

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/glava-diploma/183092>

Тип работы: Глава диплома

Предмет: Менеджмент (другое)

2. РАЗРАБОТКА И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ 1

2.1. Общая характеристика и анализ деятельности отеля «Radisson Royal» 1

2.2. Оценка конкурентной позиции отеля «Radisson Royal» на рынке гостиничных услуг 7

2.3. Анализ и оценка перспективных направлений повышения конкурентоспособности в гостиничном бизнесе 10

2.4. Пути совершенствования конкурентоспособности и деятельности отеля «Radisson Royal» 13

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 21

ПРИЛОЖЕНИЯ 22

ООО «Radisson Royal» - компания гостиничного комплекса, включающего услуги по предоставлению посетителям гостиничных номеров, общественного питания, автостоянку.

Полное официальное наименование компании – общество с ограниченной ответственностью «Radisson Royal».

Сокращённое официальное наименование нашего гостиничного компании – ООО «Radisson Royal».

Отель ООО «Radisson Royal» по качеству услуг относится к среднему классу - категория пять звезд.

Миссия ООО «Radisson Royal» - «Мы предоставим Вам полный комфорт, полноценный отдых, и возможность восстановить свои силы».

Главная цель деятельности ООО «Radisson Royal» - предоставление услуг временного проживания в отеле и получение прибыли.

ООО «Radisson Royal» предоставляет следующие услуги:

1. Гостиничные номера: Отель рассчитан на 90 номеров, в том числе:

а) 30 номеров односпальных;

б) 30 номеров двухспальных;

в) 30 номеров трёхспальных.

2. Услуги питания:

а) в отеле расположен ресторан;

б) также на каждом этаже (отель трехэтажная) кафе на 12 мест (всего на трех этажах на 36 посадочных мест).

3. Автостоянка: На территории отеля располагается платная автостоянка на 90 автомобилей. Данной автостоянкой могут пользоваться не только посетители отеля, но и все желающие. При этом посетителям отеля предоставляется скидка на услуги автостоянки в размере 30%.

4. Тренажерный зал.

5. Прачечная

6. Сопутствующие услуги:

Заказ билетов в кинотеатры, на концерты и т.д.;

7. Справочное бюро:

Предоставление справочной информации любого рода (по расписанию движения железнодорожных поездов, автобусов, самолетов и т.п.).

Организационная структура ООО «Radisson Royal» выглядит следующим образом (рисунок 1):

Рис. 1. Организационная структура управления ООО «Radisson Royal»

Генеральный директор управляет отелем с целью удовлетворения пожеланий гостей; а также координирует деятельность всех структурных подразделений ООО «Radisson Royal»:

- осуществляет оперативное руководство персоналом отеля;
- решает все возникающие проблемы;
- отвечает за выполнение финансового плана и др.

В функции службы размещения входит:

- бронирование;
- взимание платы за проживание;
- поддержание в порядке базы данных.

Инженерная служба отвечает за:

- исправность лифтов,
- систем кондиционирования,
- отопление, водоснабжение и канализацию,
- электрическое и газовое оборудование кухни,
- кабельное телевидение, компьютеры и т. д.

Отдел снабжения отвечает за закупки товаров необходимого качества по приемлемой цене в нужное время. Кроме того, отдел снабжения контролирует оптимальный размер запасов в отеле, так как многие закупленные товары при длительном хранении могут испортиться.

Служба питания отеля «Radisson Royal» состоит из ресторана и трех кафе. При этом ресторан работает с 8-00 до 23-00, два кафе работают с 6-00 до 24-00, одно кафе (на первом этаже) круглосуточное.

Кадровая служба отвечает за:

- формирование кадров отеля (планирование, отбор и найм);
- обучение работников (подготовка и переподготовка, аттестация, продвижение по службе);
- совершенствование организации и создание безопасных условий труда;
- мотивацию труда персонала;
- разработку программы развития кадров отеля.

Данные об объемах реализации, а также об основных показателях деятельности организации представлены в таблице 1 (приложения 1-2):

1. ГК РФ (ч. 2) от 28.12.2001г. № 146-ФЗ (в ред. от 18.12.2020г.) // Правовая система Гарант.
2. Воронов А.Л. Оценка и менеджмент конкурентоспособности продукции. – М.: Омега-Л, 2018. – 285 с.
3. Голубков Е.Н. Изучение и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе // Маркетинг в России и за рубежом. – 2020. – № 7. – С. 23-27.
4. Гостиничное дело: учебник / под ред. проф. Н.М. Мышьяковой. – СПб.: Нива, 2018. – 314 с.
5. Дмитриева Н.Б. Гостиничный менеджмент: учебник. – М. Альфа-М, 2020. – 390 с.
6. Зайдель Х. Основы учения об экономике. – М.: Инфра-М, 2018. – 432 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент. – М.: Юнити-Дана, 2013. – 582 с.
8. Кусков Л.С. Гостиничное дело. Учебник. – М.: Дашков и Ко, 2019. – 328 с.
9. Ладанов И.Ю. Практический менеджмент. – М.: Ника, 2014. – 416 с.
10. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. – СПб.: Нива, 2013. – 379 с.
11. Маркетинг / Под ред. Л.Н. Романова. – М.: Омега-Л, 2020. – 443 с.
12. Мельничук Д.Б. Семь граней стратегического управления компанией // Менеджмент. – 2021. – № 1. – С. 3-9.
13. Милгром П. Экономика, организация и менеджмент. – СПб.: Экономическая школа, 2018. – 587с.
14. Соколов Н.Л. Современные методы управления ресурсами компании // Финансы, 2020. – № 3. – С. 21-25.
15. Тренев Н.Н. Стратегическое управление. – М.: ФиС, 2019. – 374 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/glava-diploma/183092>