

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/kursovaya-rabota/87829>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Инновационный менеджмент

-

«МАРРИОТТ НОВЫЙ АРБАТ ОТЕЛЬ» представляет собой новый комфортабельный престижный отель, который представляет своим гостям спектр первоклассных услуг:

- Различные категории номеров для размещения;
- Услуги СПА-центра;
- Конференц-залы;
- Ресторанное обслуживание;
- Салоны красоты, Барбершоп;
- Прокат автомобилей;
- Служба консьержей;
- Доставка прессы в номер по запросу;
- Магазины и киоски.

С точки зрения организационно-правовой формы отель выступает обществом с ограниченной ответственностью.

Основная цель функционирования гостиничного предприятия – оказание услуг по размещению. Однако данная коммерческая структура, как и многие другие аналогичные, не ограничивается лишь этим. Для того, чтобы быть максимально интересной потребителю гостиница должна максимально отвечать существующим потребностям и запросам своей целевой аудитории, что нередко сопровождается не только обеспечением должного уровня комфортности и сервисного обслуживания, но и предоставлением расширенного ассортимента дополнительных услуг, каковыми, к примеру, могут выступать СПА-центры, услуги конференц-залов, возможность проведения банкетов и сопутствующих мероприятий. Подобным образом отели в том числе обеспечивают себе дополнительные источники дохода.

1.2 Внешняя и внутренняя среда компании

В соответствии с общепризнанными концепциями менеджмента каждая организация представляет собой открытую систему. Организация, выступая открытой системой, подвержена влиянию факторов внутренней и внешней среды.

В таблице 1 представлены обобщающие результаты анализа общего окружения гостиничного предприятия.

Таблица 1. Результаты анализа общего окружения

Благоприятные факторы общего окружения Неблагоприятные факторы общего окружения

1. Франчайзинговые отели следуют международным стандартам управления.
2. Снижение криминогенной ситуации в стране.
3. Высокая степень свободы СМИ.

4. Высокая деловая активность в городе.
5. Растущая тенденция к активному посещению культурно- исторических мероприятий. Льготы к посещению театров и музеев.
6. Рост продолжительности жизни.
7. Средняя плотность населения.

8. Развитие онлайн- технологий. Появление платформ онлайн- бронирования, платформы сравнения цен, развитие мобильных приложений.

9. Наличие трудовых ресурсов. 1. Всплеск протестных акций. С июня 2019 г. участилось количество митингов, которые зачастую несут неблагоприятные последствия для участников.
2. Напряженные политические отношения с Западом. (Санкции)
3. Низкий уровень развития демократии.

4. Значительное отставание от Европы и Запада в области инновационных технологий в стране.

5. Темп инфляции.

6. Неустойчивость курса валют.

7. Резкие спады доходов населения.

8. Рост уровня безработицы (5.2%)

В таблице 2 представлены результаты анализа общего окружения предприятия.

Таблица 2. Характеристика основных отраслевых факторов.

Благоприятные факторы отрасли Неблагоприятные факторы отрасли.

1. Развитие городов и урбанизация.

2. Рост промышленности, культуры и искусства.

3. Рост численности туристов.

4. Увеличение числа иностранных туристов.

5. Выход на рынок Москвы брендов люксового сегмента.

6. Тенденции к использованию гостиничных предприятий как площадку для проведения различных мероприятий.

7. Рост показателей рентабельности.

8. Тенденции к увеличению продолжительности пребывания во время международных путешествий и увеличению количества путешествий.

9. Расширение туристского спроса пожилых людей.

10. Въездной туризм обретает все более масштабный характер.

11. Рынок демонстрирует рекордные темпы роста (9,4%).

1. Невысокий среднегодовой рост предприятий.

2. Скачок появления на рынке отелей с похожей концепцией- резкий рост конкуренции.

3. Высокое давление на производителей.

4. Тенденции к увеличению продолжительности пребывания во время международных путешествий и увеличению количества путешествий. Рост количества краткосрочных поездок.

5. Низкая привлекательность для инвестиций в связи со сложной экономической ситуацией.

6. Падение доходов с deluxe номеров по сравнению с 2018 г на 1%.

7. Нехватка предложений со средним ценовым сегментом (3*).

Анализ внутренней среды организации. (ООО Марриотт Новый Арбат Отель Лизинг).

Таблица 3. Сильные и слабые стороны.

В таблице 3 представлены наиболее значимые сильные и слабые стороны предприятия.

Сильные стороны Слабые стороны

1. Отель находится под прямым управлением компании Marriott International, являясь одним из последних открытых из сети в Москве. Максимальная узнаваемость бренда. Устойчивый имидж и репутация на рынке.

2. Высокий доход.

3. Полная автоматизация предприятия.

4. Высококачественность предлагаемых услуг.

5. Регулярно проводятся тренинги для повышения квалификации персонала.

6. Выгодное местоположение в центре Москвы.

7. В высокий сезон загрузка в среднем составляет 87-93%.

8. Во всех отелях под управлением сети работает программа лояльности Marriott Bonvoy.

9. Строгий миграционный учет постояльцев.

10. 7 вместительных конференц-залов.

11. Использование удобной системы централизованного бронирования OPERA PMS (контроль доступности номеров, обмен информации о профайлах гостей внутри всех отелей сети)

12. S&C- общая система управления продажами и мероприятиями.

13. Относительно средний стаж работы сотрудников.

14. Хорошая скорость передачи информации между отделами.

1. Ограниченная рыночная доля, вызванная хорошими отзывами о бренде.

2. Трудности на глобальном уровне из-за разного политического строя и требований правительств.
3. Недостаточно строгий контроль соблюдения норм.
4. Недостаточное внедрение новейших технологий (Online check in)
5. Недостаточный уровень безопасности в сфере IT.
6. Текучесть кадров в некоторых отделах.
7. Неграмотное перераспределение обязанностей.

1.3 Состояние инновационной деятельности компании «ООО Новый Арбат Отель Лизинг».

В качестве основного средства определения текущего состояния инновационной деятельности предприятия может служить SWOT- анализ.

Таблица 4. Основная матрица SWOT- анализ «ООО Марриотт Новый Арбат Лизинг».

O Благоприятные факторы (возможности) внешней среды. T Неблагоприятные факторы (угрозы) внешней среды.

O1 Рост промышленности, культуры и искусства. T1 Неустойчивость курса валют и темп инфляции.

O2 Развитие онлайн- технологий. Появление платформ онлайн- бронирования, платформы сравнения цен, развитие мобильных приложений. T2 Политические волнения и всплеск протестных акций (с июня 2019г).

O3 Расширение туристского спроса. T3 Значительное отставание от Европы и Запада в области инновационных технологий в стране.

O4 Тенденции к использованию гостиничных предприятий как площадку для проведения различных мероприятий. T4 Скачок появления на рынке отелей с похожей концепцией- резкий рост конкуренции.

S Сильные стороны организации. W Слабые стороны организации.

S1 Максимальная узнаваемость бренда. Устойчивый имидж и репутация на рынке. W1 Повышенная текучесть кадров в некоторых департаментах.

S2 Высокая загрузка в сезон 87-93%. W2 Недостаточное внедрение новейших технологий.

S3 Использование удобной системы централизованного бронирования OPERA PMS (контроль доступности номеров, обмен информации о профайлах гостей внутри всех отелей сети) W3 Недостаточный уровень безопасности в сфере IT.

Список использованных источников

1. ООО "МАРРИОТТ НОВЫЙ АРБАТ ОТЕЛЬ ЛИЗИНГ": бухгалтерская отчетность и финансовый анализ // [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/7704841002_ooo-marriott-novyuy-arbat-otel-lizing
2. Изотова М.А., Матюхина Ю.А. Инновации в социокультурном бизнесе и туризме. -М.: Советский порт, 2006. 223 с.
3. Копчук Н.В., Тютиков Ю.П., Эмануэль И.В. Стратегическое планирование инвестиционной деятельности: учеб.пособие.-СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2007. 124 с.
4. Тютиков Ю.П., Хайкин М.М., Чернов Г.Е. Инвестиционное проектирование в социальной сфере: учеб.пособие.-СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2000. 142 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/kursovaya-rabota/87829>