

image not found or type unknown



Введение. Рассмотрим данную тему на примере ресторана «Горыныч» входящий в состав ресторанный холдинга White Rabbit Famil. Какую сферу деятельности они представляют, их особенности работы и специфика деятельности. Преимущества групповой организационной форме деятельности. Также рассмотрим особенности управления компании в таком формате групповой формы.

Основная часть. Ресторанный бизнес-это сфера деятельности предпринимателей, нацеленных на получение прибыли и удовлетворение нужд потребителей через оказания услуг. Специфика данного заведения заключается в особенности подачи блюд, собственная пекарня, где они подают крафтовый хлеб. Так же у них имеется открытая кухня, где бренд-шеф заведения проводит мастер классы для посетителей. Так же одна их не мала важных особенностей, это вид на старые московские бульвары из панорамных окон.

Так как ресторан «Горыныч» входит в состав холдинга, то структура компании выглядит следующим образом. Холдинг (головная компания), после нее идет финансовый отдел, служба безопасности, юридический отдел, бухгалтерия, отдел закупок, финансовый отдел, отдел маркетинга и рекламы. После этого уже идет сеть ресторанов и магазинов. Структура в самом ресторане выглядит следующим образом: руководящие должности (управляющий и шеф-повар), после этого менеджер и су-шеф и после этого линейный персонал (официанты, повара, бармены, уборщицы).

Преимущества заключается в том, что в результате создания холдинга образуется единый финансовый «котел», из которого можно перераспределять капитал для поддержания бедствующего хозяйственного общества, или же усиливая приоритетные направления, чтобы обеспечить всему холдингу прибыль.

Растущая интеграция предприятий в холдинги связана с тем, что данное слияние позволяет повышать конкурентоспособность, финансовую устойчивость, уровень инвестиционной активности, способствует ускорению технологического развития, достижению оптимальной диверсификации видов деятельности, что в конечном итоге приводит к синергетическому эффекту и увеличению прибыли холдинга.

Кроме того, следует отметить и возможность в рамках холдинга формировать определенную корпоративную культуру, как инструмент эффективного управления, контроля и формирования клиентской лояльности. Исходя из подходов к определению эффективности деятельности компании, можно выделить два блока показателей эффективности – экономический (производительность, прибыль, рентабельность) и социально-психологический (трудовая активность, удовлетворённость трудовой деятельностью, стабильность организации, сработанность)

Холдинг – это структура коммерческих организаций, включающая в себя материнскую компанию и сеть мелких дочерних компаний, которые она контролирует.

Экономическая сущность холдинга заключается в синергетическом эффекте: сумма интегрированных компаний во главе с управляющей компанией достигает больших финансово-экономических показателей, чем сумма равных отдельно действующих компаний.

Отдельные бизнес-единицы в группах компаний выделяются по двум основным признакам: географическому и продуктовому.

При этом, если в разделении по географическому признаку клиентская база, способы продаж, продвижения и организации работы одинаковы, то в продуктовом, наоборот, различны.

Холдинги разделяют на два основных вида по степени влияния:

– конгломератный, объединяющий под центральным управлением несколько отдельных компаний, не связанных видом деятельности;

– интегрированный, включающий несколько компаний производственного цикла, когда под руководством материнской компании идет весь взаимосвязанный процесс производства.

Заключение. Исходя из вышеизложенного, мы видим, что крупным ресторанным холдингам удалось избежать убытков в сложное экономическое время и при этом реализовать новые перспективные проекты. Данные факты говорят о том, что ресторанный бизнес в холдинге является перспективным направлением развития по следующим причинам: оптимизация расходов, в том числе налоговых; централизация и перераспределение капитала; возможность создавать

конкурентоспособный продукт; объединение опыта работников и управляющих;
внутрикорпоративное обучение персонала; имидж крупной компании.