



Маркет
Аналитика

**БИЗНЕС-ПЛАН
ОТКРЫТИЯ ГОСТИНИЦЫ**

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Москва, январь 2010



СОДЕРЖАНИЕ

КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОЕКТА

Идея проекта

Экономика проекта

ВНЕШНЕЕ ОКРУЖЕНИЕ ПРОЕКТА

Оценка туристического потока в РФ

Отраслевые ассоциации и объединения

Краткий обзор рынка Москвы

Ценообразование на рынке

Конкурентный анализ

Целевая аудитория

Тенденции развития рынка

КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

Распределение площади объекта

Виды услуг

Стоимость услуг

Позиционирование услуг

Концепция рекламной и PR кампаний

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Организационный план реализации проекта

Производство услуг

ПЕРСОНАЛ ПРОЕКТА

Формирование штата сотрудников

Штат сотрудников и его функционал

Формирование фонда оплаты труда

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Объем вложений

Затраты на открытие гостиницы

Текущие месячные затраты

План продаж

План доходов

Отчет о прибылях и убытках

График окупаемости проекта

Показатели эффективности проекта

ЮРИДИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ

СПИСОК ДИАГРАММ И ТАБЛИЦ



КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОЕКТА

Идея проекта

Создание гостиницы, ориентированной на клиентов из городов России, совершающих визиты в Москву по работе или в отпуск, и зарубежных посетителей столицы. Гостиница класса 3 звезды, оказывающие услуги на достойном уровне.

Необходимая площадь – 2000-2500 кв.м.

Этажность – 2-3 этажа. На первом этаже располагается холл, ресторан и часть номеров, на следующих этажах размещены остальные номера.

Время работы – 24 часа в сутки

Экономика проекта

Расчетный срок проекта – ... года

Необходимый объем инвестиций – ... \$.

Срок окупаемости проекта – ... мес.

Внутренняя норма рентабельности IRR, год – ... %

Внутренняя норма рентабельности IRR, мес. – ... %



ВНЕШНЕЕ ОКРУЖЕНИЕ ПРОЕКТА

Оценка туристического потока в РФ

По данным Федерального Агентства по Туризму, за 9 месяц 2009 г. 1,6 млн. человек посетили нашу страну с целью туризма, служебные поездки совершили 2,3 млн. иностранных граждан.

Как отмечают эксперты отрасли, туристический поток снизился на 10-15%. Интересно отметить, что по данным компании Knight Frank, количество иностранных граждан, посетивших Москву в первом квартале 2009 года, снизилось на 19% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года.¹

Влияние кризиса на отрасль

Гостиничный бизнес наравне с остальными отраслями, подвергся влиянию мирового кризиса. Как было отмечено выше, произошло сокращение деловых и туристических поездок в страну, это негативно отразилось на уровне заполняемости гостиниц в 2009 г. Если на протяжении последних лет Москва находилась среди лидеров по показателю доходности на номер, то под влиянием кризиса уровень дохода на номер столичных гостиниц начал снижаться.

Отраслевые ассоциации и объединения

Российская Гостиничная Ассоциация.

Краткий обзор рынка Москвы

На данный период времени, в Москве насчитывалось порядка 228 гостиниц совокупным номерным фондом более 36 тыс. номеров, из которых:

- Класс люкс (5 звезд) – 2853
- Бизнес-класс (4 звезды) – ...
- Средний класс (3 звезды) – ...

¹ <http://www.prohotel.ru/news-107223/0/>



- Экономический класс (1-2 звезды) – 9466
- Мини-отели (менее 50 номеров) – ...

На 2009 г. Также отмечено снижение загрузки гостиничных номеров. Многие компании в связи с этим пытаются привлечь клиентов, используя следующие методы стимулирования:

- ...
- ...

Ценообразование на рынке

На рынке используется затратный метод ценообразования.

Разброс цен на московском рынке составляет:

...

Конкурентный анализ

Рассмотрим конкурентное окружение планируемого объекта. В конкурентном анализе будет дана характеристика отелей со средним номерным фондом, класса 3 звезды.

Целевая аудитория

Потребители гостиничных услуг – это иногородние граждане, которые совершают поездки в другие города и страны с целью туризма или решения деловых вопросов.

В зависимости от уровня дохода и общих предпочтений, постоялец отеля выбирает гостиницы и номера определенного уровня.

Критерии выбора гостиницы:

- ...

Тенденции развития рынка



Что касается тенденций развития рынка, то можно отметить следующее:

- Нехватка номерного фонда в категории отелей 2-3 звезды. Таким образом, сохранится дефицит гостиничных мест, в первую очередь в среднем сегменте.
- Зарубежные инвесторы проявляют активный интерес к гостиничному бизнесу РФ.
- ...



КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

Распределение площади объекта

В первую очередь необходимо подобрать здание, которое бы соответствовало следующим параметрам:

- Этажность – 2, 3 этажа.
- Площадь порядка 2500 кв.м.
- ...
- ...

Перечень необходимых помещений:

- Помещения под номера разной площади
- ...
- ...

Рассмотрим план распределения основной площади.

Таблица 1. Распределение основных площадей объекта

Услуга	Кол-во	Площадь	Суммарная площадь
1- местный номер
...
...
...
...
Ресторан

Виды услуг

Уровень гостиницы определяет набор услуг, который будет предложен ее клиентам. Под описываемый проект предлагается создать гостиницу уровня 3 звезды, в дальнейшем при расширении пакета услуг и возможностей для постояльцев, возможно перейти в разряд категорий отелей 4 звезды.



На выбор клиента предлагаются следующие номера:

- Одноместный стандартный номер
- ...
- ...

Помимо стандартных услуг по проживанию и обслуживанию номеров, у постояльцев имеется возможность:

- Посетить ресторан/заказать напитки, еду в номер
- ...
- ...

Более подробно описание услуг представлено ниже.

Описание пакета услуг

1. Аренда номера:
 - Проживание
 - ...
2. ...
 - ...

Стоимость услуг

Таблица 2. Цены на конкретные услуги

Услуга	Цена в \$	Кол-во номеров
аренда 1- местный номер
...
...
...
...
аренда помещения под ресторан



Как указано в таблице, совокупный доход гостиницы состоит из суммы доходности от следующих направлений:

1. Сдача номеров в аренду постояльцам. Цена за номер включает в себя:
 - Стоимость проживания в отеле
 - ...
2. ...
3. ...

Позиционирование услуг

Как показывают результаты последних исследований потребителей, то в настоящее время многие путешественники предпочитают останавливаться в единичных отелях, которые обладают своей историей и могут предложить в первую очередь уют и комфорт, уникальный дизайн. Сетевые отели, несмотря на высокий уровень обслуживания, все меньше стали отличаться друг от друга, таким образом, теряя свою уникальность, для многих гостей они перестают быть интересными.

Таким образом, при работе с клиентами, следует акцентировать внимание на следующем:

- ...
- ...

Концепция рекламной и PR кампаний

Итак, работа по продвижению стоит вести в следующих направлениях.

Сайт компании и его продвижение

...

Специализированные порталы, справочники и форумы для туристов.

...

Партнерский маркетинг

...



ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Организационный план реализации проекта

В течение первых 3-х месяцев работы над проектом решаются следующие задачи:

- ...

Производство услуг

ПЕРСОНАЛ ПРОЕКТА

Формирование штата сотрудников

Отметим, что в данном проекте качество услуги зависит от сотрудников гостиницы, которые ее предоставляют. Начиная с общения с клиентом в день въезда и заканчивая уборкой его номера, необходимо четко понимать, что вся ответственность за удовлетворенность постояльца лежит на персонале. Так как постоянно происходит общение персонала и постояльца напрямую.

Таким образом, при наборе штата сотрудников, необходимо обращать внимание на следующие критерии:

- ...

Штат сотрудников и его функционал

Итак, перейдем к формированию необходимого штата сотрудников:

- Управляющий -1 чел.
- ...

Руководство гостиницы осуществляется управляющим, который является непосредственным начальником всей команды сотрудников. В его обязанности входят следующие задачи:

- Организация и контроль работы гостиницы
- ...



Перейдем к рассмотрению организационно-управленческой структуры гостиницы.

Формирование фонда оплаты труда

Что касается фонда оплаты труда, то он выглядит следующим образом.

Таблица 3. Фонд оплаты труда

Должность	Кол-во	Зарплата, \$	Сумма
Управляющий	1	3000	3000
...
...
...
...
...
...
Итого	15		...



ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Объем вложений

Реализация данного проекта предусматривает вложения в размере ... \$.

Большая часть инвестиций приходится на покупку здания. В данном бизнесе она предпочтительнее аренды, так как гостиница – это не просто бренд, а конкретное место в городе, определенные номера. При аренде помещения возникает риск преждевременного расторжения договора аренды. Покупка здания снижает данный риск.

Затраты на открытие гостиницы

Таблица 4. Стартовые затраты

Затраты	Значение, \$	Комментарии
Регистрация юр. лица		
Формирование уставного капитала		
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...
Итого затрат на открытие		

Текущие месячные затраты

Сумма текущих затрат в месяц – ... \$.

В состав данной суммы входят как постоянные, так и переменные затраты. Переменные затраты составляют порядка ... \$.



К постоянным затратам относятся следующие:

- ФОТ (фонд оплаты труда) и отчисления в Пенсионный фонд
- ...

К переменным относятся следующие затраты:

- ...
- Другие расходы

Таблица 5. Текущие месячные затраты

Затраты	Сумма, \$
Постоянные затраты	
ФОТ	...
Отчисления в пенсионный фонд	...
...	...
...	...
...	...
...	...
...	...
Итого	...
Переменные затраты	
...	...
Всего	...

План продаж

Рассмотрим ориентировочный план продаж. Итак, первые 3 месяца предусмотрены для подготовительной работы по открытию гостиницы, в данный период планируется провести выбор и покупку здания, проведение ремонта, набор штата сотрудников, Таким образом, продажа гостиничных услуг начинается со 2 квартала первого года проекта.

Отметим, что максимального объема продаж мы достигаем в 4-ом квартале первого года работы над проектом.

...

Проведем обоснование плана продаж:

- ...

Исходя из сформированного плана продаж, представим план по доходам.

План доходов

Отчет о прибылях и убытках

Отчет о прибылях и убытках также расписан на 2 года функционирования объекта. Заметим, что полная окупаемость проекта происходит после ... лет работы гостиницы.

График окупаемости проекта

Таблица 9. График окупаемости проекта

Месяц	Расходы	Доходы	Налог	Итого	Прибыль до налогов
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
...
...
...
...
50

Таким образом, окупаемость проекта происходит на ... мес. с запуска гостиницы.

Показатели эффективности проекта

Таблица 10. Показатели эффективности проекта

Показатель	Значение
Срок окупаемости проекта	...
Внутренняя норма рентабельности IRR, год	...
Внутренняя норма рентабельности IRR, мес	...



СПИСОК ДИАГРАММ И ТАБЛИЦ

- Диаграмма 1. Динамика снижения туристического потока
- Диаграмма 2. Структура гостиничного рынка Москвы на конец 2008 г.
- Диаграмма 3. Динамика номерного фонда гостиниц верхнего ценового сегмента
- Таблица 1. Распределение основных площадей объекта
- Таблица 2. Цены на конкретные услуги
- Таблица 3. Фонд оплаты труда
- Таблица 4. Стартовые затраты
- Таблица 5. Текущие месячные затраты
- Таблица 6. План продаж
- Таблица 7. План по доходам
- Таблица 8. Отчет о прибылях и убытках
- Таблица 9. График окупаемости проекта
- Таблица 10. Показатели эффективности проекта

По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований и бизнес-планов компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.

Контактная информация:

Телефон: +7 (495) 720-13-80

E-mail: info@marketanalitika.ru

WWW.MARKETANALITIKA.RU