

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ «КЛУБ ФИТНЕС ТУРИЗМА»

АВТОР РАБОТЫ: БУЛГАКОВА Н.Н.
РУКОВОДИТЕЛЬ ДИПЛОМА: ЯКОВЛЕВ В.И.

ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ

Цель - разработка предложений по развитию бизнеса в туристической компании.

Задачи:

- Рассмотреть теоретические основы управления туристическими фирмами
- Провести анализ ситуации и выявление проблем управления бизнесом на примере ООО «Клуб фитнес туризма»
- Разработать рекомендаций по управлению развитием бизнеса на примере ООО «Клуб фитнес туризма»

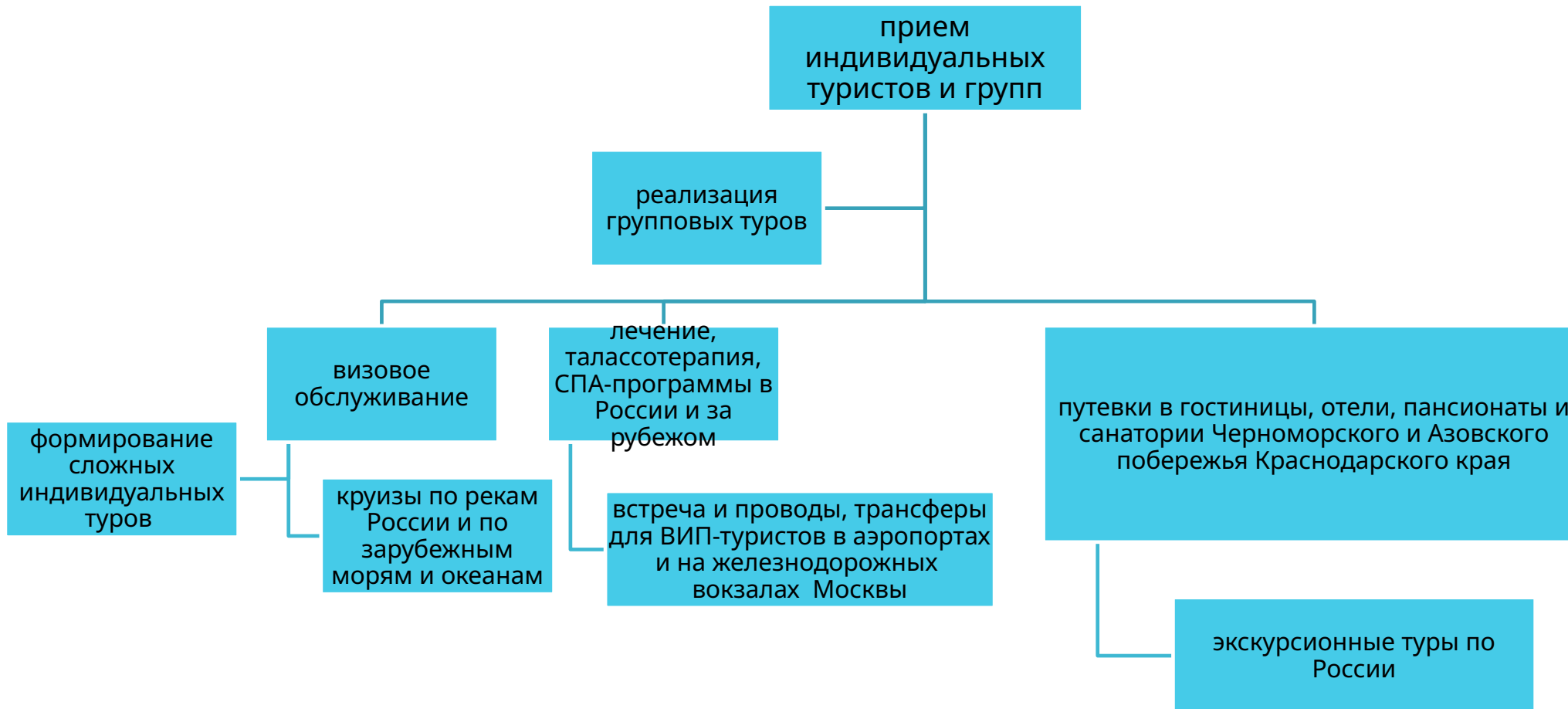
УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ БИЗНЕСА НЕОБХОДИМО ПО СЛЕДУЮЩИМ ПРИЧИНАМ:

Преобразования нужны в свете качественного изменения внутренней среды предприятия в процессе его эволюционного развития. Малые предприятия преобразуются в средние, средние в крупные.

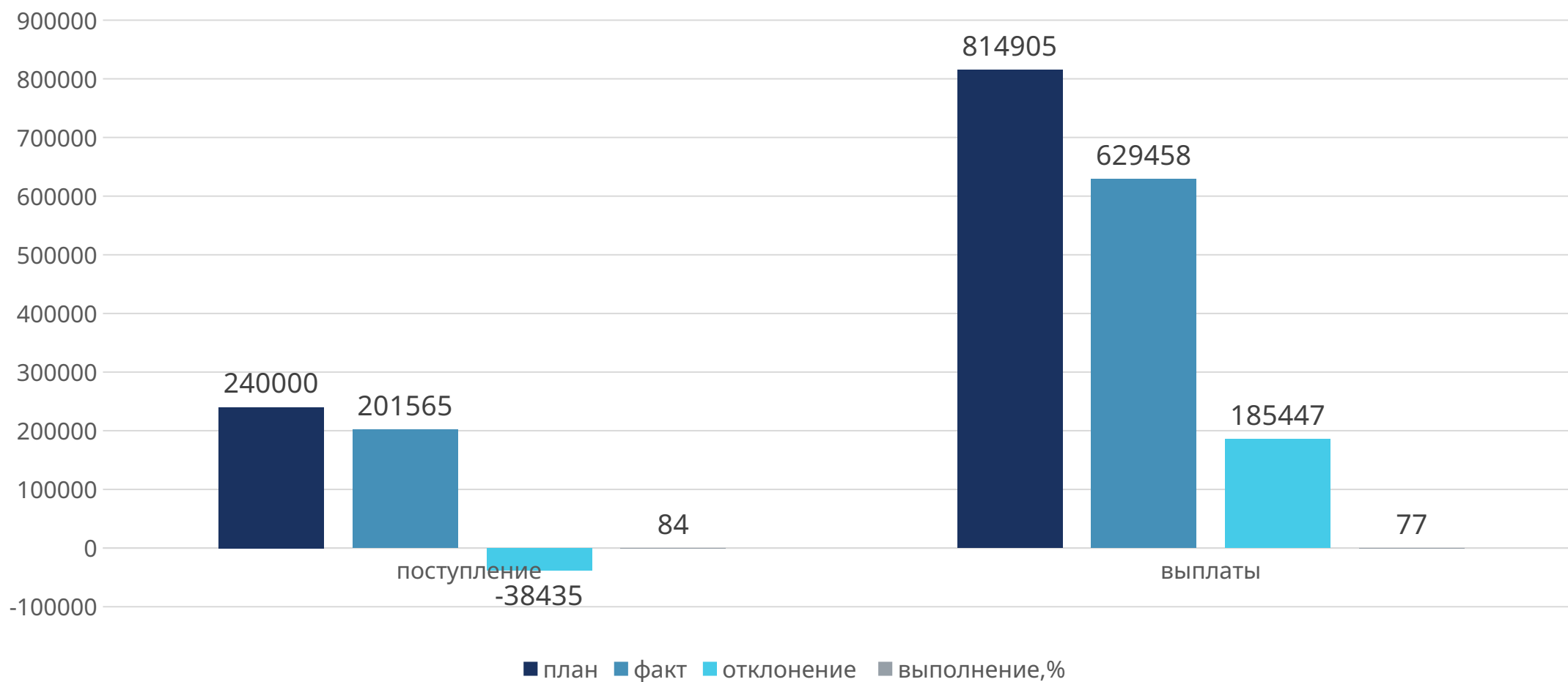
Многие предприятия, созданные в плановой экономике, до сих пор нуждаются в реструктуризации в целях адекватного реагирования на рынок.

Для роста и развития предприятия необходимы изменения, связанные с созданием предпринимательского ядра в руководстве.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ «КЛУБ ФИТНЕС ТУРИЗМА»:



ПЛАН ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ПО ПРОЕКТУ «КТФТ» ЗА ЯНВАРЬ 2016 ГОД



ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА ФИТНЕСА ТУРИЗМА В РОССИИ

Создаются целые сообщества по организации различных спорт туров

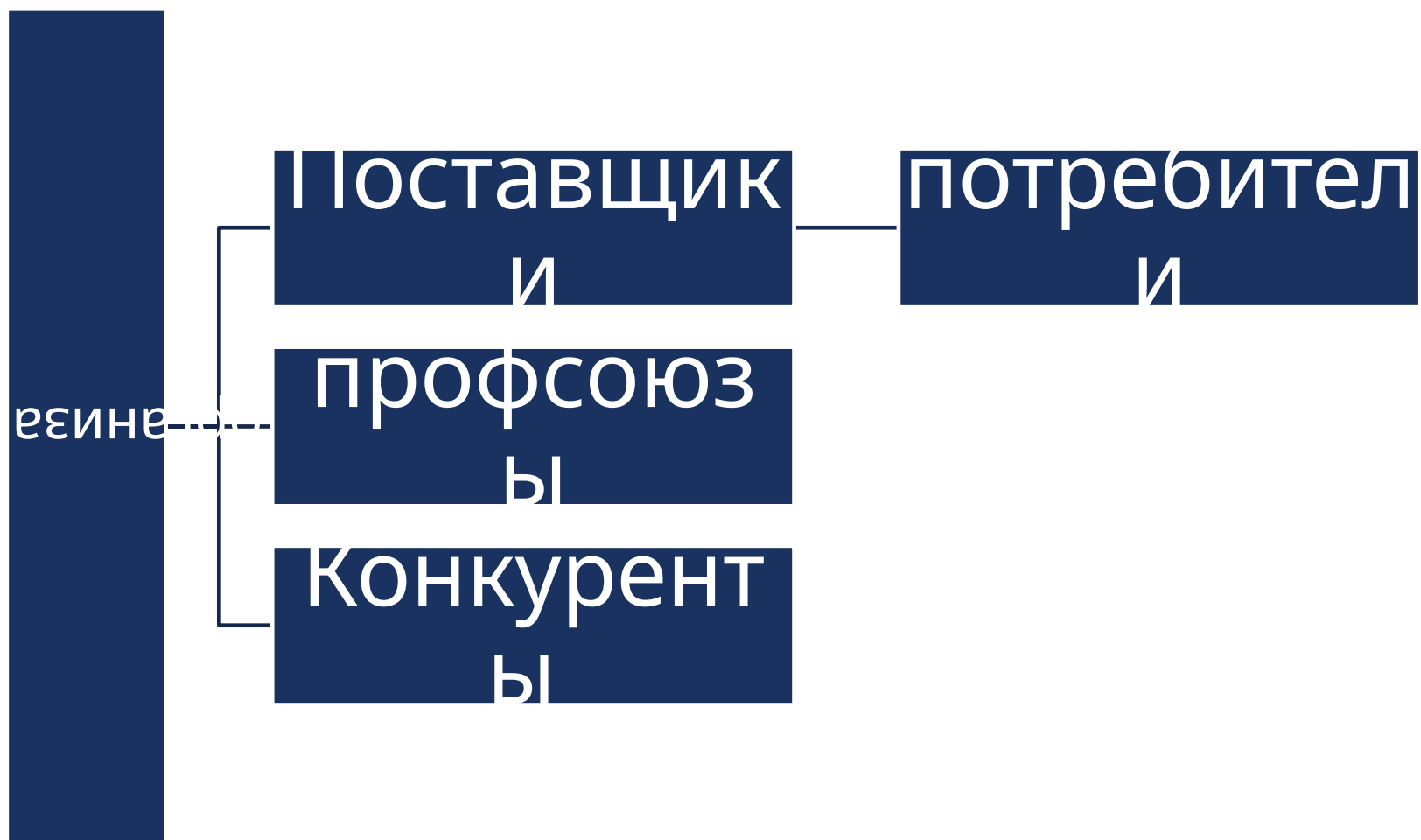
К обычным спортзалам и спа-процедурам прибавляются новые сервисы, мотивирующие путешественников проводить отпуск или командировку с отвлечением от смартфона и барной стойки

К 2017 году мировой рынок велнес-туризма будет увеличиваться на 50 % быстрее, чем общие показатели отрасли в целом, а на текущий год WorldTravelGuide прогнозирует серьёзный «бум» фитнес-туризма

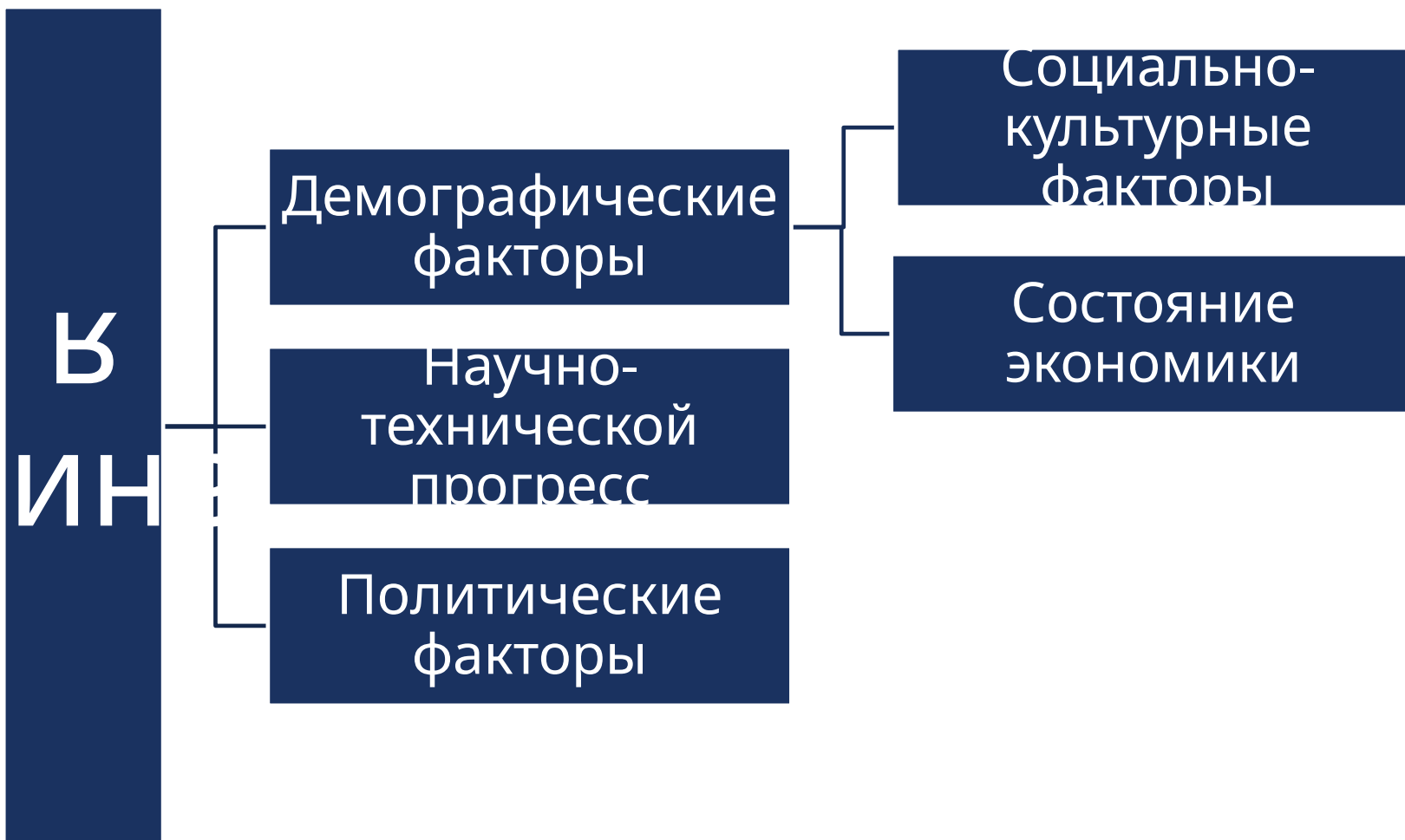
Увеличивающийся спрос на здоровые путешествия всех типов означает, что данная категория будет расти со скоростью 9 % в год до 2017 года, что на 50% быстрее скорости развития «обычного» туризма

Объём туристического рынка России составляет около 25 миллиардов долларов, доля внутреннего туризма в общей статье доходов весьма велика, больше 40%.

СРЕДА ПРЯМОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ



СРЕДА КОСВЕННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ



SWOT-МАТРИЦА

	Возможности: 1.Расширение клиентской базы за счет роста рынка 2. Растущий профессионализм сотрудников 3.Возможность выхода на новые рынки. 4. Расширения спектра товаров и услуг.	Угрозы: 1.Не соответствие возможностей компании с завышенными требованиями клиентов. 2. Растущая конкуренция. 4. Чувствительность потребителя к качеству. 5. Потеря части клиентов.
Сильные стороны: 1. Опыт 2. Налаженные связи с подрядчиками 3. Высокая компетенция и квалификация персонала 4. Персонализация для каждого клиента 5. Достаточный уровень защищенности 6. Инновационный характер предприятия.	«Сила и возможности» 1 Высокое качество и хорошая репутация помогут открытию филиалов и выходу на новые рынки 2 Введение инноваций в области производственной деятельности являются аргументами в ведении конкурентной борьбы	«Сила и угрозы» Разработка оптимальных вариантов действий на изменения 2 Усиление своих позиций на рынке Репутация поможет удерживать позиции
Слабые стороны: 1. Незвестность компании в широких кругах 2. Высокая цена для потребителей 3. Неразвитость сферы в России 4.. Слабовыраженный маркетинг. 5. Кредитные обязательства	«Слабость и возможность» •Изучение рынка путем исследования и прогнозирования •Повышение квалификации и обучение персонала •Для дальнейшего успешного развития компании необходимо разработать	«Слабость и угрозы» •Появление конкурентов вызовет дополнительные расходы финансовых ресурсов •Относительно высокие цены на предлагаемую продукцию нашей компании по сравнению с низкими ценами конкурентов могут повлечь

ОЦЕНКА ПОЗИЦИИ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ

Нынешние конкуренты	Содис, Ван Борк, Будда-тур
Угрозы от новых конкурентов	высокие
Способность поставщиков диктовать условия	средняя
Способность потребителей диктовать условия	средняя
Угрозы от товаров-заменителей	минимальна



ОЦЕНКА РИСКОВ

Геополитические риски могут проявиться в случае потери стабильности в мире.

Макроэкономические риски возникают вследствие изменения фазы цикла деловой активности.

Административные риски связаны с низкой эффективностью системы управления Стратегии.

Техногенные и экологические риски связаны с техногенными авариями, природными катаклизмами и др.

ДЕРЕВО ЦЕЛЕЙ

- ✓ Учет растущих потребностей потребителей
 - ✓ Разработка эффективного плана маркетинга компании
 - ✓ Сокращение числа неэффективных и убыточных проектов компании
 - ✓ Отказ от высокорискованных проектов в будущем
 - ✓ Увеличение количества vip-клиентов и разработка новых предложений для высокодоходного сегмента рынка
 - ✓ Оптимизация расходов компании по существующим статьям



МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ КОЛИЧЕСТВА ЗАКАЗОВ





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!