5. Выручка
- 6.6. Персонал

- 6.7. Затраты
- 6.8. Налоги
- 6.9. Инвестиции
- 6.10. Капитальные вложения
- 6.11. Амортизация
- 6.12. Отчет о прибыли и убытках
- 6.13. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC
- 6.14. Отчет о движении денежных средств
- 6.15. Показатели экономической эффективности

## **РАЗДЕЛ 7. АНАЛИЗ РИСКОВ ПРОЕКТА**

- 7.1. Анализ чувствительности
- 7.2. Анализ безубыточности

## Оформление заказа

Product name: Бизнес-план открытия предприятия в сфере гостиничных услуг (с финансовой моделью)

Product link: <https://marketpublishers.ru/r/O397B10FDB0RU.html>

Цена: 27 500 руб. (Single User License / Electronic Delivery)

If you want to order Corporate License or Hard Copy, please, contact our Customer Service:  
[info@marketpublishers.ru](mailto:info@marketpublishers.ru)

## Payment

To pay by Credit Card (Visa, MasterCard, American Express, PayPal), please, click button on product page <https://marketpublishers.ru/r/O397B10FDB0RU.html>

To pay by Wire Transfer, please, fill in your contact details in the form below:

Имя:  
Фамилия:  
Email:  
Компания:  
Адрес:  
Город:  
Zip code:  
Страна:  
Tel:  
Факс:  
Your message:

**\*\*All fields are required**

Customer signature \_\_\_\_\_

Please, note that by ordering from marketpublishers.com you are agreeing to our Terms & Conditions at <https://marketpublishers.com/docs/terms.html>

To place an order via fax simply print this form, fill in the information below and fax the completed form to +44 20 7900 3970