

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

04.02 – МКР. №1968 «С» 2023.30.10. 08 ПЗ

НАДКРЕНИЧНИЙ ІВАН ВОЛОДИМИРОВИЧ

2024 р.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ННІ неперервної освіти і туризму

УДК 338.486.2:338.487

ПОГОДЖЕНО
Директор ННІ
неперервної освіти і
туризму

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри готельно-
ресторанної справи та туризму

_____ Іван ГРИЦЕНКО
(підпис)

« _____ » _____ 2024 р.

_____ Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО
(підпис)

« _____ » _____ 2024 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Бізнес-план готелю»

Спеціальність **241 «Готельно-ресторанна справа»**

Освітня програма «Готельно-ресторанний бізнес»

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньої програми
д. е. н., професор

(підпис)

Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО

Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи
к.е.н., доцент

(підпис)

Стефанія МОСІЮК

Виконав

(підпис)

Іван НАДКРЕНИЧНИЙ

КИЇВ – 2024

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ННІ неперервної освіти і туризму

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Завідувач кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму
д.е.н., професор _____ Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО
« _____ » _____ 2024 р.**

**ЗАВДАННЯ
ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
СТУДЕНТУ**

Надкреничному Івану Володимировичу

Спеціальність **241 «Готельно-ресторанна справа»**
(шифр і назва)

Освітня програма **«Готельно-ресторанний бізнес»**

Орієнтація освітньої програми **освітньо-професійна**

Тема магістерської кваліфікаційної роботи: **«Бізнес-план готелю**

затверджена наказом ректора НУБіП України від

Термін подання завершеної роботи на кафедру _____

Рік, місяць, число

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи _____

Перелік питань, що підлягають дослідженню: **1. Дослідити концептуальні основи
бізнес-планування підприємства готельно-ресторанного бізнесу, розробити
інструментарій, який забезпечить розробку бізнес-плану підприємства**

**2. Розробити концепцію закладу готельно-ресторанного господарства, дослідити
маркетингове середовище, визначити основні та додаткові послуги, та організаційно-
правовий статус та організаційну структуру закладу**

**3. Спланувати операційний прибуток та визначити окупність закладу готельно-
ресторанного бізнесу, запропонувати заходи розвитку бізнес-плану закладу готельно-
ресторанного бізнесу**

Дата видачі завдання « _____ » _____ 2024 р.

**Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи**

Стефанія МОСЮК

Завдання прийняв до виконав

Іван НАДКРЕНИЧНИЙ

РЕФЕРАТ

Надкренничий І,В. «Бізнес-план готелю» магіст. робота: спец. 241 «Готельно-ресторанна справа» ОПІ «Готельно-ресторанний бізнес»: НУБіП України; кафедра готельно-ресторанної справи та туризму; керівник С.І.Мосіюк, к.е.н., доцент Київ, 2024. 110 с.

Анотація. Досліджено концептуальні основи бізнес-планування підприємства готельно-ресторанного бізнесу, розглянуто методика розробки бізнес плану, обрано економічний інструментарій етапів проектування замого готелю рекреаційного призначення, який біде надавати послуги рекреації у регіоні. Визначенно концепцію закладу готельно-ресторанного бізнесу, розроблено перелік основних та додаткових послуг, визначено організаційно-правовий статус та організаційну структуру закладу, розроблено штатний розпис закладу, обґрунтування майбутні доходи від операційної діяльності та витрати закладу, розроблено план з праці для закладу, сплановано операційний прибуток та визначити окупність закладу готельно-ресторанного бізнесу в регіоні.

Ключові слова: готель, ресторан , послуги, рекреація, маркетинговий план, виробнича програма, організаційний план, управління підприємством, виробнича програма

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	10
1.1. Сутність бізнес-планування, як функції стратегічного управління підприємством.....	10
1.2. Основні етапи та методики розробки бізнес-планування підприємства.....	17
1.3. Економічний інструментарій бізнес-планування підприємств готельно-ресторанного бізнесу	24
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ СТВОРЕННЯ ЗАКЛАДУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	40
2.1. Дослідження ринку послуг діяльності новоствореного підприємства...40	
2.2. Концептуальні засади новоствореного готелю рекреаційного призначення у м. Одеса.....	48
2.3. Обґрунтування вибору виду економічної діяльності, організаційно-правової форми та способу започаткування створюваного підприємства....	52
РОЗДІЛ 3 ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ СТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	55
3.1. Резюме	55
3.2. Опис послуг готелю «Порфіріон»	56
3.3. Виробничий план проекту готелю «Порфіріон» в м. Одеса.....	68
3.4. Організаційно-фінансовий план готелю «Порфіріон» у м. Одеса.....	74
3.5. Оцінка ефективності та ризиків реалізації проекту.....	94

ВИСНОВКИ	ТА
ПРОПОЗИЦІЇ.....	96
СПИСОК	ВИКОРИСТАНИХ
ДЖЕРЕЛ.....	98
ДОДАТКИ	

ВСТУП

В умовах еволюціонізуючої конкуренції системи готельно-ресторанних і туристичних послуг важливіше за інше стає одна із складових менеджменту – бізнес-планування. Це підтверджується суттєвим ростом розшарування суб'єктів підприємницької діяльності сфери послуг на категорію успішних, посередніх і малоефективних в зонах свого впливу на клієнтів. За оцінками Всеукраїнської асоціації туристичних операторів, лише кожна третя із зареєстрованих туристичних фірм (туроператорів, турагентів) через рік існування продовжує свою роботу. В той же час, коли готельно-ресторанний і туристичний бізнес стає все більш привабливішим(в силу інтегрування України в Європейський простір, розуміння потенційними споживачами світових стандартів відповідного сервісу) – зростає і беззаперечне питання правильної його побудови, ведення його в умовах ринку, що в свою чергу робить актуальність даної теми абсолютно безспірною і наразі відповідає потребам бізнесу

Гостинність є одним із фундаментальних понять людської цивілізації, яка в наш час забезпечується такими видами економічної діяльності, як готельне та ресторанне господарство. Важливе місце в індустрії гостинності займає готельний бізнес, широкий та різноманітний характер якого охоплює й такі елементи як: харчування, відпочинок, розваги та ін.

За останні роки в Україні значно активізувався розвиток туристичного, готельного бізнесу. В цих сферах спостерігається швидкий розвиток та введення нових видів і типів готелів та послуг. Готельний сервіс містить у собі цілий комплекс послуг для гостей і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму в Україні. Його становлення впливає на розвиток індустрії туризму, виробництво туристських послуг і решту ключових секторів економіки держави, таких як транспорт, зв'язок, торгівля. Будівництво, сільське господарство та ін.

Питанням стратегічного управління, розвитком турпідприємства та бізнес-плануванням, зокрема, присвячені дослідження учених: Миронова А., Колесникової Н., Букайкова М., Попова В., Ковальова В., Євенко Л., Кифяка В., Пелиха А., Ільїна А., ін. Разом з тим треба зазначити, що багато проблеми галузі організації планування діяльності не повною мірою вивчені та вимагають адаптації до умов, у яких знаходяться українські туристичні підприємства. Вітчизняними вченими вирішені тільки окремі аспекти цієї проблеми, без ув'язування їх в єдиний комплекс.

Необхідною складовою розвитку регіональної рекреаційної туристської діяльності є наявність у регіоні готельно-господарського потенціалу. Важливою умовою розвитку сучасного туризму в Україні є ефективне функціонування готельної індустрії.

Метою магістерської кваліфікаційної роботи є обґрунтування і розробка бізнес-плану нового підприємства готельно-ресторанного бізнесу у м.Одеса.

Реалізація поставленої мети здійснюється за допомогою вирішення наступних основних завдань:

- дослідити сутність бізнес-планування, як функції стратегічного управління підприємством
 - проведення маркетингового дослідження місця майбутнього підприємства готельно-ресторанного бізнесу;
 - розробити методику бізнес-планування закладу готельно-ресторанного бізнесу;
 - дослідження конкурентів майбутнього закладу та ринку споживачів;
 - розроблення маркетингової політики ;
 - визначення концепції закладу готельно-ресторанного бізнесу;
 - визначення основних та додаткових послуг;
- визначення організаційно-правового статусу та організаційну структуру закладу;

- розробка штатного розпису закладу;
 - обґрунтування майбутнього доходу від операційної діяльності та витрати закладу;
- розробити план з праці для закладу;
- спланувати операційний прибуток та визначити окупність закладу готельно-ресторанного бізнесу;

Предметом дослідження є використання сучасних методів бізнес-планування в готельно-ресторанному господарстві, зокрема розробка бізнес-плану готелю в рекреаційній зоні з широким асортиментом послуг як для внутрішніх, так і для іноземних туристів.

Об'єктом дослідження є бізнес-план закладу готельно-ресторанного бізнесу у м.Одеса.

У дослідженні використано ряд наукових методів. Серед них методи узагальнення й систематизації; графічний метод; абстрактно-логічний метод, анкетування, аналізу, синтезу, індукції, дедукції та опису та інші.

Інформаційну базу дослідження становлять офіційні видання Верховної Ради України та органів виконавчої влади, Державної агенції розвитку туризму України, Міністерства культури та інформативної політики України, статистичні дані Державної служби статистики України, міжнародних економічних організацій, державні стандарти та норми, нормативи, монографії, наукові публікації, Інтернет-ресурси, власні обстеження

Наукова новизна дослідження полягає в обґрунтуванні напрямів використання сучасних методів бізнес-планування в готельно-ресторанному бізнесі та розробка бізнес-плану закладу готельно-ресторанного господарства на інноваційному підході, що приведе до генерації нових ідей і задумів реалізації в досліджуваному регіоні.

Практичне значення отриманих результатів полягає в розробці концепції нового закладу індустрії гостинності написанні бізнес-плану і використання його у практичній діяльності

1. Апробація результатів магістерської кваліфікаційної роботи. Основні результати магістерської кваліфікаційної роботи обговорювалися на засіданнях кафедри готельно-ресторанної справи та туризму та викладені у тезах «Іновації у сфері готельно-ресторанного бізнесу», які опубліковані у Збірнику тез III Міжнародної науково-практичної конференції «Гостинність і туризм майбутнього: наукові і практичні горизонти», 16-17 травня 2024 р. Київ: НУБіП України., 2024.

Магістерська кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, переліку використаних джерел, додатків.

Обсяг магістерської кваліфікаційної роботи складає 106 сторінок комп'ютерного тексту, містить таблиць, рисунків, додатки.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

1.1. Сутність бізнес-планування як функції стратегічного управління підприємством

З стратегічної точки зору підприємство готельно-ресторанного бізнесу варто розглядати як систему, що визначає свою конфігурацію і цільову орієнтацію в залежності від змін зовнішнього середовища. В таких умовах необхідний перехід до нової управлінської парадигми, що дозволить в нестабільному ринковому середовищі здійснювати ефективне управління.

Однак аналіз вітчизняного досвіду показує, що стан стратегічного планування взагалі, окремих заходів діяльності підприємствами готельно-ресторанного бізнесу України зокрема, не відповідає сучасній ситуації на ринку. Необхідність її планування обумовлена розвитком науково-технічного прогресу, підвищенням ступеня ризику в підприємницькій діяльності, множинністю факторів, що визначають її успіх чи невдачу, ускладненням організаційної структури управління, необхідністю зосередження зусиль на вирішенні найважливіших задач і розвитку перспективних напрямків. У сучасних умовах фактором успіху підприємства готельно-ресторанного

бізнесу є комплексний підхід до здійснення діяльності на довгостроковій програмно-цільовій основі, що враховує існуючі тенденції зміни ринкового попиту, перспективи подальшого розвитку НТП і конкурентні можливості самого підприємства [14]. Тому важливим чинником підвищення успішності діяльності суб'єктів індустрії гостинності є використання стратегічного інструментарію. Першим кроком у стратегічному плануванні діяльності має бути чітке окреслення основних етапів процесу формування і реалізації маркетингових стратегій в загальній системі управління (рис. 1.1).



Рисунок 1.1. Схема процесу формування і реалізації стратегії на ринку підприємств індустрії гостинності[12]

Запропонована схематична модель досить чітко розділяє увесь процес розробки та реалізації стратегії у діяльності суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу, чітко відображає основні стадії її формування, детально визначає

послідовні та паралельні етапи її реалізації та показує алгоритм взаємозв'язку між усім її інструментарієм.

Наступний крок у стратегічному плануванні діяльності передбачає формування довгострокової програми у вигляді стратегічного бізнес-плану діяльності, який повинен пов'язувати всі заходи в єдиний комплекс відповідно до продукту, ціни та ін.

Ефективне функціонування підприємства готельно-ресторанного бізнесу може бути досягнуте тільки при такій організаційній структурі, яка найбільшою мірою відповідає формуванню і реалізації стратегічних планів його діяльності.

При цьому необхідно досягти правильного співвідношення між плануванням виробництва і планування маркетингової діяльності. Поставити таку роботу на довгострокову основу та інтегрувати її в єдиний внутрішньовиробничий організм.

Можна виділити такі основні напрямки створення організаційного механізму управління на підприємствах [18]:

- формулювання системи перспективних і поточних цілей, задач, стратегій, програм як результату комплексних маркетингових досліджень;
- зміна характеру взаємовідносин підрозділів підприємства на основі реалізації обраної стратегії;
- формування організаційного потенціалу підприємства, що забезпечує реалізацію діючої стратегії;
- розвиток організаційної культури підприємства готельно-ресторанного бізнесу.

Перехід до стратегічного управління на вітчизняних підприємствах вимагає перебудови системи управління з орієнтацією на вирішення стратегічних задач і перегляду функцій управлінських та ряду економічних структур з метою приведення їх у відповідність до умов зовнішнього

середовища, яке постійно змінюється, і підготовки до підвищення рівня планування діяльності.

Зміст цього перетворення полягає в тому, що на підприємстві здійснюється міжфункціональна координація найважливіших, з погляду стратегічної ринкової орієнтації, функціональних служб і рівнів управління, а це разом складає організаційно-функціональний комплекс стратегічного управління на підприємстві.

Якщо перспективне планування покликане визначити загальні стратегічні цілі та напрямки розвитку організації, необхідні для цього ресурси й етапи вирішення поставлених завдань, то розроблені на його основі поточні плани орієнтовані на фактичне досягнення намічених цілей виходячи з конкретних

умов і стану ринку на кожному даному етапі розвитку. Тому поточні плани доповнюють, розвивають і корегують перспективні напрямки розвитку з урахуванням конкретної ситуації.

Рівень і якість планування визначаються такими найважливішими умовами: компетентністю керівництва організації на всіх рівнях управління; кваліфікацією фахівців, які працюють в функціональних підрозділах; наявністю інформаційної бази та забезпеченістю комп'ютерною технікою.

Планування передбачає: обґрунтований вибір цілей, визначення політики, розробку заходів і заходів (образу дій); методи досягнення цілей, забезпечення підґрунтя для прийняття наступних довгострокових рішень.

Планування закінчується перед початком реалізації плану. Планування - це початковий етап управління, проте воно є не єдиним актом, а процесом, що триває до завершення планованого комплексу операцій (рис. 1.2).

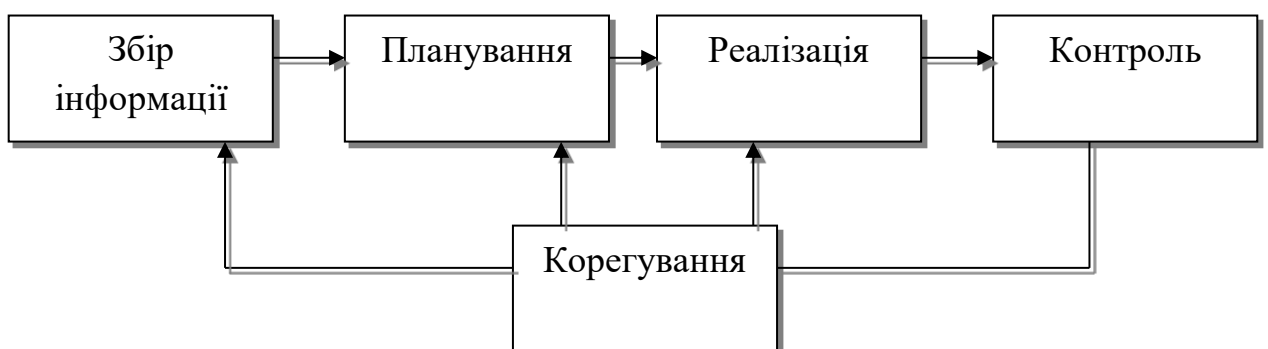


Рисунок 1.2. Загальна схема процесу управління підприємством

Планування спрямовано на оптимальне використання можливостей організації, у тому числі оптимальне використання всіх видів ресурсів і запобігання помилкових дій.

Стратегічний план виражений стратегією підприємства. У ньому містяться рішення щодо сфер діяльності та вибору нових напрямків. У ньому можуть перераховуватися основні проекти і задаватися їх пріоритети. Розробляється він на рівні вищої ланки управління. Зазвичай стратегічний план не містить кількісних показників.

Середньострокові плани охоплюють п'ятирічний строк, як найбільш зручний для оновлення виробничого апарату та асортименту продукції. У них формуються основні завдання на встановлений період, наприклад, виробнича стратегія організації, стратегія збуту, фінансова стратегія і т.п. Середньострокові плани передбачають розробку в певній послідовності заходів, спрямованих на досягнення цілей, намічених довгостроковою програмою розвитку.

Середньостроковий план зазвичай містить кількісні показники. У ньому наводяться детальні відомості про продукти, капіталовкладень, джерелах фінансування. Він розробляється у виробничих відділеннях [18].

Бізнес-план описує цілі і завдання, які необхідно вирішити організації, як у найближчому майбутньому, так і на перспективу. У ньому міститися оцінка поточного моменту, сильних і слабких сторін проекту, аналіз ринку і інформація про споживачів продукції чи послуг.

Бізнес-план — це документ, в якому викладено техніко-економічне обґрунтування ефективності будь-якого комерційного проекту чи створення

нового підприємства, охарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні, управлінські та фінансові аспекти майбутньої діяльності (рис. 1.3)



Рисунок 1.3. Функції бізнес-плану на підприємстві

Цінність бізнес-плану визначається тим, що він:

- дає можливість визначити життєздатність проекту в умовах конкуренції;
- містить орієнтир, як має розвиватися проект (організація);
- служить важливим інструментом отримання фінансової підтримки від зовнішніх інвесторів.

При складанні бізнес-плану необхідно оцінити можливості і проблеми, які можуть виникнути в майбутньому. Цей процес називається визначенням (або оцінкою) загального становища. Маючи таку оцінку приступають до постановки цілей і завдань. Цей процес у свою чергу складається з двох частин. По-перше, встановлюється, що буде продукцією проекту (яким бізнесом буде займатися організація), по-друге, визначаються головні, кількісно обґрунтовані цілі на перспективу.

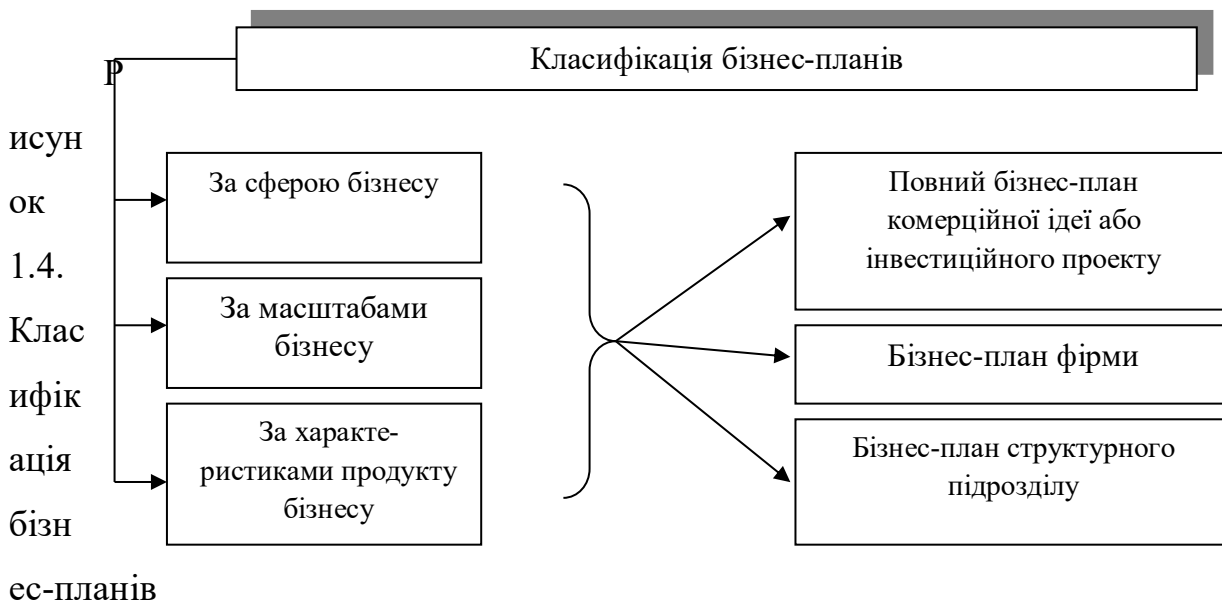
Бізнес-план допомагає вирішити питання фінансування, тобто він може стати засобом залучення капіталу, необхідного для здійснення проекту (розвитку організації). При складанні бізнес-плану необхідно уявити, які перешкоди можуть виникнути на шляху до успіху. Може статися так, що ці

перешкоди надто серйозні і від запропонованої ідеї потрібно відмовитися. Зрозуміло, це не самий приємний висновок, але краще його зробити, поки проект на папері, а не тоді, коли на його створення вже витрачені гроші і час.

Таким чином, бізнес-план дає можливість зрозуміти загальний стан справ на даний момент; ясно уявити той рівень, якого може досягти проект (організація), планувати процес переходу від одного стану в інший. Та може бути класифікований наступним чином (рис.1.4).

У наш час бізнес-план стає для підприємця все більш важливим документом. Жодна організація не зможе висловити мету свого існування або отримати фінансування без грамотно розробленого бізнес-плану.

Інвестори бажають побачити бізнес-план, з якого було б видно масштаб роботи підприємця, всі дії, які необхідно вжити для здійснення ідеї і перетворення її в успішно функціонуючу програму.



Таким чином, бізнес-план є не просто набором управлінських рішень в області маркетингу, стратегії виробництва і продажів, організації та фінансів - він дозволяє «вдало» продати бізнес тому, для кого цей план призначений, будь то банк, інвестиційна організація, потенційний партнер (замовник).

Бізнес-план призначений для інвестора або банкіра, а також величезну користь він приносить і власникові підприємства. Докладний і продуманий бізнес-план, можливо, є найкращим інструментом, який допоможе досягти довгостроковий цілей.

Бізнес-план допомагає:

- приймати важливі ділові рішення;
- докладно ознайомитися з фінансовим боком справи;
- отримувати важливу інформацію з відповідної індустрії та маркетингу;
- передбачати і уникати перешкод, які часто зустрічаються у схожому бізнесі;
- поставити конкретні завдання, здійснення яких буде свідчити про зроблене прогресі;
- розширюватися в нових і перспективних галузях;
- бути більш переконливим при пошуку фінансування

Якісно розроблений бізнес-план при відповідній його реалізації дозволяє підвищити конкурентоспроможність підприємства.

1.2. Основні етапи та методики розробки бізнес-планування підприємства

Реалізація загальної конкурентної стратегії підприємства та комплексу функціональних стратегій потребує їх деталізації й техніко-економічного обґрунтування. Основним інструментом деталізації стратегій фірми в таких випадках розглядається бізнес-план, котрий дозволяє вирішити наступні завдання в межах реалізації корпоративної стратегії:

- виявити логічні зв'язки та черговість проведення заходів з реалізації комплексу стратегій підприємства;

- оцінити економічну ефективність та капіталомісткість конкретних тактичних заходів і стратегій цілей і задач;
- організувати ефективний контроль за реалізацією наміченої стратегії;
- оцінити ресурсні можливості і потреби в залученні зовнішніх ресурсів;
- організувати управління процесом реалізації наміченої стратегії з використанням механізму делегування повноважень;
- удосконалити організаційну структуру компанії засобами прогнозування резервів виробничої, маркетингової, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства;
- сконцентрувати увагу на нарощуванні конкурентних переваг і на розширенні цільового ринку [19].

Бізнес-план являється важливим інструментом управління підприємством і розглядається як деталізований плановий документ, що відображає оцінку позиції компанії на ринку, оцінку конкурентного середовища, виробничі, фінансові і організаційні можливості підприємства, рівень їх використання. Таким чином, бізнес-план слід розглядати як керівництво до дії.

Бізнес-план може охоплювати і планувати як виробничо-збутову, інвестиційну і фінансову діяльність компанії в цілому, так і послідовність реалізації конкретного інвестиційного проекту. Значення бізнес-плану складно переоцінити. Він є своєрідною візитною карткою компанії, документом, котрий доводить вигідність бізнесу (капіталовкладень).

Бізнес-план використовується в наступних цілях, відповідно до яких виділяють і конкретні види бізнес-планів:

- пошук потенційного інвестора і залучення зовнішніх джерел фінансування для реалізації конкретного проекту;
- отримання кредитних ресурсів;
- пошук партнера і спільного ведення бізнесу;

перевірки стратегій, що вже реалізуються, проектів коротко- і середньострокового планування діяльності підприємства.

З урахуванням конкретної мети розробки бізнес-плану визначається його зміст структура, обсяг і рівень деталізації економічних і фінансових розрахунків. При реалізації масштабних і комплексних проектів розрахунки, зроблені в бізнес-плані, часто доповнюються техніко-економічним обґрунтуванням і проектно-кошторисною документацією. Проте більшість бізнес-планів мають схожу (типову) структуру, що дозволяє якнайповніше описати перебування компанії, перспективи її розвитку, її положення на ринку, виробничу, інвестиційну і фінансову діяльність. Така типова структура бізнес-плану має містити наступні розділи (табл.1.1)

Таблиця 1.1 - Типова структура бізнес-плану

Розділи	Опис
1	2
1. Титульний аркуш	Містить назву проекту, назву підприємства-заявника, терміни реалізації і розрахунковий період показників проекту, контактну інформацію
2. Резюме	Стисло викладається суть, цілі, завдання інвестиційного проекту, обсяг інвестицій, інтегральні показники комерційної ефективності проекту
3.Опис цільового ринку	У розділі дається загальна характеристика ситуації, що складається в галузі (на цільовому ринку), де реалізовуватиметься проект
4. Опис продукції	Приводиться загальна техніко-економічна і споживча характеристика продукції(товарів і послуг)
5. Маркетинговий план	У розгорнутому вигляді представляється маркетингова стратегія компанії під час реалізації проекту, дається опис цінової, збутової, продуктової політики і політики просування продукції на ринок
6. План виробництва	Надається детальна характеристика і вимоги до організації процесу виробництва, план виробництва, постійні і змінні витрати, план по персоналу

7. Організаційний план	Включає характеристику організаційної структури, її перетворення і можливості, опис нормативно-правової бази, організації управління реалізацією проекту
8. Фінансовий план	Містить фінансові, економічні розрахунки і обґрунтування проекту, включаючи стратегію фінансування, податкові виплати, звіт про прибуток, план грошових надходжень і виплат, бухгалтерський баланс компанії
9. Аналіз ризиків, чутливості, стійкості проекту	Здійснюється аналіз можливих ризиків при реалізації проекту, представляються результати аналізу чутливості і стійкості проекту, аналіз фінансових коефіцієнтів
10. Додатки	Включаються необхідні супровідні документи – опис і фото продукції, необхідна документація (копії лі-цензій, сертифікатів, дозволів, актів), проектно-кошторисна документація і ін.

Розглянемо методики бізнес-планування. В умовах сьогодення існує велика кількість методик бізнес-планування, котрі можна поділити на три групи відповідно до специфіки підприємства і масштабу інвестиційного проекту:

- міжнародні методики (відповідають існуючим міжнародним стандартам і вимогам міжнародних організацій);
- державні (методики регіональних органів державної влади, органів місцевого самоврядування);
- корпоративні (методики, що формуються з урахуванням вимог конкретних банків, інвестиційних і фінансових корпорацій).

До найбільш відомим і найбільш часто використовуваних міжнародних методик бізнес-планування відносяться наступні:

- методика UNIDO (Організація об'єднаних націй з промислового розвитку) для країн, що розвиваються, з підготовки промислових техніко-економічних обґрунтувань та її електронна версія COMFAR;
- методика World Bank (Всесвітній банк реконструкції та розвитку);

- методика фірми «Goldman, Sachs & Co» - лідер світового інвестиційного бізнесу;
- методика фірми «Ernst & Young» (інтернаціональна консультативно-аудиторська фірма) [28].

Позначимо основу всіх вище перелічених методик складання бізнес-планів та здійснимо детальний аналіз щодо актуальності запропонованих методів в умовах України. Ядром всіх вище перелічених методик складання бізнес-плану є наступні розділи:

- фінансовий план;
- маркетинговий план;
- план виробництва.

Всі вони органічно пов'язані організаційним планом (конкретною схемою реалізації проекту), стратегією інвестування з відповідним прорахунком ризиків та виділенням компенсаційних заходів. Саме ці ключові розділи і склали фундамент стандартів формування бізнес-планів.

В даний час розроблено безліч методик щодо розробки бізнес-планів відповідно до методичних рекомендацій UNIDO. Проте, не зважаючи на це, вимоги до бізнес-планів з боку інвесторів різні. Вітчизняні банки не мають жодної методики розробки бізнес-планів (крім методики визначення платоспроможності позичальника), тому майже кожний банк прагне розробити власну методику, де закладає свої вимоги. Різні підходи і до розрахунку фінансового плану (розрахунки в двох грошових одиницях: місцевою і іноземною чи однією (іноземною)). Відсутній єдиний підхід до розрахунків ризиків. Зважаючи на те, що умови банківського кредитування вимагають наявності бізнес-плану, то підприємці вимушені замовляти бізнес-плани в банках або в консультативних фірм, пов'язаних з конкретними банками. Такому положенню справ сприяють вимоги іноземних інвесторів надавати розрахунки фінансового плану засобами пакетів, які ліцензують UNIDO - COMFAR і PROPSPIN. Використання зазначених методик

недостатньо для розробки бізнес-планів, котрі б задовольнили вимоги інвесторів, через що їх можна розглядати як попереднє опрацювання намірів і планів позичальника.

Більш відомою міжнародною методикою бізнес-планування є методика Міжнародної організації з промислового розвитку ООН (UNIDO). Вона стосується розповсюдження міжнародних норм, правил оцінки ефективності інвестиційних проектів. Зазначена методика являється вихідною та закладається в основу більшості зарубіжних і вітчизняних програмних продуктів з розробки бізнес-плану. Слід зазначити, що модулі економічного і фінансового аналізу в методиці UNIDO ґрунтуються на методичних рекомендаціях, котрі наводяться в наступних джерелах:

- керівництві за практичною оцінкою проектів (Юнідо.1986);
- І Літл, Дж.Мірле «Оцінка і планування проектів для країн, що розвиваються» (ОЕСР, 1982);
- Л.Ськуїр, Х.Ван Дер Так «Економічний аналіз проектів» (Світовий Банк, 1984);
- М.Шервел, і Мішель Ле Галл «Керівництво щодо економічної оцінки інвестиційних проектів» (Париж, 1989) [16].

До державних методик бізнес-планування слід віднести методичні рекомендації, котрі пред'являються до бізнес-планів з боку органів державної влади, міністерств, а також, з боку органів місцевого самоврядування. До найбільш розповсюджених державних методик бізнес-планування, можна віднести наступні:

- макет бізнес-плану, що представляється претендентом у складі заявки на фінансування з Бюджету розвитку України;
- методичні рекомендації з підготовки бізнес-плану, розроблені в межах проекту ТАСИС Європейським Союзом для Нових Незалежних Держав, засновані на вимогах UNIDO;

- методика розробки бізнес-плану, затверджена Постановою уряду України від 22.11.2007 №1470. Дана методика використовується практично у всіх муніципальних утвореннях, коли мова йде про державну підтримку інвестиційного проекту, яка може виражатися в наступних видах:

- повне або часткове фінансування проекту за рахунок бюджетних коштів;
- надання державних гарантій по кредитах комерційних банків;
- конкурсний продаж (приватизація) об'єктів державної (муніципальної) власності;
- акціонування підприємств;
- конкурсний розподіл прав на експлуатацію (розробку) природних ресурсів [14].

Дана методика регламентує зміст і структуру розділів бізнес-плану, основні види показників комерційної і бюджетної ефективності проекту, основні види фінансових показників. В цілому, вона відповідає міжнародним стандартам бізнес-планування (методиці UNIDO) і дозволяє використовувати для розрахунку інтегральних показників ефективності проекту стандартні програмні засоби.

У вітчизняній та міжнародній практиці бізнес-планування існує велика кількість корпоративних методик, котрі розробляються і використовуються окремими компаніями, банками. Корпоративні методики, також, відповідають вимогам міжнародної методики UNIDO, до того ж розставляє акценти на окремих змістовних і аналітичних моментах бізнес-плану.

Слід зазначити, що в Україні практично кожен інституційний інвестор, комерційний банк має власну методику розробки і надання бізнес-плану претендентом на отримання фінансування. Така ситуація пов'язана з процесом розвитку банківської системи, недоліками в нормативно-правовому регулюванні банківської і інвестиційної діяльності.

Економічне обґрунтування бізнес-плану має відповідати певним критеріям, які висуваються до таких проектів кредитними організаціями, державними і міжнародними органами, приватними інвесторами.

Для того, щоб виділити якісний рівень бізнес-планування, його треба оцінити в декількох напрямках: теоретико-методологічному, організаційно-методичному, технологічному. Теоретико-методологічний аспект оцінює відповідність розглянутої системи принципів бізнес-планування. Основними принципами бізнес-планування є:

- наукова обґрунтованість;
- цілісність;
- комплексність;
- ефективність;
- достовірність [36].

Організаційно-методичний аспект відображає рівень організації процесів, котрі відбуваються в системі, якісні властивості використаних методів, узагальнення та використання інформації, а також методик бізнес-планування та контролю за виконанням планових завдань. Якість організаційної структури бізнес-планування визначається узгодженістю, взаємодоповнюваністю інформаційних потоків в процесі розробки, обґрунтування та контролю за реалізацією планових завдань. Методична якість полягає в застосуванні найбільш сучасних і ефективних методів підготовки обґрунтування бізнес-плану, поєднанні різних методів збору, узагальнення, групування та використання інформації.

Технологічний аспект перевіряє досконалість використаних процедур та методів збору і обробки інформації. Техніко-технологічний аспект якості системи визначається досконалістю операційно-процедурної технології бізнес-планування, методів обробки інформації. Тут розглядається якість технології збору, накопичення, зберігання, поновлення, передачі і перетворення економічної інформації.

Подібна категоризація питань якості бізнес-планування дозволяє:

- конкретизувати проблему оцінки якості бізнес-планування;
- виявити взаємозв'язок між якістю процесу і умовами його проведення;
- на основі оцінки якості і критеріїв бізнес-планування найбільш повно реалізувати цілеспрямований, системний підхід до підвищення ефективності управління та інвестиційних рішень.

1.3. Економічний інструментарій бізнес-планування підприємств готельно-ресторанного бізнесу

Бізнес-план підприємства готельно-ресторанного бізнесу повинен враховувати специфіку комплексного готельного продукту. У сфері послуг для потреб планування і прогнозування діяльності підприємств гостинності доцільно використовувати такі поняття, як основний продукт, спеціальний продукт, супутний продукт, додатковий продукт, комплексний готельно-ресторанний продукт.

Слід зазначити, що комплексний готельно-ресторанний продукт це і є продукт у складі пропозиції набирає форми продукту до складу якого входить і послуга закладу ресторану і готелю .

До складу комплексної готельно-ресторанної послуги, як продукту обов'язково включаються додаткові послуги, що складають основний готельно-ресторанний продукт. Крім того, в формуванні і реалізації готельно-ресторанного продукту можуть бути задіяні підприємства туристичної інфраструктури.

Одним з найважливіших етапів створення нового підприємства є його бізнес-план майбутньої діяльності. Він є основою фінансового менеджменту як для новостворюваної, так і вже функціонуючої фірми.

Для новостворюваної фірми важливо визначити причину впевненості в успіху і показати досвід роботи в цій сфері. Розробка бізнес-плану нової

фірми проводиться поетапним методом, а кінцевою метою даної розробки є обґрунтування доцільності створення даного підприємства або реалізація його інвестиційних програм.

Методичні принципи включають:

Зміст і структура бізнес-плану.

- загальна характеристика підприємства;
- резюме;
- дослідження ринку продукції, послуг, які надаються, характеристика нових послуг, оцінка конкуренції на ринку;
- план і стратегія маркетингу;
- виробничий план;
- організаційно-юридичний план, управління та організація;
- фінансовий план;
- оцінка і страхування ризику

Загальна характеристика фірми.

У загальній характеристиці фірми слід відобразити основні види і характер її діяльності: є фірма виробничою, торговельною або діє в сфері послуг; що і як вона може запропонувати своїм клієнтам; де вона розташована; запланована географія розвитку бізнесу. Слід також надати інформацію про ступінь розвитку фірми, дуже важливо сформулювати основну мету фірми.

У цьому розділі бізнес-плану повинна бути подана коротка інформація про підприємство, включаючи його назву, юридичний статус і форму власності, дату реєстрації, адресу, короткий аналіз основних показників господарської діяльності. Враховуючи, що входження в ринок з конкретним видом товарів і послуг - це перш за все готовність вступити в конкурентну боротьбу, яка передбачає ризик, важливе місце при прийнятті рішень про надання конкретних послуг або розробка нового продукту з Анімаія попередній аналіз привабливості вибраної сфери бізнесу.

Виконавче резюме

Резюме - добре сконструйована система даних про комерційну перспективі підприємницького проекту, про виробниче, організаційне і фінансове забезпечення програми його реалізації.

Це певний стандарт ділових пропозицій потенційним партнерам та інвесторам.

Основна мета цього розділу бізнес-плану - надати в максимально вигідною формі найважливішу інформацію для потенційних партнерів і для осіб, на фінансову підтримку яких розраховує підприємець. Якщо мова йде про нові товари та послуги, слід чітко сформулювати прогресивну продуктивну виробничо-комерційну ідею.

Дослідження ринку продукції та послуг

Складання цього розділу бізнес-плану починається з чіткого визначення об'єкта пропозиції на споживчому ринку.

Розділ бізнес-плану "Перелік та характеристика продукції, що випускається" повинен включати такі основні показники:

- характеристика продукції, що випускається (послуг, у тому числі характеристика принципово нового продукту / послуги);
- тривалість життєвого циклу продукції;
- технологічні особливості випуску продукції;
- визначення продукції (послуг), призначеної для продажу на зовнішньому ринку.

При характеристиці передбаченої продукції (послуг) дуже важливо чітко підкреслити:

- асортимент основних видів продуктів, напівфабрикатів, які планується виготовити, а також види послуг, які надаватимуться споживачам;
- призначення вироблених продуктів (послуг);
- споживчі характеристики продуктів (послуг);
- конкурентоспроможність продукції (послуг) на споживчому ринку

В інформації про призначення вироблених продуктів (послуг) необхідно визначити мету виробництва конкретних їх видів з точки зору задоволення потреб.

Специфічність продукту (послуги) конкретного підприємства слід визначати на певному регіональному ринку конкретного виду продукції (послуги) для чітко визначеного контингенту споживачів. При цьому унікальність продукту (послуги) може бути забезпечена будь-яким комплексом порівняно з продукцією, яка реалізується іншими підприємствами в межах регіону, а також за рахунок надання різних форм обслуговування.

Разом з тим на цій стадії слід передбачати і слабкі сторони пропонованого продукту і тривалість його життєвого циклу.

Дослідження привабливості продукції (послуги), призначеної для випуску і реалізації, нерозривно пов'язане з маркетинговими дослідженнями ринку в цілому. Тут повинні бути розкриті основні питання:

- загальна характеристика регіонального ринку продукції (послуги);
- сегментація ринку продукції (послуги), яку випускає підприємство в регіоні;
- визначення розміру і складу продукції (послуги), яку випускає підприємство у прогнозованому періоді;
- організація збуту продукції (послуг) підприємства в умовах конкуренції.

При вивченні попиту на певну продукцію (послугу) необхідно враховувати її специфічні особливості, які визначаються характером самої продукції (послуги), а також умовами її реалізації та споживання.

Аналіз та прогнозування обсягу попиту населення на певну продукцію (послугу) на регіональному ринку в цілому, в тому числі на продукцію (послугу) конкретного підприємства, здійснюється на основі статистичних даних про доходи і витрати населення регіону на певну

продукцію або послуги з використанням методів аналізу і прогнозування конкретних економічних показників.

Особливо важливе значення для прогнозування загального обсягу попиту населення має дослідження причин виникнення незадовільного попиту, визначення обсягу попиту і тенденції його розвитку.

Складним і відповідальним питанням для підприємства на даному етапі є

визначення загального обсягу реалізації продукції, її складу на кожному з обраних ринків.

На заключному етапі ринкових досліджень необхідно визначити та відобразити в бізнес-плані:

- перелік конкурентів на обраному ринку, тобто юридичних і фізичних осіб, які займаються виробництвом, реалізацією та організацією споживання аналогічних товарів і послуг;
- організацію, яка надає потрібну підприємству інформацію з маркетингових питань, тобто характеристику юридичних і фізичних осіб, які займаються виробництвом і реалізацією аналогічних товарів і послуг;
- наявність спеціальних агентів і дистриб'юторів на обраному ринку, сферу їх діяльності та фінансові відносини з ними;
- перелік клієнтів, з якими співпрацює підприємство.

Дослідження і оцінка факторів конкуренції є системним процесом. Існує два підходи виявлення діючих і потенційних конкурентів. Перший пов'язаний з оцінкою потреб, які задовольняються на ринку основними конкуруючими фірмами. Другий орієнтується на класифікацію конкурентів щодо типів ринкової стратегії.

Важливим моментом визначення конкурентного середовища є аналіз показників, який характеризує економічний потенціал фірми конкурента; активи балансу; обсяг виробництва і продажу; валовий та чистий прибуток,

основний капітал; оборотний капітал; обсяг інвестицій; власний і позиковий капітал, витрати на науково-дослідну роботу; загальна кількість зайнятих працівників, у тому числі на виробництві.

Конкурентоспроможність власної фірми щодо інших фірм слід розглядати за такими показниками:

- динаміка обсягу продажів у вартісних і натуральних одиницях виміру;
- відношення прибутку до собівартості продукції;
- відношення обсягу продажів до середньої вартості товарних запасів;
- відношення обсягу продажів до середньорічної вартості основних і оборотних коштів;
- портфель замовлень.

У цьому підрозділі бізнес-плану необхідно висвітлити:

1. Головні чинники конкурентоспроможності товарів і послуг;
2. Практику фірм конкурентів у галузі реклами та стимулювання збуту;
3. Практику фірм конкурентів в області найменування товарів;
4. Чим приваблює споживача зовнішнє оформлення продукції конкурентів;
5. Рівень сервісу конкурентів у процесі реалізації товару та обслуговування клієнта;
6. Шлях товарів від постачальника до фірми-конкурента.

При дослідженні ринку товарів і послуг слід аналізувати і недоліки конкуруючих фірм, визначаючи сферу кожного конкурента на ринку, показати максимальну і мінімальну ціну кожного, чия продукція найбільш якісна.

Бізнес-план завершується діловим розкладом, в якому встановлюється графік основних дій, таких як: розробка нового продукту та процесу його виробництва, аналіз ринку, розробка програми продажів. Слід виділити важливі частини завдання і конкретні дії, які визначають успіх справи. Перелік таких дій охоплює замовлення на сировину, початок

виробництва, перші продажі, оплату перших рахунків. Складання розкладу дозволить контролювати основні дії бізнесу, передбачати і коригувати збої, щоб знизити можливий ризик.

План маркетингу детально розкриває політику в галузі торгівлі та обслуговування, цін, рекламну стратегію, що дозволяє досягти планованих обсягів продажів і зайняти відповідне місце на ринку. Вибір маркетингової стратегії є визначальним на всіх стадіях бізнесу - від появи продукції на ринку до його продажу та післяпродажного обслуговування. Для обговорення проекту з майбутніми партнерами або інвесторами намічаються конкретні принципи розповсюдження продукції, методи визначення цін, рівень рентабельності на вкладений капітал та інші питання маркетингової політики. Велика увага при цьому приділяється опрацюванню питань якості продукції.

На регіональному ринку необхідно спланувати комплекс маркетингу. У комплекс маркетингу входить все, що підприємство може впровадити для підвищення попиту на свої товари і послуги, а саме:

1. схема поширення товарів і послуг;
2. ціноутворення;
3. методи стимулювання обсягу продажів;
4. реклама.

Рішення про вибір каналів розповсюдження товарів і послуг - одне з найскладніших рішень, які доводиться приймати підприємцю. Кожен канал розповсюдження має специфічні рівні збуту та витрат. Вибір каналів істотно впливає на інші складові комплексу маркетингу. Не менш важливо просвітити якомога повніше питання про визначення цін на товари і послуги і на рівень рентабельності на вкладені гроші.

Цінова політика на споживчому ринку - важлива проблема для всіх підприємств. На споживчому ринку можуть бути використані стратегії ціноутворення залежно від поставленої мети:

1. прискорення на ринку з високим ступенем конкуренції;
2. максимізація прибутку в поточному періоді;
3. завоювання великого попиту на ринку за показниками якості товарів;
4. завоювання ринку нового товару;
5. виживання на ринку.

При оцінці можливостей реалізації тієї чи іншої стратегії розглядаються умови діяльності підприємств з трьох позицій:

1. орієнтація на витрати;
2. орієнтація на можливості ринку (на конкуренцію);
3. орієнтація на попит.

Попит обумовлює максимальну ціну, яку підприємство може запросити за свою продукцію або послуги, а мінімальна ціна визначається витратами підприємства. Кожне підприємство на ринку прагне встановити таку ціну на свій товар, яка б повністю покривала всі витрати на його виробництво і збут, включаючи справедливую норму прибутку за прикладені зусилля і ризик. Але ринкова вартість товару на конкурентному ринку включає не індивідуальні, а суспільно необхідні витрати і середню норму прибутку, яка складається за середнім умовам виробництва даного товару, який обумовлює прагнення кожного підприємства до скорочення витрат і отримання більшого прибутку. Якщо в умовах конкурентного ринку витрати підприємства будуть вищі за середні, то таке підприємство збанкрутує, оскільки не зможе отримати прибуток, і навпаки, якщо витрати будуть нижчими, то його фінансовий стан буде ненадійним.

На першому етапі переходу до ринкових відносин після приватизації підприємств і появи великої кількості порівняно невеликих самостійних підприємств найвірогіднішим є ринок чистої конкуренції. Його характерні ознаки: велика кількість продавців і покупців. Ціна на такому ринку встановлюється стихійно за співвідношенням попиту і пропозиції, і їх коливання навколо ринкової вартості товару

незначні. Але паралельно може існувати і ринок монополістичної конкуренції, коли окремі виробники прагнуть завоювати велику частку ринку, модифікуючи свій товар, надаючи йому нові якості.

Крім того, вже зараз з'являється тенденція до концентрації капіталу, до об'єднання невеликих підприємств в комерційні фірми, що приведе до появи так званого "олігопольного ринку". Для нього характерно порівняно невелика кількість продавців, які проводять єдину цінову політику. На такому ринку в сфері ціноутворення продавці орієнтуються не тільки на попит, а й на цінову політику конкурентів, тому що навіть незначна зміна їх цін може різко змінити ринкову ситуацію.

Слід зазначити, що на сучасному ринку України визначальною в ціноутворенні на деякі види товарів та послуг першої необхідності є політика соціального захисту населення, яка проводиться державою. У деяких випадках надання послуг набуває вигляду соціального замовлення, а вартість послуг, ціни на продукцію передбачається в замовленні.

На кожному ринку підприємство повинне провести свою стратегію ціноутворення. Розробка такої стратегії та визначення мінімальної, максимальної і конкурентоспроможної ціни повинні проходити кілька етапів, а саме:

1. визначення цілей і задач ціноутворення;
2. визначення попиту;
3. оцінка витрат;
4. аналіз цін на аналогічні товари і послуги конкурентів;
1. вибір конкретної цінової політики;
2. встановлення конкурентоспроможної стартової ціни.

Цінова політика підприємства повинна бути пов'язана із загальними цілями його діяльності і відображати їх. Підприємство з цілями, які обґрунтовують на збуті, орієнтуються на високий обсяг реалізації або на збільшення своєї частини продажу порівняно з конкурентами.

Для збільшення про'єма реалізації частіше використовується стратегія проникнення на ринок. Ціна проникнення - це низька ціна, підпорядкована цілі завоювання масового ринку конкретного товару або послуги. Ця стратегія виправдана у тих випадках, коли споживачі чутливі до ціни, низькі ціни витісняють існуючих або потенційних конкурентів і завойовують значний споживчий ринок, який забезпечує ефект масштабності.

Підприємство з цілями, орієнтованими на прибуток, визначають метою високий рівень грошового прибутку та стабільне її отримання протягом декількох років. Найчастіше це пов'язано з високим капіталовкладенням або з високим рівнем ризику, коли підприємство відчуває невпевненість у майбутньому і прагнути швидко отримати гроші.

Часто при цьому використовується такий сегмент ринку, який чутливіше реагує на якість товару, його унікальність і новизну, ніж на ціну. Ця стратегія виправдана тоді, коли можна мінімізувати чисельність конкурентів за рахунок захисту виробництва патентами, ліцензіями або шляхом контролю над значним розміром необхідного капіталу, а ринок готовий платити високу первинну ціну.

Підприємство визначає загальну цінову політику, зв'язуючи в інтегральну систему окремі рішення: взаємозв'язок цін на товари в межах асортиментної структури, частоту використання спеціальних знижок і зміни ціни, взаємовідношення цін з цінами конкурентів.

Стратегія маркетингу повинна передбачати визначення життєвого циклу нових товарів і послуг та можливостей його просування з допомогою нових модифікацій товару, пошуку нових сфер використання товару і залучення нових споживачів. Слід підкреслити, що розділ маркетингу - це одна з найважливіших частин бізнес-плану, тому що в ньому говориться безпосередньо про характер бізнесу, який планується, і способи його реалізації. Мета цього розділу - спланувати вплив і реакцію фірми на ринок у тих чи інших обставин.

В умовах переходу до ринкової економіки і роботи в ній значна роль належить фінансовому плануванню. Підприємствам надано право самостійно планувати свою діяльність і визначати перспективи розвитку. Фінансове планування є необхідним елементом управління економікою. Якщо фінанси охоплюють всі сторони діяльності підприємства, то фінансове планування виражає ці сторони діяльності у відповідних фінансових показниках, що використовуються в управлінні економікою. Без фінансового планування не може бути досягнуто цього рівень управління економікою, який забезпечує підприємству підвищення його ефективності, успіх на ринку, розширення матеріальної бази, успішне вирішення соціальних питань і питань матеріального стимулювання.

Комерційні організації самі зацікавлені в плануванні для того, щоб досягти успіху в господарській діяльності і щоб вчасно виконати свої зобов'язання перед бюджетом, банками, страховими компаніями та іншими інститутами. Для цього необхідно розрахувати доходи, витрати, прибуток, врахувати наслідки інфляції, зміна кон'юнктури, фінансового ринку та інші фактори. Фінансове забезпечення господарської діяльності підприємства здійснюється на основі фінансового плану, який являє собою баланс його доходів і витрат або бюджет.

Фінансове планування - процес розробки системи заходів щодо забезпечення розвитку підприємства необхідними ресурсами та підвищенню ефективності фінансової діяльності в планованому році.

Фінансове планування безпосередньо пов'язане з плануванням виробничої діяльності підприємства. Практично всі фінансові показники базуються на показниках обсягу виробництва, асортименту продукції (товарів, послуг, робіт, собівартості продукції).

Розробка фінансового плану дає картину розвитку підприємства. Фінансове планування здатне активно впливати на всі сторони роботи підприємства через вибір суб'єктів фінансування, напрямок витрат

грошових коштів та забезпечувати раціональне використання трудових, матеріальних і грошових ресурсів.

Призначення фінансового планування - визначення сукупної потреби підприємства у фінансових ресурсах, у розмірах, що забезпечують фінансування розширення виробництва, виконання фінансово-кредитних зобов'язань перед бюджетом, банками тощо, розв'язання соціальних завдань і завдань матеріального стимулювання працівників підприємства. Крім цього, фінансового планування сприяє запобіганню понаднормативних і надпланових витрат товарно-матеріальних цінностей і фінансових ресурсів як за окремими видами проведених заходів, так і по підприємству в цілому. А також створює необхідні умови для ефективного використання виробничих потужностей, підвищення якості продукції.

Об'єктом фінансового планування є доходи і накопичення, їх формування і розподіл взаємини з ланками фінансово-кредитної системи, фонди грошових коштів, їх формування та використання, капітальні вкладення і оборотні активи, планування їх об'єктів і джерел фінансування, визначення джерел фінансування соціальної і культурно-побутової сфер підприємства.

Основними завданнями фінансового планування є:

1. визначення джерел і обсягу фінансових ресурсів відповідно до потреб підприємства;
2. виявлення резервів збільшення фінансових ресурсів;
3. раціональний розподіл отримуваних доходів і накопичень за каналами їх використання;
4. здійснення фінансового контролю за формуванням та використанням фінансових ресурсів і грошових коштів;
5. забезпечення посилення ролі фінансового планування в управлінні виробництвом і підвищення його ефективності.

У процесі фінансового планування складаються різні фінансові розрахунки, таблиці, в яких визначаються результати від продажу продукції, робіт і послуг, проводиться розподіл виявлених результатів, розраховуються нормативи власних оборотних активів та джерела їх покриття, визначаються обсяги витрат і джерел їх покриття по капітальних вкладеннях.

Заключним етапом фінансового планування є складання зведеної таблиці - фінансового плану (балансу доходів і витрат) підприємства.

Фінансовий план є складовою частиною бізнес-плану підприємства. Він являє собою таблицю, в якій відображаються обсяги надходжень і напрями використання фінансових ресурсів підприємства в планованому році.

Необхідність фінансового плану полягає в тому, щоб дати можливість керівництву підприємства бачити, які фінансові ресурси, в яких обсягах і куди надходять, на які цілі вони витрачаються, виявити резерви збільшення власних фінансових ресурсів, здійснювати режим економії та контроль за цільовим використанням коштів.

Складання фінансового плану кожне підприємство здійснює самостійно за встановленою формою, що включає 5 розділів:

1. джерела формування та надходження коштів;
2. приріст активів підприємства;
3. повернення залучених коштів;
4. витрати, пов'язані з внесенням обов'язкових платежів до бюджету та державних цільових фондів;
5. покриття збитків минулих років.

Зміст цих розділів наступне:

У розділі 1 передбачаються:

- прибуток від звичайної діяльності - підсумкова прибуток підприємства;
- нерозподілений прибуток минулих років;
- амортизаційні відрахування;

- довгострокові і короткострокові кредити банків;
- інші довгострокові фінансові зобов'язання;
- суми авансів, отриманих від поставок продукції, виконання робіт;
- вартість товарів, робіт, послуг, отриманих на умовах відстрочення

платежу;

- суми отримуваних субсидії, асигнувань з бюджету;
- кошти спеціальних цільових фондів;
- інші джерела.

У другому розділі відображаються: обсяг капітальних інвестицій за все і за їх окремими видами:

- капітальне будівництво;
- придбання основних засобів;
- придбання необоротних і нематеріальних активів;
- модернізація і реконструкція основних засобів;
- приріст оборотних активів;
- довгострокові та фінансові інвестиції.

У третьому розділі передбачається погашення довгострокових і короткострокових кредитів банків, довгострокових фінансових та інших зобов'язань, повернення інших боргів.

У четвертому розділі відображаються:

- суми сплати поточних податків та обов'язкових платежів до бюджету за все, з виділенням за їх видами - податку на прибуток, інших податків, внесків на державне пенсійне і соціальне страхування;
- інших обов'язкових платежів.

У п'ятому розділі показуються суми, що направляються підприємством на покриття збитків минулих років.

Складається фінансовий план на рік з поквартальною розбивкою його показників. В основі складання фінансового плану лежить балансовий метод, тобто ув'язка витрат з джерелами їх фінансування.

У процесі складання фінансового плану необхідно пам'ятати, що сума витрат і відрахувань повинна відповідати сумі доходів і надходжень коштів. Одночасно, враховуючи те, що одним видом джерел (прибутком) можуть покриватися кілька видів витрат, перед складанням фінансового плану повинна проводитися взаємна ув'язка (збалансування) цих витрат з джерелами їх покриття.

Дану таблицю складають у такій послідовності: спочатку записують підсумкові показники доходів і витрат, потім по кожній статті витрат вказують суми відповідних джерел їх фінансування. Таким чином, проводиться взаємна ув'язка витрат з джерелами їх фінансування.

Підготовлений потрібним чином фінансовий план може бути використаний для оцінки результатів бізнесу фактичного початку справ. Іноді план може слугувати базою для розробки детального робочого бюджету фірми, і тоді він фактично стане документом, в якому детально розписано, як і коли використовується капітал, а також показує мета забезпечення успіху.

Висновки до розділу 1

Таким чином, бізнес-план є не просто набором управлінських рішень в області маркетингу, стратегії виробництва і продажів, організації та фінансів - він дозволяє «вдало» продати бізнес тому, для кого цей план призначений, будь то банк, інвестиційна організація, потенційний партнер (замовник).

Бізнес-план призначений для інвестора або банкіра, а також величезну користь він приносить і власникові підприємства. Докладний і продуманий бізнес-план, можливо, є найкращим інструментом, який допоможе досягти довгостроковий цілей.

Бізнес-план допомагає:

- приймати важливі ділові рішення;

- докладно ознайомитися з фінансовим боком справи;
- отримувати важливу інформацію з відповідної індустрії та маркетингу;
- передбачати і уникати перешкод, які часто зустрічаються у схожому бізнесі;
- поставити конкретні завдання, здійснення яких буде свідчити про зроблене прогресі;
- розширюватися в нових і перспективних галузях;
- бути більш переконливим при пошуку фінансування

Якісно розроблений бізнес-план при відповідній його реалізації дозволяє підвищити конкурентоспроможність підприємства.

Підготовлений потрібним чином фінансовий план може бути використаний для оцінки результатів бізнесу фактичного початку справ. Іноді план може слугувати базою для розробки детального робочого бюджету фірми, і тоді він фактично стане документом, в якому детально розписано, як і коли використовується капітал, а також показує мета забезпечення успіху

РОЗДІЛ 2

РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ СТВОРЕННЯ ЗАКЛАДУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

2.1. Дослідження ринку послуг діяльності новоствореного підприємства

Одеса – це дійсно перлина Причорноморського узбережжя. Вона вабить своєю красою: її види заворожують, її історія захоплює. Південна Пальміра, Чорноморський Вавилон, Маленький Париж, Столиця Півдня – як тільки не називали це місто біля Чорного моря. Одеса різноманітна, але незважаючи на це, місто, за історичними мірками молоде: йому всього лише 200 років. Але й за цей невеликий період воно пережило неймовірну кількість подій, що не могло не залишити свій слід.

Одеса – один з головних економічних центрів України, що поєднує в собі найбільший морський порт, розвинену промисловість, курортно-рекреаційний комплекс, транспортну, фінансову та соціальну інфраструктуру. Основними господарськими функціями, які виконує Одеса на рівні міжнародного поділу праці, є транспортна та зовнішня торгівля. Місто забезпечене висококваліфікованою робочою силою, що володіє іноземними мовами. Це дозволяє розвивати в Одесі бізнес з високими стандартами та вимогами до трудових ресурсів.

Щодо транспортної інфраструктури Одеси, то важливе значення мають такі види транспорту: морський, повітряний, залізничний та автомобільний.

Серед архітектурних пам'яток в Одесі розташовані: Будинок Руссова, Будинок-стіна, Одеський театр опери та балету, Палац Потоцький, Пасаж, Потьомкінські сходи, Палац Бжозовського, Філармонія, Спасо-Преображенський собор.

На потік туристів до Одеси має сильний вплив велика кількість різних фестивалів та культурно-розважальних заходів:

- Video Odesa – міжнародний фестиваль відеоблогерів, конкурс молодих авторів.
- Одеський фестиваль сучасного мистецтва Freierfest.
- Avatar yoga festival – міжнародний фестиваль йоги та музики «Аватар».
- Odesa international festival – фестиваль різних напрямків танців salsa та майстер класи світових зірок.
- Мистецьке літо в Зеленому театрі – найбільший літературний фестиваль.
- Jazz festival – культовий фестиваль, який переїхав із Криму в Одесу.
- Вишиванковий фестиваль – традиційне святкування Дня незалежності України.
- Арт-фестиваль «Провінція біля моря» - поетичний фестиваль.

Таким чином, проведене дослідження вказало на доцільність розробки бізнес-плану майбутнього проєктованого готелю «Порфіріон», рекреаційного призначення за адресою: м. Одеса, вулиця Генуезька 1.



Рисунок 2.1. Дислокація проєктованого готелю рекреаційного призначення в м. Одеса

В м. Одеса досить зручна транспортна розв'язка, що дозволяє без проблем дістатись до майбутнього спортивно-оздоровчого комплексу. Перелік маршрутів громадського транспорту міста, якими можна доїхати до комплексу «Порфіріон», наведені в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 - Сполучення громадського транспорту м. Одеса [97]

№	Назва маршруту (сполучення)
Тролейбуси	
13	Чапаєвська – Аркадія
Маршрутне таксі	
168	Маршала Говорова – Паустовського
129	Аеропорт – ринок «Привоз»
185	Меморіал 411-й батареї – площа Соборна
223	Великий Фонтан – Балковська
Трамваї	
5	Автовокзал – Аркадія
17	Куликове поле – Великий Фонтан
18	Куликове поле – Великий Фонтан

Відстань від проєктованого туристичного комплексу до: центру міста – 5 км; залізничного вокзалу – 5 км; автовокзалу – 7 км; аеропорту – 8 км.

Проектування в місті Одеса такого закладу є доцільним та зацікавить туристів широким спектром наданих основних, та додаткових послуг, а також якісним сервісом. Отже, дослідивши місце проектування майбутнього спортивно-оздоровчого комплексу, можна зробити висновок, що дана територія є вдалим вибором під забудову. До майбутнього комплексу без проблем можна дістатись як тролейбусом так і трамваєм, а також маршрутним таксі, номер та назва маршруту представлені у таблиці 1.2.

Для доцільності розробки бізнес-плану обраного готелю проведемо статистичне дослідження закладів готельно-ресторанного господарства в м. Одеса.

Для аналізу ринку готельних послуг та туристичного потоку, досліджуємо заклади розміщення, які функціонують в Одесі (табл.2.2)

Таблиця 2.2 - Насиченість ринку закладами готельного господарства

№	Вид закладів ГРГ	Кількість підприємств, од.	Кількість місць, од.
1	2	3	4
Готелі м. Одеса			
	Готель *****	4	246
	Готель ****	10	740
	Готель ***	7	1753
	Готелі без категорії	15	816
Разом		36	3555

Отже, в м. Одеса функціонує 36 готельних підприємства, з яких чотири готелі категорії 5* («Палас дель Мар», «Отрада», «Дюк», «Панорама Де Люкс»), десять готелів категорії 4* («Моцарт», «Веле Россе», «Морський», «Промінада», «Фраполі», «Аларус», «Каліфорнія», «Уілсс», «Аркадая Плаза», «Лондон»), сім готелів категорії 3* та 15 готелів без категорії [80].

Аналіз конкурентного середовища проєктованого готелю «Порфіріон» є надзвичайно важливим. Так як на ринку послуг Одеси є достатня кількість закладів готельно-ресторанного господарства, які можуть скласти конкуренцію, тому слід вибрати основних конкурентів.

Серед готелей обрано: готель «Морський», «Медея», «Портофіно» та готель «Аркадія Плаза». Основною умовою вибору був асортимент надаваних послуг, що наближений до тих послуг, які надаватимуться проєктованим спортивно-оздоровчим комплексом.

Основні дані про готелі-конкуренти представлені в таблиці 2.3

Таблиця 2.3 - Характеристика ринку готельного господарства м. Одеса

Назва	Категорія	Тип	Адреса Закладу	Діапазон цін за місце	Наявність додаткових послуг	Кількість місць
1	2	3	4	5	6	7
Готель «Морський»	****	туристський	Пер. Хрустальний 1/1	702-1612 грн	Поштові та телеграфні послуги,	108

					зона Wi-fi, трансфер, послуги пральні, хімчистки, прасування одягу сауна, басейн (закритий та відкритий), фітнец-центр, спа-центр,	
Готель «Медеа»	****	туристський	Вул. Генуезька 31/1	600-1400	Зона Wi-fi, трансфер, послуги пральні, хімчистки.	36
Готель «Аркадія Плаза»	****	туристський	Вул. Посмитного 1	3200-1300	Зона Wi-fi, трансфер, паркування автомобіля працівником готелю, послуги пральні, хімчистки, сауна, басейн, корти для тенісу, масаж, фітнец-центр, спа-центр.	48
Готель «Портофіно»	****	Спортивно-оздоровчий	Вул. Генуезька 23/1	2500-12000	Конференц-зал, зона Wi-fi, трансфер, сауна, басейн, фітнец-центр, спа-центр, парна, караоке, лаунж бар.	12

З даних таблиці бачимо, що основні готелі-конкуренти мають досить вигідне місце розташування. Готелі «Аркадія Плаза» та «Портофіно» знаходяться найближче до моря. Щодо місткості, то найпотужнішим є готель «Морський». За наявністю додаткових послуг лідером серед конкурентів є «Аркадія Плаза» [80].

Якісні характеристики готелів-конкурентів проектованого закладу експертним шляхом відображені у таблиці 2.4

Таблиця 2.4 - Результати споживчої оцінки якості обслуговування готельних підприємств-конкурентів у м. Одеса

№	Критерії оцінки	Назва готелю
---	-----------------	--------------

пор.		«Аркадія Плаза»	«Морськ ий»	«Портофіно»	«Медеа»
1	2	3	4	5	6
Організація приміщення готелю й атмосфера в ньому на момент візиту клієнта					
1	Привабливе зовнішнє оформлення	9	9,5	10	8
2	Хол готелю чистий і охайний	9,5	8,5	8,5	8
3	Хол готелю має привабливий дизайн	10	8	9	7,5
4	Планування холу допомогло мені швидко зорієнтуватись	8	8	9	7,5
5	У холі достатньо чіткі знаки, що допомагають орієнтуватись	9	9,5	9,5	7,0
Описова характеристика зовнішнього вигляду співробітника служби прийому					
6	Співробітник служби прийому гарно вдягнений	8,5	8	10	8,5
7	Співробітник служби прийому має охайний вигляд	10	9	9	8
Якість зустрічі клієнта (уміння вступити в контакт і почати бесіду)					
8	Мені не довелося довго чекати, перш ніж співробітник служби прийому приділив мені увагу	9	8,5	9	8
Уміння правильно задавати питання і слухати з метою з'ясування явних і прихованих потреб клієнта					
9	Співробітник служби прийому має індивідуальний підхід до кожного клієнта	10	8	9,5	8,5
10	Співробітник служби прийому, що мене обслуговував, для уточнення поставив кілька запитань, щоб зрозуміти мою потребу	8	8,5	9	8
11	Співробітник служби прийому, який мене обслуговував, зрозумів мої потреби	9	9	8	9
Уміння компетентно розповісти про продукт сфери гостинності і зацікавити клієнта					
12	Співробітник служби прийому, що мене обслуговував, здатний компетентно відповісти на запитання клієнтів	10	9	9	7
13	Співробітник служби прийому, що мене обслуговував, надав мені додаткову інформацію, яка дозволила зробити кращий, на мій погляд, вибір	9	8	7	8
Уміння правильно працювати із запереченнями клієнта і долати їх					
14	Співробітник служби прийому, що мене обслуговував, дав компетентну відповідь на мої сумніви (щодо ціни, якості продукту тощо)	9	9	9,5	8
15	Поведінка співробітника служби прийому, який мене обслуговував, викликає довіру	9,5	8,5	9	6,5
Уміння завершити бесіду з клієнтом					
16	Співробітник служби прийому, який мене обслуговував та подякував мені за візит	9	8,5	9	8
Комунікативні уміння обслуговуючого персоналу готелю					
17	Співробітник служби прийому ввічливий і уважний	8,5	9,5	9	8
18	Співробітник служби прийому працює чітко і швидко	9,5	8,5	10	7,5
19	Співробітник служби прийому прагне	9,5	9,5	9,5	8,5

допомогти клієнту				
-------------------	--	--	--	--

Отже, серед готелей-конкурентів найкращі оцінки за показниками має «Аркадія Плаза». Сильними його сторонами можна визначити майже всі критерії оцінки. Щодо інших конкурентів - найслабшим серед них є готель «Медея» [80].

Одним із основних етапів при проектуванні закладу ресторанного господарства є дослідження його конкурентів. Ареал діяльності проектного закладу – це мікрорайон Аркадія міста Одеса, в якому розташовані ЗРГ. Інформація про ці підприємства надана в таблиці 2.5

Таблиця 2.5 - Характеристика ринку ресторанного господарства району Аркадія м.Одеса

Назва, тип закладу	Клас	Концептуальне спрямування	Адреса Закладу	Потужність місць (кг продукції)	Режим роботи, год./хв.
Ресторан «Strong House»	Вищий	Європейський ресторан при готелі	Пляж Аркадія 10	180	09. ⁰⁰ – 00. ⁰⁰
Ресторан «Арарат»	Люкс	Грузинський ресторан	Вул. Гагаринське плато 5/4	230	09. ⁰⁰ – 02. ⁰⁰
Ресторан «Деварана»	Вищий	Європейський ресторан	Вул. Тініста 9/12	160	12. ⁰⁰ – 23. ³⁰
Ресторан «У Самвела»	Перший	Європейський ресторан	Вул. Посмитного 2	250	10. ⁰⁰ – 23. ⁰⁰
Кафе «Меррі Беррі»	Кафе	Кав'ярня у європейському стилі	Вул. Аркадійська алея 1	70	09. ⁰⁰ – 22. ⁰⁰

З перелічених закладів ресторанного господарства, що функціонують в ареалі діяльності проектного ресторану при спортивно-оздоровчому комплексі «Порфіріон», можна виділити основних конкурентів, це ресторан «Арарат» класу люкс, ресторан «Strong house» та ресторан «Деварана» вищого класу, оскільки представлені послуг та сегмент ринку, на який вони працюють, співпадають з діяльністю проектного закладу. Щодо

дитячого кафе, то в районі Аркадія його немає, тому проектування дитячого кафе при готелі є доцільним та потрібним мікрорайону[99].

Отже, ресторан «Арагат» як головний конкурент проєктованого закладу, задовольняє майже четверту частину потреб даного сегменту ринку.

Ресторан «Strong house» – це заклад, що розташований при готелі і пропонує страви європейської та української кухні. Ресторан «Деварана» працює як самостійний заклад та також пропонує страви європейської та української кухні. Щоб краще дослідити дані підприємства, необхідно розглянути їх конкурентні переваги. Тому проведемо порівняльну характеристику проєктованого ресторану із ресторанами-конкурентами за ключовими факторами та результати занесемо до таблиці 2.6.

Таблиця 2.6 - Конкурентні профілі підприємств

Показник	Підприємство, що проєктується	«Арагат»	«Strong house»	«Деварана»
Потужність	5	4	4	4
Асортимент основних послуг	5	4	5	4
Асортимент додаткових послуг	5	4	5	4
Інноваційність	4	4	3	3
Якість, рівень і швидкість обслуговування (сервісу)	5	5	4	4
Сучасне обладнання	5	4	3	4
Прогресивна технологія	4	4	4	3
Автоматизація і комп'ютеризація	5	4	4	4
Ціна	5	4	4	4
Місце розташування	4	5	4	5
Кваліфікованість та зовнішній вигляд персоналу	5	5	4	4
Фірмовий стиль	5	5	5	4
Реклама	5	4	4	
Екстер'єр та інтер'єр	5	5	4	4
Застосовані методи стимулювання збуту	5	4	4	4

При аналізі даних про основних конкурентів, слід звернути увагу на використання інформаційних технологій.

Ресторани «Апарат», «Strong house» та «Деварана» у своїй діяльності користуються програмою «R-Keeper», яка призначена для автоматизації продажу, обслуговування клієнтів, роботи кухні і барів, накопичення та аналізу даних з продажу і сервісу за різні проміжки часу. Накопичені дані використовуються в системах складського обліку та бухгалтерського обліку. Дану систему необхідно використовувати і в проєктованому закладі, оскільки автоматизація у цій сфері бізнесу дозволяє виключити втрати прибутку з причини людського фактора, збільшити швидкість обслуговування клієнтів та спростити облік на підприємстві [96].

Щодо стандартів якісного обслуговування, то ресторани-конкуренти використовують внутрішні стандарти якості, що являють собою сукупність процедур і щоденних операцій, виконуваних персоналом і сприяють максимальному задоволенню відвідувачів, починаючи від зовнішнього вигляду і поведінки персоналу та закінчуючи дисциплінованістю, знанням роботи, здатністю якісно та вчасно виконувати завдання, володінням іноземною мовою тощо [96].

В проєктованому ресторані при готелі «Порфіріон» будуть використовуватись внутрішні стандарти якості, кодекс для персоналу з чіткими вимогами до кожного з технологічних процесів обслуговування клієнтів та особистих якостей працівників.

2.2. Концептуальні засади новоствореного готелю рекреаційного призначення у м. Одеса

Загальні ознаки концепції готелю рекреаційного призначення «Порфіріон», представлені в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7 - Концепція готелю «Порфіріон»

Ознаки концепції	Характеристика ознак
1	2
Вид підприємства	Готель

Тип готелю	Рекреаційний
Місцезнаходження:	М. Одеса, вул. Генуезька, 1
Кількість місць	82
Дизайнерський стиль готелю	Грецький
Режим роботи	Цілодобово
Контингент	Внутрішні туристи, іноземні туристи
Наявність автостоянки/кількість місць	25
Тип структурного підрозділу закладів ресторанного господарства	Ресторан Дитяче кафе
Кількість місць в ЗРГ	Ресторан – 120 Дитяче кафе – 20
Контингент ЗРГ	Змішаний
Кухня	Українська
Режим роботи ЗРГ	Ресторан : 8.00 – 24.00 Дитяче кафе: 8.00 – 21.00
Форма обслуговування	Обслуговування офіціантами
Дизайнерський стиль ресторану	Грецький

Як видно з даних таблиці, готель рекреаційного призначення «Порфіріон» працює цілодобово та вміщує 82 людини, розташований у місті Одеса за адресою вулиця Генуезька, 1. В закладі будуть надаватись послуги розміщення, послуги харчування та ряд додаткових послуг спортивно-оздоровчого характеру. Також при готелі проектується ресторан української кухні на 120 місць та дитяче кафе – на 20 місць.

В готелі «Порфіріон» буде 50 номерів різних категорій. Проектна потужність готелю представлена в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8 - Проектна потужність готелю «Порфіріон»

Назва номерів	Вимоги ДБН В.22-91			% Номерів кожного типу	Проектна кількість номерів	Проектна кількість місць
	Кількість кімнат	Кількість місць	Житлова площа, м ²			
Апартамент (двомісний)	2	1(2)	50	Не більше 5%	1	2
Люкс (двомісний)	2	2	35	Не більше 5%	1	2
Напівлюкс (студіо)	1	1	16	Не більше 5%	1	1
Номер I категорії (одномісний)	1	1	10	Не менше 20%	17	17

Номер І категорії (двомісний)	1	2	15	Не менше 60 %	30	60
Разом:					50	82

Щодо закладів ресторанного господарства при готелі «Порфіріон», то проектується ресторан української кухні на 120 місць, який працюватиме з 8.00 до 24.00, та дитяче кафе, графік роботи якого з 8.00 до 21.00, також в дитячому кафе проектується окрема кімната для розваг та ігор (таблиці 2.9).

Таблиця 2.9 - Заклади ресторанного господарства при готелі «Порфіріон»

Кількість ЗРГ	Вимоги ДБН В.22-91, (щодо кількості місць в ЗРГ)		
	(% від місць готелю)	Мінімальна кількість місць по нормативу	Проектна кількість місць ЗРГ при готелі
2			
Ресторан	90	72	120
Дитяче кафе	10	8	20

Щодо додаткових послуг, які надаватимуться готелем «Порфіріон», то серед них безкоштовними є такі:

- послуги швейцара;
- Wi-Fi;
- виклик таксі;
- аптечка;
- сейф;
- зберігання багажу;
- доставка ресторанної продукції в номер;

Платними додатковими послугами є такі: прання та прасування одягу; міні-бар, організація трансферу, тренажерний зал, йога, сауна, басейн, джакузі, гудромасаж, послуги дієтолога, замовлення квитків, стоянка під охороною, оренда велосипедів.

«Порфіріон» – це готель рекреаційного призначення, що надає свої послуги як для іноземних, так і для внутрішніх туристів і місцевого населення. Приклад логотипу готелю на рисунку 2.2.



Рисунок 2.2. Логотип готелю «Порфіріон»

Даний логотип можна буде побачити на вивісках готелю та ресторану, серветках та постільній білизні, халатах та рушниках та на візитівках комплексу.

«Порфірін» - в давньогрецькій міфології був один із найсильніших гігантів. Відрізнявся своєю силою та могутністю серед інших гігантів. Тому назва готелю «Порфіріон» найбільш вдала і з перших хвилин дає зрозуміти, що є сильним конкурентом на ринку готельно-ресторанних послуг.

Готель та ресторан виконані в грецькому стилі. Даний стиль інтер'єру вперше заявив про себе ще до нашої ери, невидимими нитками пов'язаний з культурою таємничого стародавнього держави, його архітектурними шедеврами, військовими перемогами і олімпійськими небожителями. Унікальний грецький стиль в інтер'єрі об'єднує в собі силу і велич могутньої імперії з елегантністю і красою кожної деталі. Даний стиль базується на прохолодних кольорах та йому властива пастельна гама. Одною з основних

переваг даного стилю є те, що він завжди актуальний та не виходить з моди [91].

Ресторан при готелі «Порфіріон» проектується як відкритий ресторан вищого класу та розрахований на змішаний контингент. В даному закладі пропонується вишукане меню, яке включає в себе безліч різноманітних страв української кухні на будь-який смак. Ресторан працюватиме як відкритий заклад з 8.00 до 24.00, у якому можуть харчуватись як мешканці готелю, так і інші споживачі. Крім того у ресторані приймаються замовлення на святкування днів народження, весіль, корпоративів тощо.

Дитяче кафе «Порфіріон» в структурі готелю буде працювати з 8.00 до 21.00. Заклад розрахований на 20 місць. У дитячому кафе проектується невеличка зона для відпочинку та ігор, також у кафе буде працювати аніматор, який буде розважати гостей та безпосередньо буде проводити дні народження та різні свята.

Кваліфікований та привітливий персонал зробить перебування у готелі та ресторані надзвичайно зручним. Форма працівників буде пошита в класичному стилі. Кольорова гамма буде складатись з коричневого та білого кольорів. На фартухах та сорочках буде логотип «Порфіріон».

2.3. Обґрунтування вибору виду економічної діяльності, організаційно-правової форми та способу започаткування створюваного підприємства

Готель рекреаційного призначення «Порфіріон» - це товариство з обмеженою відповідальністю, яке діє на підставі статуту та статутного капіталу. Вищим органом в управлінні готелем «Порфіріон» є збори учасників, які обирають голову товариства .

Підприємство «Порфіріон» проходить державну реєстрацію відповідно до ГКУ та ЗУ «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-

підприємців». Список документів для державної реєстрації приватного підприємства «Порфіріон» представлений у таблиці 2.10

Таблиця 2.10 - Список документів для державної реєстрації ТОВ «Порфіріон»

№ пор.	Назва документу
1	Копії паспортів засновників
2	Копії ідентифікаційних номерів засновників
3	Копії паспортів директора та бухгалтера
4	Копії ідентифікаційних номерів директора та бухгалтера
5	Копія свідоцтва про реєстрацію

Отже, засновниками ТОВ «Порфіріон» є фізичні особи. Етапи процедури державної реєстрації ТОВ «Порфіріон» представлена у таблиці 2.11

Таблиця 2.11- Етапи державної реєстрації ТОВ «Порфіріон»

№ пор.	Етап
1	2
1	Резервування найменування «Порфіріон»
2	Визначення основних видів діяльності ТОВ «Порфіріон»
3	Визначення місцезнаходження Товариства «Порфіріон»
4	Підготовка проекту Статуту ТОВ «Порфіріон»
5	Проведення установчих зборів, на яких приймаються рішення: - про створення ТОВ «Порфіріон»; - про формування статутного капіталу ТОВ «Порфіріон» - про затвердження статуту ТОВ «Порфіріон»; - про обрання директора ТОВ «Порфіріон»
6	Підписання і нотаріальне завірчення статуту ТОВ «Порфіріон»
7	Внесення засновниками не менше 50% внеску в статутний капітал ТОВ «Порфіріон»
8	Сплата державного збору за проведення реєстрації ТОВ «Порфіріон»
9	Подача документів на державну реєстрацію до Одеської державної адміністрації. Документи, що подаються державному реєстратору: - заповнена реєстраційна картка на проведення державної реєстрації юридичної особи; - примірник оригіналу або нотаріально посвідчена копія протоколу зборів засновників про створення ТОВ «Порфіріон»; - документ, що засвідчує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації юридичної особи; - довідка з Єдиного державного реєстру про резервування найменування «Порфіріон»; - документ, який підтверджує внесення засновниками вкладів до статутного

	капіталу ТОВ «Порфіріон» в розмірі 50%;
10	Отримання довідки статистики про присвоєння кодів КВЕД
11	Взяття на облік в ДПП і отримання довідки у формі 4-ОПП
12	Отримання дозволу та виготовлення печатки ТОВ «Порфіріон»
13	Взяття на облік в Пенсійному фонді
14	Взяття на облік в Фонді обов'язкового соціального страхування від тимчасової втрати працездатності
15	Взяття на облік в Фонді обов'язкового соціального страхування від нещасних випадків на виробництві і професійних захворювань
16	Взяття на облік в Центрі зайнятості
17	Відкриття розрахункового рахунку в банку
18	Взяття на облік в якості платника ПДВ або єдиного податку

Можна зробити висновок, що реєстрація товариства з обмеженою відповідальністю «Порфіріон» - це досить велика процедура, яка вимагає якісної підготовки.



Рисунок 2.4. Систему документів, що регулюють працю персоналу в

готелі рекреаційного призначення «Порфіріон»

Розмір статутного капіталу ТОВ «Порфіріон» становить не менше суми, яка дорівнює 100 мінімальних заробітних плат, що відповідає ст.52 ЗУ «Про господарські товариства». Статутний капітал товариства «Порфіріон» поділений на частки, визначених статутом, в межах яких учасники несуть відповідальність [87].

В готелі рекреаційного призначення «Порфіріон» розроблена система документів, яка регламентує працю персоналу. Перелік цих документів представлений на рисунку 2.4

Як бачимо зі схеми, зовнішніми документами є документи державного значення. Внутрішні документи регулюють працю персоналу готелю «Порфіріон» всередині підприємства на основі внутрішнього розпорядку.

Висновок до розділі 2

Отже, готель рекреаційного призначення «Порфіріон» - це товариство з обмеженою відповідальністю, яке діє на підставі статуту та статутного капіталу. Вищим органом в управлінні готелем «Порфіріон» є збори учасників, які обирають голову товариства.

Готель та ресторан виконані в грецькому стилі. Даний стиль інтер'єру вперше заявив про себе ще до нашої ери, невидимими нитками пов'язаний з культурою таємничого стародавнього держави, його архітектурними шедеврами, військовими перемогами і олімпійськими небожителями. Унікальний грецький стиль в інтер'єрі об'єднує в собі силу і велич могутньої імперії з елегантністю і красою кожної деталі. Даний стиль базується на прохолодних кольорах та йому властива пастельна гама. Одною з основних переваг даного стилю є те, що він завжди актуальний та не виходить з моди [91].

Ресторан при готелі «Порфіріон» проектується як відкритий ресторан вищого класу та розрахований на змішаний контингент. В даному закладі пропонується вишукане меню, яке включає в себе безліч різноманітних страв української кухні на будь-який смак. Ресторан працюватиме як відкритий заклад з 8.00 до 24.00, у якому можуть харчуватись як мешканці готелю, так і інші споживачі. Крім того у ресторані приймаються замовлення на святкування днів народження, весіль, корпоративів тощо.

РОЗДІЛ 3

ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ СТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

3.1. Резюме

Підприємство ТОВ «Порфіріон» було створено з метою залучення інвестиційних коштів, що дозволять реалізувати проект створення готелю рекреаційного призначення у м.Одеса.

Головною ціллю даного проекту є забезпечення туристів послугами, що відновлюють здоров'я, задовольняють історико-культурні, інтелектуальні потреби, підтримують духовний і фізичний розвиток особи, нормальну життєдіяльність рекреанта. Сферу рекреаційних послуг можна визначити як спеціально організовану систему, функціонування якої спрямоване на обслуговування споживачів рекреаційних послуг (рекреантів), що реалізуються на ринку послуг як самостійний продукт.

Реалізації проекту будівництво закладу готельно-ресторанного бізнесу, а саме готелю рекреаційного призначення з широким асортиментом послуг як для внутрішніх, так і для іноземних туристів, зокрема послуг харчування та послуг спортивно-оздоровчого характеру.

Наукові дослідження останніх років показали, необхідною складовою розвитку регіональної рекреаційної туристської діяльності є наявність у регіоні готельно-господарського потенціалу. Важливою умовою розвитку сучасного туризму в Україні є ефективне функціонування готельної індустрії.

Саме тому було прийнято рішення про проектування готелю рекреаційного призначення у м. Одеса.

3.2. Опис послуг «Порфіріон»

Серед додаткових послуг готелю «Порфіріон» є ряд послуг спортивно-оздоровчого та рекреаційного характеру: тренажерний зал, де тренер надає консультації та підбирає індивідуальну програму тренування відповідно до особливостей організму, сауна, масаж, басейн, джакузі, послуги дієтолога та ще ряд інших послуг.

Приміщення житлової групи складаються з номерів, коридорів, віталень, холів, приміщень для персоналу та для надання додаткових послуг на поверсі. Ця група є основною та становить більше 50% об'єму будівлі [51]. Структура і площа номерного фонду готелю при спортивно-оздоровчому комплексі «Порфіріон» зазначена у таблиці 3.1

Таблиця 3.1 - Структура і площа номерного фонду готелю «Порфіріон»

Назва номеру	Кількість кімнат	Кількість місць	Житлова площа, м ²	Кількість номерів	Загальна площа номерів, м ²
Апартамент (двомісний)	2	1(2)	50	1	50
Люкс (двомісний)	2	2	35	1	35
Напівлюкс (студіо)	1	1	16	1	16
Номер I категорії (одномісний)	1	1	10	17	170
Номер I категорії (двомісний)	1	2	15	30	450
Разом:				50	721

Отже, з даних таблиці бачимо, що найбільшу частину номерного фонду готелю займають двомісні номери I категорії. Їх 30 загальною площею 450 м². Далі йдуть одномісні номери I категорії їх кількість становить - 17. Щодо

апартаментів та номерів «люкс» та «напівлюкс», то їх по 1. Характеристика номерів готелю представлена у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 - Характеристика номерного фонду готелю «Порфіріон»

Назва номеру	Характеристика номеру	Кількість номерів	Кількість місць
1	2	3	4
Апартамент (двомісний)	Складається з двох житлових кімнат (спальня, вітальня), кабінету, кухонної ніші. Є повний та додатковий санвузли. Повний санвузол включає унітаз, умивальник, ванну, душ, рушникосушительник.	1	2
Люкс (двомісний)	Складається з двох житлових кімнат (спальня, вітальня), повного та додаткового санвузлів. Повний санвузол включає унітаз, умивальник, ванну та рушникосушительник.	1	2
Напівлюкс (студію)	Складається з однієї кімнати, яка поєднує в собі спальню і вітальню. Є повний санвузол, що включає унітаз, умивальник, ванну та рушникосушительник.	1	1
Номер I категорії (одномісний)	Складається з однієї кімнати (спальні) та повного санвузлу (унітаз, умивальник, душ та рушникосушительник).	17	17
Номер I категорії (двомісний)	Складається з однієї кімнати (спальні) та повного санвузлу (унітаз, умивальник, душ та рушникосушительник).	30	60
Всього		50	82

Отже, з даних таблиці ми бачимо, що номери категорій «апартамент» та «люкс» складаються з двох житлових кімнат (спальня та вітальня), кабінету, та мають повний та додатковий санвузли. Крім того апартаменти включають в себе кухонну нішу. Напівлюкс складається з однієї кімнати (спальні) та повного санвузлу. Номери I категорій та складаються з однієї кімнати (спальні) та повного санвузлу.

До житлової групи приміщень, крім номерного фонду, також відносяться коридори, вітальні та приміщення побутового обслуговування на поверсі. Приміщення побутового обслуговування в готелі «Порфіріон» - склад та площі представлені у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 - Склад приміщень поверхового обслуговування готелю «Порфіріон»

№ пор.	Приміщення	Площа, м ²
1	Хол	30 м ² плюс по 1 м ² на кожен номер, починаючи з 21-го (не більше 120 м ²)
2	Кімната чергового персоналу з вбудованими шафами для чистої білизни	12
3	Комора для брудної білизни	6
4	Комора для прибирального інвентарю	4
5	Площадка розбирання брудної білизни при білизнопроводі	4
6	Кімната побутового обслуговування	8
7	Приміщення для зберігання візків покоївок	12
8	Приміщення для чищення взуття	4
9	Санвузол для персоналу (унітаз, умивальник, душ)	6
	Всього	116

Приміщення для чистої білизни у спортивно-озоровчому комплексі «Порфіріон» сполучається з вантажним ліфтом і поверховими білизняними кімнатами, площа яких складає 12 м². В цих кімнатах передбачається місце для прасування. В свою чергу приміщення для брудної білизни сполучається з поверховим білизнопроводом [51].

Приміщення для збору чистої білизни оснащено таким інвентарем: стелажі для білизни; стіл для перевірки білизни на цілісність та оформлення супровідних документів.

Приміщення для брудної білизни оснащено: візками для збирання та сортування білизни; столом для оформлення супровідних матеріалів.

Також на поверсі передбачена кімната побутового обслуговування, площа якої складає 8 м² та кімната для чищення взуття площею 4 м² [51].

Санвузол для персоналу включає унітаз, умивальник та душ, його площа дорівнює 6 м².

Хол з'єднує сходи та пасажирський ліфт. В цьому приміщенні розташовується робоче місце чергового поверху, оснащено письмовим столом та стільцем, засобами зв'язку та комодами для документів [51].

Хол призначений для відпочинку гостей комплексу. Оснащений м'якими диванами, кріслами, телевізором та журнальним столиком.

Коридори – одна з головних складових груп житлових приміщень, що з'єднує номерний фонд зі сходами, ліфтами та іншими приміщеннями. Їх ширина у спортивно-оздоровчому комплексі складає не менше 1,3 м до 2,4 м²

Приймально-вестибюльна група приміщень розташовується на першому поверсі готелю. До неї належать вестибюль, служба прийому та розміщення, камера схову та сейфова кімната, приміщення для зберігання та транспортування багажу, відділення зв'язку. Саме приймально-вестибюльна група приміщень є ланкою, що сполучає всі блоки приміщень між собою [51].

Функціональна організація приймально-вестибюльної групи виключає перетинання людських потоків та забезпечує найкоротші шляхи від входу в готель до ліфтів та сходів.

Склад та площі приміщень приймально-вестибюльної групи у спортивно-оздоровчому комплексі «Порфіріон» відповідають ДБН В.2.2-20:2008 представлені у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 - Склад та площі приміщень приймально-вестибюльної групи у готелі «Порфіріон»

№ пор.	Приміщення	Площа, м ²
1	Вестибюль	100
2	Бюро прийому і реєстрації	10
3	Кімната чергового адміністратора	8
4	Службовий санітарно-технічний блок	6
5	Кімната чергового адміністратора	12
6	Сейфова кімната	8
7	Швейцарська і приміщення носильників	8
8	Камера схову	8
9	Приміщення охорони	8
10	Відділення зв'язку	12
11	Комора прибирального інвентаря	3
12	Медичний пункт	14
13	Санвузол роздільний	10
	Всього	207

Отже, приймально-вестибюльна група приміщень в спортивно-оздоровчому комплексі «Порфіріон» складається з вестибюлю, стійки рецепції, приміщення для сейфів, швейцарської, пункту охорони, відділення зв'язку, комори прибирального інвентарю, медичного пункту та санвузла. Згальна площа даної групи приміщень буде складати площу 207 м².

В спортивно-оздоровчому комплексі «Порфіріон» проектується ресторан української кухні на 120 місць, який носить ім'я готелю, та дитячим кафе на 20 місць.

Таблиця 3.5 - Склад і площі приміщень для відвідувачів ЗРГ при готелі «Порфіріон»

Приміщення	Площа, м ²
Ресторан «Порфіріон»	
Вестибюль (включаючи гардероб та санвузли)	60
Аванзала	20
Торговельна зала ресторану	200
Приміщення офіціантів ресторану	12
Всього:	292
Дитяче кафе	
Вестибюль (включаючи гардероб та санвузли)	25
Торговельна зала дитячого кафе	52
Всього	77

Отже, з даних таблиці бачимо, що приміщення для відвідувачів ресторану «Порфіріон» складають 292 м² та дитячого кафе - 77 м²

Ресторан «Порфіріон» - це ресторан української кухні, який відкритий як для гостей готелю так і для жителів міста Одеси. В даному закладі застосовується форма обслуговування офіціантами, а саме індивідуальна. Розташований ресторан на першому поверсі спортивно-оздоровчого комплексу.

Дитяче кафе також розташоване на першому поверсі готелю поруч з рестораном.

Даний заклад відкритий і для мешканців готелю, і для широких верств населення міста. Мешканці готелю можуть обрати англійський, американський або дієтичний сніданок.

В міні-барах номерів готелю представлений такий асортимент напоїв: солодка газована вода, ємкістю 0,33 л, мінеральна газована та негазована вода, ємкістю 0,33 л, сік в асортименті 0.2 л, пиво в асортименті по 0,33 та 0.5 л. Поруч розташовується інформаційний листок про ціни та асортимент міні-бару, текст якого надрукований українською та англійською мовами.

Працівники готелю, які обслуговують гостей у номерах, дотримуються правил етикету. Приймання замовлень починається з 8.00. Замовлення можна здійснювати по телефону, зателефонувавши на рецепцію, або ж замовлення приймає безпосередньо фіціант, якого викликають у номер, після чого передає замовлення до ресторану за допомогою телефону. Поки ресторан виконує замовлення, офіціант готує предмети сервірування, що залежать від виду замовлення: посуд, основні набори, лляні та паперові серветки, келихи, зубочистки. Транспортування замовленої ресторанної продукції та предметів сервірування виконується за допомогою офіціантського візка. Спосіб подавання страв вибирає гість. Офіціант передає рахунок клієнту, який його лише підписує, а оплачувати буде вже під час остаточного розрахунку з спортивно-озоровчим комплексом

В готелі «Порфіріон» передбачені приміщення побутового обслуговування і торгівлі, які розміщуються при вестибюлі відокремленими. Склад і площі даної групи приміщень відповідають ДБН В.2.2-20:2008 та наведені в таблиці 3.6

Таблиця 3.6 - Склад і площі приміщень побутового обслуговування і торгівлі в готелі «Порфіріон»

№ пор.	Приміщення	Площа, м ²
1	Перукарня	44
2	Комплексний приймальний пункт (дрібний ремонт одягу, хімчистка, прання і прасування)	12
3	Каса квитків на транспорт	6
5	Сувенірний кіоск	4
	Всього	68

Отже, в готелі «Порфіріон» приміщення побутового обслуговування і торгівлі займають 68 м² включають перукарню, сувенірний кіоск та комплексний приймальний пункт по дрібному ремонту одягу, хімчистки, прання і прасування. Площа перекурні 44 м², пункт для ремонту одягу 12 м², квиткова каса 6 м² та сувенірний кіоск 4 м².

В перукарні при готелі працює два перукаря та майстер манікюру. Важливе значення для функціонування перукарні при готелі, має вентиляція, яка підтримує температуру 18-20 °С [13].

Приміщення фізкультурно-оздоровчого призначення – це важлива частина готелю рекреаційного призначення «Порфіріон», так як даний заклад несе в собі ознаки напрямку. Склад і площі приміщень даної групи наведені в таблиці 3.7

Таблиця 3.7 - Склад і площі приміщень фізкультурно-оздоровчого призначення в готелі «Порфіріон»

№ пор.	Приміщення	Площа приміщень, м ²
1	2	3
1	Тренажерна зала	50
2	Приміщення при тренажерному залі:	
	- зберігання і ремонт тренажерів;	12
	- кімната інструктора;	10
	- роздільні роздягальні з душовими і санвузлами;	16*2
	- господарська комора	4
3	Плавальний басейн	17*8
4	Приміщення при басейні:	
	- технічні приміщення;	4
	- роздільні роздягальні з душовими і санвузлами;	18*2
	- кімната відпочинку;	8
	- кімната медсестри;	12
	- кімната водного інвентаря;	4
	- господарська комора	4
5	Сауна	20
6	Спа-салон	35
	Всього:	367

Як бачимо з даних таблиці, загальна площа приміщень фізкультурно-оздоровчого призначення складає 367 м². До цього блоку входять сауна, тренажерний зал, плавальний басейн, спа-салон та приміщення при них.

Оснащення тренажерної зали представлено у таблиці 3.7

Таблиця 3.8 - Інвентар тренажерної зали при готелі «Порфіріон»

№ пор.	Вид інвентарю	Кількість
1	Бігова доріжка Esprit RT9	1
2	Орбітрек Circle EP7000	1
3	Велотренажер True LC900U 2W	1
4	Гребний тренажер Sportop R700	1
5	Гантели різної маси	16
6	Горизонтальна лавка Matrix G3-FW81	1
7	Станція для підтягувань та віджимань Matrix G3-S60	1
8	Верхня тяга Matrix G3-S30	1
9	Жим від грудини (моноважель) Matrix G3-S10	1

Отже, більшу частину тренажерів займають кардіотренажери, так як вони являються найпопулярнішими серед споживачів.

Адміністративні приміщення готелю «Порфіріон» розташовані на першому поверсі готелю. Їх склад та площі представлені у таблиці 3.9.

Таблиця 3.9 - Склад і площа адміністративних приміщень готелю «Порфіріон»

№ пор.	Приміщення	Площа приміщень, м ²
1	Кабінет директора	14
2	Приймальня	8
3	Кабінет заступників директора	12
4	Кімната головного інженера (техніка)	8
5	Кімната завгоспа	12
6	Архів	12
7	Бухгалтерія, в тому числі:	
	- робочі приміщення;	16
	- каса	6
8	Санвузли з умивальниками у шлюзах	8 (2*4)
	Всього:	108

Отже, блок адміністративних приміщень займає площу 108 м² та складається з приймальні, кабінетів директора, заступника директора, головного інженера, кімнати завгоспа, архіву, бухгалтерії, та санвузлів.

Господарські та виробничі приміщення готелю «Порфіріон» будуть розташовуватись на першому поверсі готелю. Їх склад та площі представлені у таблиці 3.9 (відповідно до ДБН В.2.2-20:2008)

Таблиця 3.10 - Склад і площі господарських та виробничих приміщень при готелі «Порфіріон»

№ пор.	Приміщення	Площа приміщень, м ²
1	2	3
1	Центральний диспетчерський пост, у тому числі:	
	- приміщення чергової ремонтної зміни;	8
2	Вузол зв'язку, у тому числі:	
	- радіовузол	8
	- ремонтна майстерня	6
3	Центральна білизняна, в тому числі:	
	- відділення чистої білизни;	16
	- відділення брудної білизни	8
	- приміщення розбирання брудної білизни;	8
	- майстерня лагодження білизни;	4
4	Служба прибирання території (двірницька), в тому числі:	
	- побутові приміщення;	6
	- склад прибирального інвентаря;	4
	- склад видаткових засобів;	4
	- склад садового інвентаря й прибиральної техніки;	6
5	Майстерні, у тому числі:	
	- електротехнічна;	8
	- сантехнічна;	8
	- слюсарна;	8
	- КВП і А;	8
	- столярня;	16
	- малярна;	12
6	Складські приміщення, у тому числі:	
	- резервний склад білизни;	8
	- склад драпірувань;	6
	- матеріально-технічні склади;	30
	- склад видаткових матеріалів;	16
	- склад меблів;	30
	- склади технічних служб	10
	- склад лакофарбових матеріалів	10
	- склад пиломатеріалів;	20
7	Побутові приміщення виробничого персоналу, санвузли та душові	14
8	Пральня	60
9	Господарські	9
	Всього:	351

Отже, з даних таблиць бачимо, що загальна площа господарських та виробничих приміщень готелю «Порфіріон» складає 351 м². Даний блок включає центральний диспетчерський пост, вузол зв'язку, центральну білизняну, приміщення служби прибирання території, майстерні, складські

приміщення, пральні та побутові приміщення виробничого персоналу [10, 51].

Щодо господарських та виробничих приміщень закладів ресторанного господарства при спортивно-оздоровчому комплексі «Порфіріон», то їх склад та площа представлені у таблицях 3.10 та 3.11 (відповідно до СНіП II-Л.8-71).

Таблиця 3.11. - Склад і площі виробничих та господарських приміщень ресторану «Порфіріон»

№ пор.	Приміщення	Площа приміщень, м ²
Виробничі		
1	Гарячий цех	60
2	Холодний цех	30
3	Заготівельний цех	20
4	Кондитерський цех	17
5	Кабінет завідуючого виробництвом	7
6	Мийна кухонного посуду	24
7	Мийна столового посуду	16
8	Сервізна	9
9	Роздавальна	25
	Всього	208
Складські		
1	Холодильні камери для зберігання молочно-жирових продуктів та гастрономії	13
2	Холодильні камери для зберігання фруктів, ягід, напоїв, овочів	11
3	Холодильні камери для зберігання м'яса та риби	10
5	Комора для зберігання бакалійної групи товарів	11
6	Комора для зберігання овочів	12
7	Комора для зберігання вино-горілчаних виробів	7
8	Комора і мийна тари та інвентарю	16
9	Комора інвентарю	9
10	Розвантажувальна	18
	Всього	115
	Всього виробничо-складські приміщення	323

Як видно з таблиці, виробничі приміщення ресторану «Порфіріон» займають площу 208 м², а складські – 115 м².

Таблиця 3.12 - Склад і площі виробничих та господарських приміщень дитячого кафе «Порфіріон»

№ пор.	Приміщення	Площа, м ²
Виробничі		
1	Гарячий цех	10
2	Холодний цех	

3	Мийна столового посуду	12
4	Мийна кухонного посуду	
5	Мийна та кладова тари для полуфабрикатів	
	Всього	22
Складські		
1	Приміщення для зберігання продукції	20
2	Комора для сухих продуктів	9
3	Розвантажувальна	6
	Всього	35
	Всього виробничо-складські приміщення	57

Як бачимо з даних таблиць, виробничо-складські приміщення, дитячого кафе «Порфіріон» займають площу 57 м². З них 22 м² – це виробничі приміщення, 35 м² – складські. Ці блоки приміщень включають цехи, комори для зберігання товарів, мийні посуду, холодильні камери та інші складські приміщення.

В ресторані та дитячому кафе при готелі «Порфіріон» передбачені адміністративно-побутові приміщення, склад і площі яких представлені у таблицях 3.13 та 3.14 та відповідають вимогам СНіП II-Л.8-71.

Таблиця 3.13 - Склад і площі адміністративно-побутових приміщень ресторану «Порфіріон»

№ пор.	Приміщення	Площі приміщень, м ²
1	2	3
1	Кабінет директора	6
2	Бухгалтерія	12
3	Приміщення для персоналу	8
4	Гардероб для персоналу	28
5	Душові, вбиральні	13
6	Білизняна	7
	Всього	74

Як бачимо з даних таблиць, в ресторані при готелі «Порфіріон» адміністративно-побутові приміщення займають площу 74 м². Даний блок приміщень включає в себе кабінет директора, бухгалтерію, приміщення та гардероб для персоналу, душові, вбиральні та білизняну.

Таблиця 3.14- Склад і площі адміністративно-побутових приміщень дитячого кафе «Порфіріон»

№ пор.	Приміщення	Площі приміщень, м ²
--------	------------	---------------------------------

1	Кабінет директора	6
3	Гардероб для персоналу	14
4	Душеві та вбиральні	4
	Всього	24

Як видно з даних таблиці, в дитячому кафе «Порфіріон» блок адміністративно-побутових приміщень займає площу 24 м² та включає кабінет директора, гардероб для персоналу та душові і вбиральні.

Визначення корисних площ будівель наведено у таблиці 3.15

Таблиця 3.15 - Визначення корисної площі будівлі готелю «Порфіріон»

№ пор.	Приміщення	Площа приміщень, м ²
Готель		
1	Приймально-вестибюльна група приміщень	207
2	Житлова група приміщень	721
3	Фізкультурно-оздоровча група приміщень	367
3	Приміщення побутового обслуговування	68
4	Група адміністративних приміщень	108
5	Господарсько-виробничі приміщення	351
	Всього	1822
Ресторан «Порфіріон»		
1	Приміщення для відвідувачів	292
2	Виробничо-складські приміщення	342
3	Адміністративно-побутові приміщення	84
	Всього	848
Дитяче кафе «Порфіріон»		
1	Приміщення для відвідувачів	71
2	Виробничо-складські приміщення	57
3	Адміністративно-побутові	24
	Всього	156
	Корисна площа	2826

Отже, корисна площа будівлі складає 2826 м².

Визначимо робочу площу будівель (S_p), яка враховує площі коридорів та технічних приміщень, за формулою:

$$S_p = S_k * K_1 \quad (3.1)$$

де S_k – корисна площа будівлі;

K_1 - коефіцієнт збільшення площі.

Робоча площа будівлі становить:

$$S_p = 2826 * 1,25 = 3533 \text{ м}^2$$

Щоб визначити загальну площу закладу ($S_{\text{заг}}$), необхідно врахувати конструктивні елементи будівлі. Загальна площа будівель обчислюється за формулою:

$$S_{\text{заг}} = S_p * k_2 \quad (3.2)$$

де k_2 – коефіцієнт збільшення площі (1,03-1,15 в залежності від поверховості будівлі).

Загальна площа будівлі становить:

$$S_{\text{заг}} = 3533 * 1,15 = 4063 \text{ м}^2$$

Отже, визначено загальну площу будівлі. На її основі можна визначити площу поверху за формулою:

$$S_{\text{пов}} = S_{\text{заг}} / n \quad (3.3)$$

де n – кількість поверхів в будівлі.

Визначаємо площу поверху будівлі:

$$S_{\text{пов}} = 4063 / 5 = 813 \text{ м}^2$$

Таким чином, будівля буде п'ятиповерховою. Отже, корисна площа будівлі складає 2826 м², робоча площа будівлі становить 3533 м², загальна площа будівлі становить 4063 м². Будівля п'ятиповерхова, площа поверху 813 м².

3.3. Виробничий план проекту готелю «Порфіріон» в м. Одеса

Проектованим об'єктом будівництва є готель рекреаційного призначення «Порфіріон», що знаходиться у наймовірному місті Одеса.

Будівля закладу виконана у грецькому стилі. Фасад будівлі оздоблений декоративною штукатуркою світло-сірого кольору, вікна та двері виготовлені із металопластику стилізованого під дерево. Витончена архітектурна форма будівлі досягається за рахунок використання різної форми вікон сходових

кліток та інших приміщень будівлі. До будівлі йде 3 входи, один із них в ресторан, інший в готель, та до дитячого кафе, які мають однакові пішохідні доріжки та дерев'яні двері, що гармонічно вписуються у загальний стиль закладу.

Відповідно до попередніх прийнятих рішень та обрахунків будівля має 5 поверхів.

Конструктивна схема готелю, заснована на системі подовжнього розміщення. При такій системі є можливість поділити простір на номери довільно і не залежати від самої конструкції. Головний фактор поділу поверху на номери – це внутрішній пояс конструкцій, пов'язаний із системою санвузлів. Це дозволяє отримувати довільні розміри житлових номерів готелів які визначаються лише рівномірним розподілом вікон [12].

Проектується фундамент збірний стрічковий. Під зовнішніми стінами такий фундамент складається з блоків товщиною 500 мм. Глибина залягання 1,700 м. Захист від ґрунтової вологи досягається завдяки використанню вертикальної гідроізоляції. Такий вид ізоляції виконується з обмазки гарячим бітумом та з двох шарів руберойду. По всьому периметру будинку покладена тротуарна плитка. Відстань від землі до подошви фундаменту 1,700 м. Стіни цегляні, товщина зовнішніх стін складає 510 мм, внутрішніх 250 мм та 120 мм. Стіни мають високу міцність і стійкість, що дає змогу переносити постійне і тимчасове навантаження.

Полегшені стіни зводяться індустріальним способом. Така стіна завдяки своїй конструкції має невелику вагу, що дає можливість приймати меншу ширину фундаменту.

Перекриття виконується з монолітного залізобетону товщиною 200 мм. Воно призначене для розділення будівлі на поверхи, та передає навантаження на поперечні стіни, надає будівлі стійкості та жорсткості в поперечному напрямленні. Також перекриття готелю забезпечує необхідну ступінь вогнестійкості [26].

Основною дизайнерською ідеєю проєктованого готелю «Порфіріон», відповідно до прийнятої концепції є грецький стиль. Відповідно до даного стилю інтер'єр приміщень, меблів та одяг персоналу виконані у цьому ж стилі.

Благоустрій території проєктованого закладу складає озеленення, до якого входять газони, дерева, клумби, квітники. Ділянка готелю «Порфіріон» огорожень не має. При комплексі наявна автостоянка, яка розрахована на двадцять п'ять місць. Вздовж ділянки проходять пішохідні доріжки та тротуари, які оздоблені вишуканою плиткою. Для освітлення території та за допомогою яскравого світла у вечірній та нічний час по ділянці розміщені наземні ліхтарі із круглими плафонами, які створюють атмосферу спокою та романтизму.

Окрім цього, передбачається влаштування лав, які будуть виготовлені із червоного дерева та розміщені біля входу до закладу та біля пішохідних доріжок та квітників. Поруч з лавами задля забезпечення чистоти та екологічності території будуть знаходитись смітники. Також на території готелю буде встановлена альтанка, де гості комплексу можуть проводити свій час.

Інтер'єр як самої будівлі, так і номерів, зали ресторану та інших приміщень виконано у грецькому стилі. Даний стиль інтер'єру вперше заявив про себе ще до нашої ери, невидимими нитками пов'язаний з культурою таємничого стародавнього держави, його архітектурними шедеврами, військовими перемогами і олімпійськими небожителями. Унікальний грецький стиль в інтер'єрі об'єднує в собі силу і велич могутньої імперії з елегантністю і красою кожної деталі. Даний стиль базується на прохолодних кольорах та йому властива пастельна гама. Одною з основних переваг даного стилю є те, що він завжди актуальний та не виходить з моди [91]. Аналізувавши конкурентів в ареалі діяльності майбутнього готелю

«Порфіріон» не виявлено жодного готелю, який виконаний в грецькому стилі. Тому саме цей стиль був обраний для готелю «Порфіріон» .

Вхідна зона готелю «Порфіріон» та ресторану представлена вестибюлем, виконаним у пастельних тонах з елементами позолоти із природнім та штучним освітленням, що надає вестибюлю ще більшої свіжості, чистоти і просторовості. Інтер'єр номерів відповідає загальному стилю закладу. Приклад дизайну номеру готелю «Порфіріон» зображено на рисунках 3.1.-3.4



Рисунок 3.1. Дизайн номеру готелю



Рисунок 3.2. Дизайн номеру готелю



Рисунок 3.3. Дизайн номеру готелю



Рисунок 3.4. Дизайн номеру готелю

Дотримуючись пастельної гами, підлогу декоруємо елегантним поєднанням керамограніта та керамічної плитки.

Санвузли обкладені керамічною плиткою пастельних тонів, що відповідають загальному стилю номерів. Над умивальниками містяться великі дзеркала зі світильниками. Також санвузли мають центральне освітлення.

Ліжка, тумби, шафи, столи, дивани, крісла та стільці виготовлені з дерева та мають білий тон забарвлення. М'які меблі оздоблені тканиною пастельних тонів. Форма меблів вирізняється незвичною архітектурною формою. Зал ресторану виконаний також у грецькому стилі. Окрім природнього освітлення у ресторані використовується велика кількість саме

штучного освітлення, щоб підкреслити всю велич та могутність грецького стилю. На стелі буде велика люстра оздоблена камінням, підлога буде викладена керамічною плиткою, на якій зображені грецькі орнаменти. Дитяче кафе при готелі «Порфіріон» також буде виконане у грецькому стилі.

Будівельно-технічні показники проекту готелю «Порфіріон» зведені у табл.3.16

Таблиця 3.16 - Будівельно-технічні показники проекту готелю «Порфіріон»

№ п/п	Найменування показника	Одиниця виміру	Значення показника
1	Площа ділянки під будівництво, S_d	м ²	2460
2	Площа будівлі закладу, S_b	м ²	3533
3	Коефіцієнт забудови, k_z		0,28
4	Площа озеленення, S_{oz}	м ²	984
5	Коефіцієнт озеленення, k_{oz}		0,4
6	Загальна площа закладу, S_{zag}	м ²	4063
7	Корисна площа закладу, S_k	м ²	2826
8	Будівельний об'єм закладу, V_b	м ³	77319
9	Вартість будівництва (капітальні вкладення), V_{A+B}	тис. грн	25863951,56
10	Вартість 1 місяця	тис. грн	315414,043
11	Вартість 1 м ² загальної площі	тис. грн	6365,728
12	Вартість 1 м ³ об'єму будівлі	тис. грн	334,509

Таким чином, вартість будівництва одного місяця у готелі становить 315414,043 тис. грн, вартість 1 м² загальної площі закладу – 6365,728 тис. грн та вартість 1 м³ об'єму будівлі готелю – 334,509 тис. грн.

Попередню вартість будівництва готелю «Порфіріон» розраховано за укрупненими показниками вартості загально-будівельних робіт ($V_{зБР}$) за формулою:

$$V_{зБР} = S_{zag} \cdot Y \cdot K_T \cdot I_K \cdot I_P \quad (3.5)$$

де S_{zag} – загальна площа готелю, м²;

Y – норматив питомої вартості будівельних робіт на одиницю потужності, у.о., для рекреаційного готелю «Порфіріон»;

K_T – територіальний поправочний коефіцієнт, для Одеси $K_T=0,91$;

I_K – офіційний валютний курс гривні (до USD), грн./дол. США становить 41 грн;

I_P – індекс цін нормативний, встановлений для визначення кошторисної вартості будівництва ($I_P=0,77$).

$$B_{ЗБР} = 4063 * 2000 * 0,91 * 41 * 0,77 = 233\,449\,416 \text{ грн}$$

Значення вартості загально-будівельних робіт готелю «Порфіріон» розраховують за укрупненим показником середньоринкової вартості робіт вітчизняних та зарубіжних компаній та зведено у табл.3.17

Таблиця 3.17 - Зведений кошторисний розрахунок готелю «Порфіріон»

№ розділу	Стаття витрат	Рекомендовані співвідношення вартості	Розмір витрат, тис. Грн.
1	2	3	4
Розділ А. Базисна вартість будівництва			
1	Підготовка території будівництва	1% від вартості будівництва за підрозділом 2	1480410,63
2	Основні об'єкти будівництва, у т.ч.:		
2.1	Загально будівельні роботи	56%, підрозділ 2	82902995,28
2.2	Електротехнічні	7%, підрозділ 2	10362874,41
2.3	Сантехнічні	6%, підрозділ 2	8882463,78
2.4	зв'язок та сигналізація	2%, підрозділ 2	2960821,26
2.5	Устаткування, меблі та інвентар	29%, підрозділ 2	42931908,3
Разом за підрозділом 2		100%, підрозділ 2	148041,093
3	Об'єкти підсобного та обслуговуючого призначення	3%, підрозділ 2	4441231,89
4	Об'єкти енергетичного господарства	1%, підрозділ 2	1480410,63
5	Об'єкти транспортного господарства та зв'язку	0,2%, підрозділ 2	296082,126
6	Зовнішні мережі та споруди водопостачання, каналізації, теплопостачання та газопостачання	7%, підрозділ 2	10362874,41
7	Благоустрій і озеленення території	4%, підрозділ 2	5921642,52
Разом за підрозділами 1–7			7402053,15
8	Тимчасові будівлі та споруди	0,8 %, сума за підрозділами 1–7	59216,425
9	Інші роботи та витрати	5%, сума за підрозділами 1–7	370102,658
Разом за підрозділами 1–9			1850513,29

10	Утримання дирекції (технічний нагляд) об'єкта, що будується, та авторський нагляд	2%, сума за підрозділами 1–7	37010,266
11	Підготовка експлуатаційних кадрів	0,3%, сума за підрозділами 1–9	5551,540
12	Проектні та вишукувальні роботи	3%, сума за підрозділами 1–7	55515,399
Усього: Базисна вартість будівництва			24658089,587
Розділ Б. Кошти на компенсацію витрат, пов'язаних з ринковими умовами проведення будівництва			
1	Обов'язкові платежі (податки та збори)	39%,	721700,183
		сума за підрозділами 1–9	
2	Резервний компенсаційний фонд замовника	2% від суми базисної вартості	493161,79
Усього за розділом Б:			1205861,973
Загалом сума витрат на будівництво		V_{A+B}	25863951,56

Отже, загальна сума витрат на будівництво готелю «Порфіріон» на 82 місця становить 25863951,56 тис. грн.

3.4. Організаційно-фінансовий план готелю «Порфіріон» у м. Одеса

Як бачимо, структура управління в готелю «Порфіріон» має лінійно-функціональний характер. Так як підприємство являється товариством обмеженої відповідальності, то на установчих зборах вибирається директор, який є лінійним керівником та приймає на себе оперативне управління готелю «Порфіріон». У нього є заступник та ряд керівників, яким підпорядковуються підрозділи: головний бухгалтер, завгосп, менеджер закладів ресторанного господарства, головний адміністратор по готелю, керівник планово-економічного відділу, головний інженер та керівник спортивного комплексу.

Для прийняття важливих рішень в готелі «Порфіріон» створена спеціальна рада. Яка включає в себе вище керівництво та керівників відділі

Організаційна структура готелю «Порфіріон» представлена на рис. 3.5



Рисунок 3.5 Організаційна структура готелю «Порфіріон»

Штатний розпис ТОВ «Порфіріон» представлений таблицею 3.18

Таблиця 3.18 - Штатний розпис ТОВ «Порфіріон»

№ пор.	Найменування структурних підрозділів і посад, тарифні розряди	Код професії за ДК 003:2010	Кількість посадових одиниць
1	2	3	4
	АДМІНІСТРАЦІЯ		
1	Директор (генеральний менеджер)	1210.1	1
2	Заступник директора		1
3	Головний менеджер готелю	1455.1	1
4	Головний менеджер ЗРГ	1456	1
5	Головний інженер	2149.2	1
6	Секретар керівника	4115	1
	БУХГАЛТЕРІЯ		
1	Головний бухгалтер	1231	1
2	Бухгалтер	3433	1
3	Касир	1231	2
	ПЛАНОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ ВІДДІЛ		
1	Керівник фінансово-економічного відділу	1231	1
2	Економіст	1231	1

ВІДДІЛ КАДРІВ			
1	Начальник відділу кадрів		1
2	Інженер з підготовки кадрів та охорони праці		1
	Разом персонал адміністрації		14
СЛУЖБА ПРИЙОМУ І РОЗМІЩЕННЯ			
1	Начальник відділу (служби) організації прийому та розміщення	1455.1	1
2	Адміністратор черговий (ресепшійоніст)	4222	4
3	Завідувач поверхом	4222	3
4	Покоївка	5142	20
5	Агент з бронювання	3439	1
6	Прибиральник службових приміщень	9132	2
7	Начальник охорони	1235	1
8	Охоронці	5169	3
9	Порт'є	5121	2
10	Швейцар	9152	2
11	Гардеробник	9152	1
12	Комірник у камері схову	1226.2	1
	Разом		41
ВИРОБНИЧО-ТЕХНІЧНА СЛУЖБА			
1	Інженер по ремонту	2149.2	1
2	Технік-механік з ремонту устаткування	7243	1
	Разом		2
ВІДДІЛ СКЛАДСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА			
1	Начальник відділу (завгосп)	1239	1
2	Комірник	9411	2
	Разом		3
РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО			
СЛУЖБА ПОСТАЧАННЯ ПРОДУКЦІЇ			
1	Завідувач складом	1226.2	1
2	Вантажник	9333	1
3	Прибиральник службових приміщень	9132	1
4	Оператор обчислювальних машин 2 кат.	8290	1
ВИРОБНИЧО-ЦЕХОВИЙ ПЕРСОНАЛ РЕСТОРАНУ			
1	Шеф-кухар	5122	1
2	Кухар 4 розряду	5122	4
3	Мийник посуду	9132	2
4	Прибиральник виробничих приміщень	9132	1
ТОРГОВЕЛЬНІ ЗАЛИ РЕСТОРАНУ			
1	Адміністратор торговельного залу, метрдотель	5123	1
2	Бармен	5123	2
3	Старший офіціант, офіціант	5123	26
4	Прибиральник торговельних залів	9132	1
5	Музикант	3473	1
ВИРОБНИЧО-ЦЕХОВИЙ ПЕРСОНАЛ ДИТЯЧОГО КАФЕ			
1	Кухар 5 розряду	5122	2
2	Мийник посуду	9133	1
3	Прибиральник приміщень		2

ТОРГОВЕЛЬНІ ЗАЛИ РЕСТОРАНУ			
1	Адміністратор торговельного залу	5123	1
2	Бармен	5123	2
3	Офіціант	5123	4
Всього по ресторанному господарству			55
ПЕРУКАРНЯ			
1	Перукар	5141	2
2	Манікюрниця	5141	1
Разом			3
МАГАЗИН СУВЕНІРІВ			
1	Продавець	5220	1
Всього			1
РЕМОНТНО-БУДІВЕЛЬНА СЛУЖБА			
1	Столяр 6 розряду	7422	1
2	Маляр 6 розряду	7141	1
3	Муляр	7122	1
Разом			3
СЛУЖБА САНТЕХНІКИ ТА КВПіА			
1	Інженер з експлуатації споруд та устаткування водопровідно-каналізаційного господарства	2145.2	1
2	Слюсар-сантехнік	7136	2
3	Слюсар з КВПіА 6 розряду	7136	1
4	Газоелектрозварник 6 розряду	7212	1
5	Токар 6 розряду	8211	1
6	Прибиральник	9132	1
7	Чистильник каналізаційних тунелів та каналів	8159	1
8	Ліфтер		1
Разом			9
СЛУЖБА ЕНЕРГЕТИКИ, ЗВ'ЯЗКУ ТА ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ			
1	Електромонтер з ремонту та обслуговування 6 розряду	7241	2
2	Технік-радіооператор	4223	1
Разом			3
ПРОТИПОЖЕЖНО-ДИСПЕТЧЕРСЬКА СЛУЖБА			
1	Інженер	2149.2	1
Всього			1
ГОСПОДАРЧА СЛУЖБА			
1	Прибиральник сміттєпроводів	9132	1
2	Прибиральник приміщень	9132	2
3	Прибиральник службових приміщень	9132	2
4	Двірник	9162	2
5	Водій	8322	2
Разом			9
СЛУЖБА КОМП'ЮТЕРИЗАЦІЇ			
1	Провідний інженер-програміст	2132.2	1
2	Інженер-електронник	2144.2	1
Разом			2
СКЛАД БІЛИЗНИ			

1	Кастелянша	9132	1
2	Вантажник	9333	1
	Разом		3
ПРАЛЬНЯ			
1	Завідувач господарством	1239	1
2	Оператор пральних машин та прасувально-сушильного агрегату	8264	1
	Всього		2
РАЗОМ ПО ГОТЕЛЮ			151

Отже, всього у готелі працює 151 осіб. Штатний розпис є основою для складання фонду заробітної плати, який розрахований в економічній частині проекту.

Доходи від операційної діяльності готелю «Порфіріон» складаються з таких складових:

- дохід від продажу номерного фонду ($D_{н.ф.}$);
- дохід від закладів ресторанного господарства ($D_{з.р.г.}$);
- дохід від реалізації додаткових послуг ($D_{д.п.}$) [51].

Дохід від операційної діяльності готелю «Порфіріон» ($D(B)_{о.д.}$) розраховується за формулою:

$$D(B)_{о.д.} = D_{н.ф.} + D_{з.р.г.} + D_{д.п.} \quad (3.1.)$$

Плановий дохід від реалізації номерного фонду готелю «Порфіріон» представлена у таблиці 3.19

Таблиця 3.19 - Планування доходів від продажу номерів готелю «Порфіріон»

Категорія і місткість номерів готелю	Річна пропускна спроможність готелю, людино-днів	Плановий коефіцієнт завантаження номера	Плановий річний обсяг реалізації послуг, людино-днів	Ціна місяця за добу, грн	Плановий річний дохід від продажу номерів, тис грн
Апартамент	730	0,68	496	6500	3224000
Люкс	730	0,68	496	5500	2728000
Напівлюкс (студіо)	365	0,68	248	5000	1240000
Номер I категорії (одномісний)	6205	0,68	4219	4500	18985500
Номер I	21900	0,68	14892	4000	59568000

(двомісний)					
Всього	29930	0,68	20352		85745500

Отже, плановий річний обсяг реалізації послуг готелю «Порфіріон» складає 20352 людино-доби, а плановий річний дохід від продажу номерів складає 85745500 тис. грн.

Наступним етапом розрахунку операційних доходів готелю «Порфіріон» є розрахунок товарообороту закладів ресторанного господарства. Він здійснюється на основі денного обсягу реалізації страв та середньозваженої ціни на страви по групам. Плановий обсяг реалізації продукції ЗРГ при готелі надано у табл. 3.20

Таблиця 3.20 - Планування обсягів реалізації продукції власного виробництва та закупних товарів ЗРГ при готелі «Порфіріон»

Назва продукції та товарів	Товарооборот за день			Товарооборот за місяць	
	Кількість порцій	Середньозважена роздрібна ціна, грн	Сума, тис. грн	Кількість страв	Сума Тис. грн
1	2	3	4	5	6
Ресторан «Порфіріон»					
1. Продукція власного виробництва					
Холодні закуски	727	90	65,43	21810	1962900
Перші страви	256	56	14,336	7680	430080
Другі страви	513	93	47,709	15390	1431270
Гарячі напої	85	25	2125	2550	63750
Холодні напої	128	20	2560	3840	76800
Кондитерські вироби	226	50	11300	6780	339000
Разом			143,460		4303800
2. Закупні товари					
Ігристі вина	10	95	950	300	28500
Рожеві вина	10	95	950	300	28500
Білі вина	10	100	1000	300	30000
Червоні вина	12	110	1320	360	39600
Горілка	8	90	720	240	21600
Ром	42	120	5040	1260	151200
Джин	8	130	1040	240	31200
Віскі	42	250	10500	1260	315000
Коньяк	21	110	2310	630	69300

Пиво	21	50	1050	630	31500
Разом			24880		746400
Дитяче кафе «Порфіріон»					
1.Продукція власного виробництва:					
Холодні закуски	41	80	3280	1230	98400
Гарячі закуски	31	60	1860	930	55800
Другі страви	21	70	1470	630	44100
Солодкі страви	40	40	1600	1200	48000
Разом			8210		246300
2. Закупні товари:					
Безалкогольні напої	20	30	600	600	18000
Разом			600		18000

Отже, обсяги реалізації продукції власного виробництва у ресторані «Порфіріон» за місяць складає 4303800 тис. грн, закупних товарів –746400 тис. грн. У дитячому кафе «Порфіріон» складає 246300 тис. грн, закупних товарів – 18 тис. грн.

На основі таблиці 3.20 розраховуємо планові річні обсяги реалізації продукції та закупних товарів ресторану та дитячого кафе. Результати представляємо у таблиці 3.21

Таблиця 3.22 - Планування річного товарообороту продукції власного виробництва та закупних товарів ЗРГ при готелі «Порфіріон»

№ пор.	Назва продукції та товарів	Товарооборот за місяць, тис. грн.	Товарооборот річний, тис. грн.
Ресторан «Порфіріон»			
1	Продукція власного виробництва	4303800	51645600
2	Закупні товари	746400	8956800
	Плановий роздрібний товарооборот	5050200	60602400
Дитяче кафе «Порфіріон»			
1	Продукція власного виробництва	246300	2955600
2	Закупні товари	18000	216000
	Плановий роздрібний товарооборот	264300	3171600
	Плановий роздрібний товарооборот загалом по ЗРГ	5314500	63774000

Отже, плановий роздрібний товарооборот за рік у ресторані «Порфіріон» складає 63774000 тис. грн, дитячого кафе «Порфіріон» - 3171600 тис. грн. Загалом річний плановий товарооборот ресторанного господарства при готелі «Порфіріон» складає 60602400 тис. грн.

Визначимо обсяг доходу, який дають інші господарські готелю. До них відносяться перукарня та екскурсійне бюро.

Розрахуємо дохід від екскурсійного бюро, який представлений у таблиці 3.23

Таблиця 3.23 - Розрахунок доходу від екскурсійного бюро при готелі «Порфіріон»

№ пор.	Назва екскурсії	Тривалість, год	Ціна	Середня кількість клієнтів	Дохід за день	Дохід за рік
1	«Екскурсія центром Одеси»	2,5	200	15	3000	1095000
2	«Одеський оперний театр»	2	200	20	4000	1460000
3	«Потьомкінські східці»	2,5	200	15	3000	1095000
4	«Пам'ятник Дюку де Ришельє»	2	200	10	2000	730000
5	«Занурення у одеські катакомби»	2,5	250	20	5000	1825000
	Разом			80	17000	6205000

Отже, екскурсійне бюро дає готелю 6205000 тис. грн річного доходу.

Таблиця 3.24 - Розрахунок річного доходу перукарні при готелі «Порфіріон»

№ пор.	Послуга	Середньозважена ціна, грн	Середня кількість клієнтів за робочий день	Денний дохід, грн	Річний дохід, грн
1	Жіночі зачіски	180	8	1440	525600
2	Чоловічі зачіски	100	6	600	219000
3	Манікюр	170	5	850	310250
	Разом		17	2890	1054850

Отже, перукарня дає готелю річний дохід в розмірі 1054850 тис. грн.

Узагальнимо річні доходи господарських підрозділів готелю рекреаційного призначення таблиці 3.25

Таблиця 3.25 - Річні доходи господарських підрозділів готелю «Порфіріон»

Господарський підрозділ	Річний дохід, тис. грн
Екскурсійне бюро	6205000
Перукарня	1054850
Разом	7259850

Отже, господарські підрозділи приносять прибуток 7259850 тис. грн.

Структуру та обсяг річного доходу від операційної діяльності представимо її у таблиці 3.26

Таблиця 2.26 - Планування доходу від операційної діяльності готелю «Порфіріон» на 2023 рік

Дохід (виручка)	Структура доходів, %	Плановий дохід, тис.грн
Від продажу номерів	65%	85745500
Закладів ресторанного господарства	30%	63774000
Інших господарських підрозділів	5%	7259850
Разом	100	156779350

Отже, загальний операційних дохід готелю «Порфіріон» складає 156779350 тис. грн. Найбільшу частку складають доходи від продажу номерів 85745500 тис. грн. Доходи від закладів ресторанного господарства 63774000 тис. грн, а інших господарських підрозділів - 7259850 тис. грн.

Основними засобами є матеріальні цінності, що використовуються більше 1 року та вартістю понад 6000 грн (з 1 вересня 2016 р.), яка поступово зменшується внаслідок фізичного та морального зносу.

Розрахунок річної суми амортизації (А) прямолінійним методом виконується за формулою 4.2

$$A = (OЗ_{п.в.} - OЗ_{л.в.}) / T \quad (3.2)$$

де $OЗ_{п.в.}$ - первісна вартість основного засобу, грн;

$OЗ_{л.в.}$ - ліквідаційна вартість основного засобу, грн;

T – термін корисного використання, роки.

В розрахунках річної амортизації основних засобів готелю «Порфіріон» ліквідаційна вартість не враховується.

Первісна вартість основних фондів, їх термін корисного використання та сума амортизації представлена у таблиці 3.27

Таблиця 3.27 - Розрахунок суми амортизації за видами основних засобів готелю «Порфіріон»

Вид основних засобів	Первісна вартість основних засобів, тис. Грн.	Термін корисного використання, роки	Сума амортизації основних засобів, тис. грн
1. Будівлі	195901,553	20	5080,009
2. Передавальні пристрої	5931,525	10	597,83
3. Машини та обладнання.			
3.1. Холодильне обладнання	747,5	5	98,5
3.2. Механічне обладнання	791,4	5	176,34
3.3. Теплове обладнання	457,2	5	98,63
3.4. Торговельне обладнання	476,2	5	85,17
3.5. Вимірювальні прилади	9,2	5	2,3
3.6. Комп'ютери, електронно-обчислювальні прилади	432,0	2	196,5
3.7. Телефони	43	2	21,6
4. Транспортні засоби	530	5	103
5. Меблі, інструменти, прилади, інвентар	10052,4	4	1950,49
7. Інші основні засоби	250	12	25,5
Разом річна сума амортизації			8435,869

Отже, з даних таблиці ми бачимо, що річна сума амортизації основних засобів готелю «Порфіріон» становить 8435,869 тис. грн.

Персонал готелю «Порфіріон» поділяється за категоріями: адміністративно-управлінський, виробничий та допоміжний. Чисельність персоналу розраховують за нормами чисельності, нормами часу на обслуговування та за допомогою техніко-економічних розрахунків.

Високий рівень якості обслуговування та оптимізація витрат на утримання трудових ресурсів забезпечуються необхідною кількістю і структурою персоналу готелю.

Розрахуємо чисельність покоївок у готелю «Порфіріон» за допомогою норм обслуговування, використовуючи коефіцієнт заміщення ($K_{\text{зам}} = 1.1$)

Результати занесемо до таблиці 3.28

Таблиця 3.28 - Розрахунок чисельності середньооблікової чисельності покоївок в готелю «Порфіріон»

Категорія номера	Одночасна місткість номера	Норма обслуговування номерів у першу зміну	Явочна чисельність покоївок			Середньооблікова чисельність покоївок
			у першу зміну	у другу та третю зміни	на добу	
Апартамент	2	4,5	0,44			
Люкс	2	4,5	0,44			
Напівлюкс	1	4,5	0,22			
Номер I категорії	17	7	2,42			
Номер I категорії	60	6,5	9,23			
Разом	82		12,75	5	17,75	20

Отже, середньооблікова чисельність покоївок у готелі «Порфіріон» складає 20 покоївок.

Розрахуємо кількість офіціантів у ресторані «Порфіріон». Обчислення проводиться за допомогою формули 4.3, яка відповідає індивідуальному способу обслуговування в закладі.

$$N_{\text{оф}} = P/N_1 \quad (3.5)$$

де $N_{\text{оф}}$ – чисельність офіціантів;

P – місткість ресторану;

N_1 – кількість гостей, який обслуговує один офіціант (8-12 осіб).

$$N_{\text{оф}} = 120/10 = 12 \text{ офіціантів}$$

Отже, в ресторані «Порфіріон» працюватиме в одну зміну 12 офіціантів. Таких змін буде дві, тому загальна кількість офіціантів складає 24 особи.

На основі штатного розпису (складений плановий фонд заробітної плати працівників готелю «Порфіріон», який представлений у таблиці 3.29

Таблиця 3.29 - Планування фонду основної заробітної плати персоналу готелю «Порфіріон»

№ пор.	Посада	Кількість посадових одиниць	Посадовий оклад	Фонд оплати плати, грн		
				Сума тарифної частини оплати праці	Доплати та надбавки	Разом
<i>Адміністративно-управлінський персонал</i>						
1	Разом адміністративно-управлінський персонал	18	59800	56100	32100	81300
<i>Операційно-виробничий персонал</i>						
2	Разом операційно-виробничий персонал	67	40050	172000	30000	34000
<i>Допоміжний персонал</i>						
3	Разом допоміжний персонал	55	90010	140500	10340	150760
4	Разом місячний фонд основної заробітної плати	157	225600	500450	77810	581400
	Разом річний фонд основної заробітної плати		2575200	6010500	897600	6903070

Отже, з даних таблиці бачимо, що тарифна частина фонду оплати праці за місяць складає 500450 грн, за рік – 6010500 грн. Місячний фонд основної заробітної плати, враховуючи доплати та надбавки персоналу, складає 581400 грн, а річний – 6903070 грн.

Однією з важливих частин плану праці – це преміальний фонд готелю «Порфіріон». Результати його планування представлені у таблиці 3.30

Таблиця 3.40 - Преміальний фонд готелю «Порфіріон» на плановий рік

Група працівників	Плановий розмір фонду основної заробітної плати, грн.	Плановий річний розмір премій у розрахунку до тарифної частини фонду оплати праці	
		%	Грн.
Адміністративно-управлінський персонал	1071600	15	163321

Операційно-виробничий персонал	4125000	10	405190
Допоміжний персонал	1089100	10	169810
Разом	6815100	-	765330

Отже, з даних таблиці бачимо, що преміальний фонд готелю «Порфіріон» складає 765330 грн, з яких 163321 грн припадає на адміністративно-управлінський персонал, 405190 грн – на операційно-виробничий, а 169810 грн – на допоміжний персонал.

Результати усіх розрахунків узагальнені та представлені у таблиці 3.31

Таблиця 3.31 - План з праці готелю «Порфіріон»

Показник	Одиниця вимірювання	Значення у розрахунку на рік, грн
Планова чисельність працівників усього	Осіб	157
У тому числі:		
адміністративно-управлінський персонал	Осіб	18
Операційно-виробничий персонал	Осіб	67
допоміжний персонал	Осіб	55
Фонд основної заробітної плати всього	Грн	6903070
Адміністративно-управлінського персоналу	Грн	1090800
Операційно-виробничого персоналу	Грн	4031200
допоміжного персоналу	Грн	1787000
Фонд оплати праці всього	Грн	765330
У тому числі:		
адміністративно-управлінського персоналу	Грн	163321
Операційно-виробничого персоналу	Грн	405190
допоміжного персоналу	Грн	169810

Отже, всього фонд оплати праці готелю «Порфіріон» складає 765330 грн, з яких 163321 грн призначено для адміністративно-управлінського персоналу, 405190 грн – для операційно-виробничого персоналу, 169810 грн – для допоміжного персоналу.

Поточні витрати – важливий показник, який характеризує безпосередньо діяльність готелю «Порфіріон». Розрахований за 11 калькуляційними статтями та представлений у таблиці 3.32

Таблиця 3.32 - Планування поточних витрат готелю «Порфіріон»

Номер статті	Калькуляційні статті витрат	Поточні витрати, тис. грн	Витрати умовно-змінні (ЗВ) та умовно-постійні (ПВ)
1	Собівартість продукції власного виробництва та закупних товарів	28801,6	ЗВ
2	Витрати на оплату праці	7673,21	ЗВ
3	Відрахування на соціальні заходи та медичне страхування	28680,642	ЗВ
4	Амортизаційні відрахування	8091,432	ПВ
5	Витрати на утримання основних засобів	805,121	ЗВ
6	Вартість витрачених малоцінних швидкозношуваних предметів	202,029	ПВ
7	Податки, збори, інші передбачені законодавством обов'язкові платежі	78,401	ПВ
8	Витрати на зберігання, підсортування, пакування та передпродажну підготовку продукції та товарів	31,872	ЗВ
9	Витрати на транспортування	18,96	ЗВ
10	Витрати на охорону	29,86	ПВ
11	Інші поточні витрати	10872,321	ПВ
	Разом поточні витрати	66030679	
	У тому числі умовно-змінні	66011405	
	Умовно-постійні	19274,043	

Отже, поточні витрати готелю складають 50153177 грн, з яким 37710392 грн – це умовно-змінні витрати, а 13673154 грн – умовно-постійні.

Нижче розглянемо розрахунок калькуляційних статей витрат діяльності готелю.

Стаття 1. Розрахунок собівартості продукції власного виробництва та закупних товарів ЗРГ готелю «Порфіріон» представлена у таблиці 3.33.

Таблиця 3.33 - Планування собівартості реалізованої продукції ЗРГ при готелі «Порфіріон»

№ пор.	Назва продукції	Роздрібний товарооборот без ПДВ, Тис. Грн	Середній відсоток торговельної націнки	Коефіцієнт торговельної націнки	Собівартість реалізованих товарів, тис. Грн
Ресторан «Порфіріон»					
1	Продукція власного виробництва				
1.1	Холодні закуски	1962900	200	2	654300
1.2	Перші страви	430080	200	2	143360
1.3	Другі страви	1431270	200	2	477090
1.4	Гарячі напої	63750	200	2	21250
1.5	Холодні напої	76800	200	2	25600
1.6	Кондитерські вир.	339000	200	2	113000
2	Закупні товари				
2.1	У тому числі алкогольні напої, пиво	746400	200	2	248800
	Разом за рік	5050200	200	2	1683400
Дитяче кафе «Порфіріон»					
1	Продукція власного виробництва				
1.1	Холодні закуски	98400	200	2	32800
1.2	Гарячі закуски	55800	200	2	18600
1.3	Другі страви	44100		2	14700
1.4	Солодкі страви	48000	200	2	16000
2	Закупні товари			2	
2.1	Безалкогольні напої	18000	200	2	6000
	Разом за рік	264300	200	2	88100
	Разом ЗРГ за рік	5314500	200	2	1771500

Отже, витрати на собівартість продукції та товарів ЗРГ за рік складає 1771500 грн.

Стаття 2. Витрати на оплату праці розраховані у пункті «План з праці» та складають 765330 грн за рік.

Стаття 3. Амортизаційні відрахування обчислені у пункті «Планування операційних активів готелю «Порфіріон» та складають 8435869 грн.

Стаття 4. Розрахунок витрат на утримання основних засобів представлені у таблиці 3.34

Таблиця 3.34 - Планування поточних витрат на експлуатацію готелю «Порфіріон»

Витрати	Витрати в натуральних показниках	Тарифи за умовну одиницю, грн	Поточні річні витрати, тис. Грн
Електроенергії	345850	1,5	518775
На опалення	2907975	499,35	9869,432
Води У тому числі:	96578	3,94	3805,173
Холодної	52973		
Гарячої	43605	-	-
Водовідведення	77512	5,34	4139,140
Разом			536588,745

Отже, витрати на утримання основних засобів готелю «Порфіріон» складають 536588,745 грн, з них витрати на електроенергію 518775 грн, на опалення 9869432 та на водовідведення 4139140 грн.

Далі розрахуємо вартість малоцінних та швидкозношуваних предметів, який представлений у таблиці 3.34 та 3.35

Таблиця 3.35 - Розрахунок суми зносу спеціального одягу в готелі «Порфіріон»

Група працівників	Чисельність працівників за штатним розписом	Норма видачі одиниці санітарного одягу на особу на рік	Вартість одиниці комплексу одягу, грн	Сума зносу, грн
Адміністративно-управлінський персонал	18	1	400	7200
Операційно-виробничий персонал	67	2	500	67000
Допоміжний персонал	55	2	300	33000
Разом				107200

Отже, з даних таблиці, знос спеціального одягу персоналу готелю «Порфіріон» складає 107200 грн.

Розрахунок зносу посуду закладів ресторанного господарства при готелі «Порфіріон» представлений у таблиці 3.36

Таблиця 3.36 - Розрахунок суми зносу посуду ЗРГ при готелі «Порфіріон»

Предмети столової білизни, посуду, наборів	Кількість місць у закладі	Норма оснащення у розрахунку на одне місце	Об'ємний показник	Вартість одиниці, грн	Сума зносу, грн
1	2	3	4	5	6
Ресторан «Порфіріон»					
Парцеляновий та форфоровий посидд	120	6	720	75	54000
Столові набори	120	2	240	180	43200
Скляний (кришталевий) посуд	120	3,75	450	87	39150
Металевий посуд	120	0,75	90	53	4770
Разом					
Дитяче кафе «Порфіріон»					
Порцеляновий посуд	20	6	120	75	9000
Столові набори	20	2	40	180	7200
Скляний посуд	20	3,75	75	87	6525
Металевий посуд	20	0,75	15	53	795
Разом					164640

Отже, з даних таблиці бачимо, що знос посуду ЗРГ при готелі «Порфіріон» складає 164640 грн в рік.

Отже, витрати на малоцінні та швидкозношувані предмети готелю «Порфіріон» складають 271840 грн.

Стаття 7. Розрахунок суми податків, зборів та інших обов'язкових платежів представлений у таблиці 3.37.

Таблиця 3.37 - Розрахунок суми податків та платежів готелю «Порфіріон»

Платіж	Ставка	Сума, грн
Придбання ліцензії на право здійснення торговельної діяльності	Не більше 20 неоподаткованих мінімумів	490
Плата за торговельний патент	0,1 мінімальної зарплати	179
Збір на розвиток виноградарства, садівництва	1,5 товарообороту алкогольних напоїв та пива	27685

Збір за місяця для паркування	0,15% мінімальної зарплати 1м ² за день	21930
Збір за першу реєстрацію транспортного засобу	5 грн за 100 см ³ об'єму циліндра двигуна	165
Разом		50449

Отже, витрати на податки, збори та інші платежі готелю «Порфіріон» складають 50449 грн.

Стаття 8. Витрати на сортування, пакування та передпродажну підготовку продукції готелю «Порфіріон» становить 0,05% від роздрібного товарообороту ЗРГ комплексу, а саме 3188,7 грн.

Стаття 9. Витрати на транспорт. В день транспорт готелю «Порфіріон» проїжджає в середньому 35 км. Це автомобіль «Газель» призначена щоб здійснювати закупівлі для ЗРГ. Витрати бензину на 100 км становлять 13 л. Автомобіль працює 290 днів на рік. Ціна бензину А-92 складає 42 грн. Визначаємо витрати палива на рік:

$$35 * 290 * 0,13 * 42 = 27709 \text{ грн}$$

Отже, витрати на транспортування в готелі «Порфіріон» складають 27709 грн,

Стаття 10. Витрати на охорону готелю «Порфіріон» складають 0,03% від виручки комплексу, тобто 4287,3 грн.

Стаття 11. Інші поточні витрати готелю «Порфіріон» (реклама та маркетингові дослідження, зв'язок, страхування, тару тощо) складають 13% від виручки комплексу, тобто 11146915 грн

Отже, поточні витрати готелю «Порфіріон» складають 66030679 грн, з них 66011405 грн – умовно-змінні витрати, а 19274,043 грн – умовно-постійні.

Маржинальний дохід готелю «Порфіріон» - це сума грошей, яка складає різницю між доходами комплексу та змінними витратами. Маржинальний дохід повинен бути вищим за постійні витрати, тоді спортивно-оздоровчий комплекс буде отримувати прибутки [81].

Планування маржинального доходу готелю «Порфіріон» представлений у таблиці 3.38.

Таблиця 3.38 - Планування маржинального доходу готелю «Порфіріон»

Показник	Значення, тис. грн
1. Доходи операційної діяльності У тому числі:	156779350
1.1. Дохід від продажу номерів	85745500
1.2. Дохід закладів ресторанного господарства	63774000
1.3. Дохід інших господарських підрозділів	7259850
2. Умовно-змінні витрати	66011405
3. Маржинальний дохід	79509,589
4. Постійні витрати	19274,043
5. Прибуток (збиток)	25968,021
6. Рентабельність доходів (%)	26,9%

Отже, маржинальний дохід готелю «Порфіріон» складає 79509,589 тис. грн. Різниця між маржинальним доходом та постійними витратами комплексу складає 60235,546 тис. грн.

3.5. Оцінка ефективності та ризиків реалізації проекту

Прибуток є чистим доходом готелю, який виражений у грошовій формі, та є основною умовою для розширеного відтворення.

Розрахунок цільового прибутку для готелю «Порфіріон» повинен визначити, чи відповідає результативність діяльності середньогалузевим характеристикам.

Таблиця 3.39 - Планування цільового прибутку готелю «Порфіріон» на плановий рік

№ пор.	Показник	Значення на 2023 р.
1	Операційні доходи готелю, тис. грн	156779350
2	Середньогалузевий рівень рентабельності операційної діяльності, %	20
3	Цільовий необхідний прибуток, тис. грн	31355870

Як бачимо з даних таблиці, цільовий прибуток готелю становить 31355870 грн.

Розрахунок інших результативних показників діяльності готелю «Порфіріон» представлений у таблиці 2.40

Таблиця 3.40 - Планування основних результатів діяльності готелю «Порфіріон» на 2025 рік

№ пор.	Стаття	Разом за рік, тис. грн.
1	Доходи від операційної діяльності (без ПДВ)	156779350
2	Умовно-змінні витрати	66011405
3	Умовно-постійні витрати	19274,043
4	Прибуток від операційної діяльності до оподаткування	156779350
5	Фінансові витрати	0
6	Фінансові результати (прибуток) від звичайної діяльності до оподаткування	156779350
7	Податок на прибуток	25084696
8	Чистий прибуток можливий	131694654
9	Рентабельність операційної діяльності, %	43,9%
10	Чистий прибуток цільовий	37819,085
11	Чистий прибуток плановий	42180,371

Отже, в готелі «Порфіріон» можливий прибуток перевищує цільовий. Це значить, що діяльність закладу успішна та дає змогу перевищити цільові установки. Тому приймаємо можливий чистий прибуток як остаточний плановий показник.

Рентабельність операційної діяльності готелю «Порфіріон» ($P_{оп}$) визначають за формулою 4.4:

$$P_{оп} = (П/Д)*100 \quad (3.4)$$

де П – чистий прибуток, тис. грн

Д – операційні доходи готелю, тис. грн

$$P_{оп} = (131694654/156779350)*100 = 43,9\%$$

Рентабельність поточних витрат готелю ($P_{пв}$) розраховуємо за формулою 4.5:

$$P_{пв} = (П/ПВ)*100 \quad (3.5)$$

де ПВ – поточні витрати, тис. грн

$$P_{\text{пв}} = (131694654/66030679) * 100 = 56,8\%$$

Результати розрахунків заносимо до таблиці 3.41

Таблиця 3.41 - Показники рентабельності готелю «Порфіріон»

Показник	Значення
Рентабельність операційної діяльності	43,9%
Рентабельність поточних витрат	56,8%

Отже, рентабельність операційної діяльності складає 43,9%, а рентабельність поточних витрат – 56,8%. Це значить, що в готелі «Порфіріон» успішно функціонує на ринку готельно-ресторанних послуг.

Розрахунок ефективності інвестиційного проекту готелю «Порфіріон» здійснюється через обчислення основних показників діяльності на перші десять років [51].

Плановий дохід від операційної діяльності ($D_{\text{пл}}$) обчислюють за формулою 4.6.

$$D_{\text{пл}} = (D_{\text{баз}} * I) / 100 \quad (3.6)$$

де $D_{\text{баз}}$ – дохід від операційної діяльності у базовому році, тис. грн;

I – темп збільшення доходу від операційної діяльності у плановому періоді, %;

Для готелю «Порфіріон» середньорічний темп зростання прийнятий за 19%.

Чистий прибуток готелю (Π) розраховується за формулою 4.7:

$$\Pi = (P_{\text{од}} * D) / 100 \quad (3.7)$$

де $P_{\text{од}}$ – рентабельність операційної діяльності готелю, %.

Амортизаційні відрахування в плановому році для готелю дорівнюють амортизаційним відрахуванням в базовому році, помноженим на коефіцієнт 0,95.

Результати розрахунків даних показників представлені у таблиці 3.42

Таблиця 3.42- Планування основних результатів діяльності готелю «Порфіріон»

Рік експлуатації	Дохід від операційної діяльності		Чистий прибуток		Амортизаційні відрахування, тис. грн
	тис. грн.	Середньорічні темпи зростання, %	тис. грн.	Рівень рентабельності, %	
1-й	156779350	9	31355870	20	8435,869
2-й	170889491	9	34177898	20	8014,075
3-й	186269545	9	37253909	20	7613,371
4-й	203033804	9	40606760	20	7232,703
5-й	221306846	9	44261369	20	6871,068
6-й	241224462	9	48244892	20	6527,514
7-й	262934663	9	52586932	20	6201,138
8-й	286598782	9	57319756	20	5891,081
9-й	312392672	9	62478534	20	5596,572
10-й	340508012	9	68101602	20	5316,70
11-й	371153733	9	74230746	20	5050,86
Разом за одинадцять років	2753091360		550618268		72750,951

Отже, при середньорічному темпі зростання 9% дохід від операційної діяльності готелю «Порфіріон» за 11 років складає 2753091360 тис. грн, чистий прибуток при рівні рентабельності 20% дорівнює 550618268 тис. грн, амортизаційні відрахування – 72750,951 тис. грн.

Оцінювання ефективності інвестицій – це дуже важливий етап в проектуванні готелю «Порфіріон».

Для початку визначимо чистий приведений дохід готелю. Він знаходиться як різниця між чистим грошовим потоком за певний період експлуатації готелю та сумою капітальних вкладень в проект. Розрахунки приведені у таблиці 3.43.

Таблиця 3.43 Оцінювання чистого приведеного доходу за інвестиційним проектом готелю «Порфіріон», тис. грн

Рік експлуатації	Капітальні витрати за проектом за роками	Чистий прибуток за проектом за роками та амортизаційні відрахування	Кумулятивний грошовий потік за проектом	Дисконтований грошовий потік за проектом	Чистий приведений дохід
1-й	2586395156	31364305,9	31364305,9	-	-
2-й	-	34185912,1	65549918	-	-
3-й	-	37261522,4	102811440,4	-	-
4-й	-	40613992,7	143425433,1	-	-
5-й	-	44268240,	187693673,2	-	-
6-й	-	48251419,5	235945092,7	-	-
7-й	-	52593133,1	288538225,8	-	-
8-й	-	57325647,1	345863872,9	-	-
9-й	-	62484130,6	408348003,5	-	-
10-й	-	68106918,7	476454922,2	-	-
11-й	-	74235796,9	550690719,1	-	-
Разом	2586395156	550691019,1		524467637,23	235126832

Як бачимо з даних таблиці, при рівні інфляції 124,9 дисконтований грошовий потік за проектом готелю «Порфіріон» за 10 років складає 524467637,23 тис. грн. А чистий приведений дохід на кінець 11-го року дорівнює 235126832 тис. грн. Це означає, що проєктований готель є вигідним та окупається за зазначений період.

Індекс дохідності – це коефіцієнт, який порівнює капітальні витрати з майбутнім грошовим потоком. Обчислюється як частка інвестиційних витрат та дисконтованого грошового потоку [81].

$$ІД = 524467637,23 / 2586395156 = 1,78$$

Як бачимо з результату розрахунку, індекс дохідності дорівнює 1,78. Це значить, що інвестиційний проєкт готелю «Порфіріон» є вигідним та прибутковим проєктом.

Індекс рентабельності інвестицій (ІР) – це допоміжний коефіцієнт, який не враховує амортизаційні відрахування та розраховується за формулою 4.8:

$$ІР = ЧП/ІВ * 100 \quad (3.8)$$

де ЧП – середньорічний чистий прибуток за період експлуатації туристичного комплексу;

ІВ – інвестиційні витрати за реальним інвестиційним проектом.

$$\text{ЧП} = 156779350 / 11 = 235126832 \text{ грн}$$

$$\text{ІР} = 14252668 / 2586395156 * 100 = 6,4\%$$

Отже, рентабельність інвестиційного проекту готелюдорівнює 6,4%.

Період окупності – один із найпоширеніших показників ефективності інвестиційних проектів, що розраховується за формулою 4.9:

$$\text{ПО} = \text{ІВ} / \text{ЧГП}_p \quad (2.9)$$

де ЧГП_p – середньорічний чистий грошовий потік за період експлуатації проекту.

$$\text{ПО} = 2586395156 / 235126832 = 11 \text{ (роки)}$$

Отже, період окупності інвестиційного проекту готелю «Порфіріон» становить 11 років. У даному проекті підприємства закладено зважені доходи, капітальні та поочні витрати. Рівень рентабельності діяльності та термін окупності проекту відповідають середньогалузевим показникам по Україні та Європі в цілому. Розроблений проект дає змогу створити конкурентоспроможне підприємство та може бути прийнятий до реалізації .

ВИСНОВКИ ПРОПОЗИЦІЇ

В першому розділі нами розглянуто концептуальні основи бізнес-плану підприємства готельно-ресторанного бізнесу повинен враховувати специфіку комплексного готельного продукту. У сфері послуг для потреб планування і прогнозування діяльності підприємств гостинності доцільно використовувати такі поняття, як основний продукт, спеціальний продукт, супутний продукт, додатковий продукт, комплексний готельний продукт.

Слід зазначити, що комплексний готельно-ресторанна послуга це і є продукт у складі пропозиції набирає форми продукту до складу якого входить і послуга закладу ресторану і готелю .

До складу комплексної готельно-ресторанної послуги, як продукту обов'язково включаються додаткові послуги, що складають основний готельно-ресторанний продукт. Крім того, в формуванні і реалізації готельно-ресторанного продукту можуть бути задіяні підприємства туристичної інфраструктури.

В другому розділі було досліджено туристичні потоки Одеси, після чого зроблено висновок про доцільність проектування готелю. Досліджено ринок готельно-ресторанних послуг міста Одеси, проаналізовано конкурентне середовище мікрорайону Аркадія, в якому проектується майбутній готель.

За допомогою анкетування було досліджено ринок потенційних споживачів послуг ЗРГ при майбутньому готелі. Також визначено маркетингову політику та концепцію готелю. Спроектований блок приміщень житлової та приймально-вестибюльної групи. Розрахована динаміка завантаженості ресторану «Порфіріон» та дитячого кафе «Порфіріон». Спроектовані приміщення побутового обслуговування і торгівлі, приміщення фізкультурно-оздоровчого призначення, блок

адміністративних приміщень, господарські та виробничі приміщення готелю та ЗРГ при готелі.

Готель «Порфіріон» - п'яти поверхова будівля, у якій розташовуються безпосередньо номери, ресторан та дитяче кафе, приміщення фізкультурно-оздоровчого призначення. Також, було визначено стиль будівлі, її конструктивні елементи, наведені пропозиції щодо дизайну.

Розраховано кошторис будівництва та підраховано суму капітальних вкладень для проектування готелю – 25863951,56 тис. грн.

Визначено організаційно-правовий статус готелю – це товариство з обмеженою відповідальністю. Розроблено організаційну структуру закладу та штатний розпис. Підраховані доходи від операційної діяльності, поточні витрати. Розроблений план з праці та обчислений фонд оплати праці. Також визначено маржинальний дохід (79509,589 тис. грн), рентабельність доходів (26,9%). Цільовий прибуток готелю становить 31355870 тис. грн (при середньогалузевому рівні рентабельності 20%), а плановий – 42180,371 тис. грн. Підраховано, що рентабельність операційної діяльності складає 43,9%, а рентабельність поточних витрат – 56,8%.

За проектом готелю «Порфіріон» за 10 років складає 524467637,23 тис. грн. А чистий приведений дохід на кінець 11-го року дорівнює 235126832 тис. грн. Визначені основні економічні показники ефективності діяльності проєктованого готелю: індекс дохідності становить 1,78, рентабельність інвестиційного проєкту дорівнює 6,4%, а період окупності закладу складає 11 років.

У третьому розділі запропоновано проєкт футбольного поля, бігових доріжок та майданчика для занять йогою для розширення асортименту додаткових послуг.

Розраховано одноденний товарооборот послуг футбольного поля та майданчику для занять йогою у плановому періоді, що дорівнює 5600 грн.,

річний товарооборот, враховуючи, що днів без опадів на даний період складає 80% - 1209600 грн..

Можливий прибуток у 2025 році при середньому рівні рентабельності для даного типу послуг 20% складе 241920 грн..

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про внесення змін до Закону України «Про туризм»: Закон України від 18.11.2003 №1282-IV.
2. Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення: Закон України від 24.02.94 №4004-XII.
3. Про затвердження рекомендованих норм технічного оснащення закладів громадського харчування: наказ Міністерства економіки з питань європейської інтеграції України від 03.01.2003 №2.
4. ВБН В.2.5-78.11.01-2003. Інженерне обладнання будинків і споруд. Системи сигналізації охоронного призначення.
5. ДБН А.2.2-3-2003. Проектування. Склад, порядок розроблення, погодження та затвердження проектної документації для будівництва.
6. ДБН А.3.1-3-94. Прийняття в експлуатацію завершених будівництвом об'єктів.
7. ДБН В.1.1-7-2002. Захист від пожежі. Пожежна безпека об'єктів будівництва.
8. ДБН В.2.2-11-2002. Підприємства побутового обслуговування.
9. ДБН В.2.2-15-2005. Спортивні та фізкультурно-оздоровчі споруди.
10. ДБН В. 2.2-20:2008. Будинки і споруди. Готелі.
11. ДБН В. 2.2-25:2009. Будинки і споруди. Підприємства харчування.
12. ДБН В.2.2-9-99. Громадські будинки та споруди. Основні положення.
13. ДБН В.2.5-28.2006. Природне і штучне освітлення.

14. ДСН 3.3.6.042-99. Санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень.

15. ДСТУ 30523-97. Послуги громадського харчування.

16. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення.

Загальні вимоги.

17. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів.

18. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства.

Класифікація.

19. ДСТУ Б А.2.4-7-95. Система проектної документації для будівництва. Правила виконання архітектурно-будівельних робочих креслень.

20. ДСТУ Б А.2-4-4-95. Основні вимоги до робочої документації.

21. ДСТУ ISO 9004-2-96. Управління якістю та елементи системи якості. Ч. 2. Настанови щодо послуг. – Чинний від 01.07.97.

22. НПАОП 0.00-4.09-07. Типове положення про комісію з питань охорони праці підприємства.

23. НПАОП 0.00-4.21-04. Типове положення про службу охорони праці.

24. НПАОП 55.0-1.02-96. Правила охорони праці для підприємств громадського харчування.

25. СНиП 2.04.05-91. Отопление, вентиляция и кондиционирование.

26. СНиП 2.01.02-85. Противопожарные нормы

27. СНиП II-Л.8-71. Нормы проектирования. Предприятия общественного питания

28. Статистичний збірник «Україна у цифрах 2022» - Київ. 2022.

29. «Статистичний щорічник Одеської області за 2022 р», 2022.

30. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. - К.: Інкос, 2012

31. Гандзюк М.П. Основи охорони праці: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / М.П. Гандзюк, Є.П. Желібо, М.О. Халімовський / за ред. М.П. Гандзюка. – 2-е вид. – К.: Каравела, 2023.
32. Гогіташвілі Г.Г. Основи охорони праці / Г.Г. Гогіташвілі, В.М. Лапін, - Л. : Новий світ-2000, 2022.
33. Грищук М.В. Основи охорони праці : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / М.В. Грищук. – К.: Кондор,2023.
34. Жидецький В.Ц. Основи охорони праці / В.Ц. Жидецький. – Л. : Афіша, 2013.
35. Исмаев Д.К. Маркетинг і управління якістю готельних послуг / Д.К. Исмаев. - СПб.: "Пітер", 2015.
36. Карсекін В.А. Проблеми розвитку готельного господарства в Україні//Економіка України. - 2021. - № 9.
37. Карсекін В.А. Проектування підприємств громадського харчування господарства в Україні//Економіка України. – 2022.
38. Круль Г.Я. Основи готельної справи: навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2020.
39. Левковська Л. Стан і перспективи розвитку туризму та готельного бізнесу України /В.А.Карсекін//Економіка України. - 2023. - № 6.
40. Лук'янова Л.Г. Уніфіковані технології готельних послуг / Л.Г. Лук'янова, Т.Т. Дорошенко, І.М. Муніч; за ред. Проф. В.К.Федорченка. – К. : Вища шк., 2021.
41. Левицька І.В. Сучасні фактори впливу на розвиток туризму Подільського регіону. Менеджмент суб'єктів господарювання в умовах забезпечення сталого розвитку: кол. Монографія. за заг. ред.. д.е.н., проф. Тарасюк Г.М. Житомир: ЖДТУ, 2019. 300 с. (С.252-259)
42. Levytska I. Cloud Gaming: An Antipandemic Case for Restaurants / Liudmyla BOVSH, Larysa HOPKALO, Alla RASULOVA, Kateryna KOMPANETS/ Journal of Environmental Management and Tourism / Vol 13 No

6 (2022): JEMT, Volume XIII, Issue 6(62), Fall 2022

43. Levytska I. Strategic management of the enterprise: analysis of sectoral determinants / Inna Kuznetsova Olha Balabash Tetyana Skrypko Svitlana Zaika/ Independent Journal of Management & Production (IJMP)/ v. 13, n. 3, Special Edition ISE, S&P -May 2022

44. Levytska I. Accountability on Sustainability in Central and Eastern Europe: An Empirical Assessment of Sustainability-Related Assurance / Oleh Pasko, Inna Balla, Nataliia Semenyshena/ Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe/ Issue No.3/24, 27-53

45. Levytska I. Flexible Methodologies As Tools For Implementing Dynamic Changes In The Management System / A. Klymchuk, O. Kovalenko, N. Brytanska , O. Mazur /36th IBIMA International Conference on 4-5 November 2020 Granada, Spain

46. Levytska I. Optimization of the menu for institutions of restaurant industry based on mathematical modelling methods Intellectual Economics./ Basyuk D. Ivchenko L. Semenyshyna S. Koliadenko S – 2020. – Vol/ 14, No 1. – P. 130-143

47. Левицька І.В. Управління персоналом готельно-ресторанної сфери в умовах воєнного часу /Климчук А.О./Науковий журнал НУБіП України «Біоекономіка і аграрний бізнес // Економіка і управління бізнесом/ № 3. К., 2022

48. Левицька І.В. Готельно-ресторанний бізнес в умовах війни: ключові виклики та стратегії виживання/Климчук А.О./Науковий журнал НУБіП України «Біоекономіка і аграрний бізнес / Економіка і управління бізнесом // № 4. К., 2022

49. Levytska I.V. The relationship between HR-marketing and HR-brending in the management of the organization / Klymchuk A.O / Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. №4 (47) – 2020. – С.

50. Левицька І.В. Готельна справа: Навчальний посібник / І.В.Левицька, Н.В.Корж, Н.В.Онищук // Вінниця: «ПП «ТД Едельвейс і К», 2015.- 580 с.
51. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навч. посіб. - К.: Центр навчальної літератури, 2013.
52. Основи споживчих знань : посіб. для вищ. навч. закл. – К. : Знання, 2021.
53. Сало Я.М. Організація обслуговування населення на підприємствах харчування.. Ресторанна справа. Довідник офіціанта. - Львів: Афіша, 2021.
54. Скибінський С.В., Іванова Л.О., Моргун О.Ф. Маркетинг готельних послуг. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2012
55. Тарасенко Є.В., Кравчук Н.М. Стандартизація, сертифікація, метрологія. Опорний конспект лекцій, – К 2021.
56. Ткаченко Т.І., Міска В.Г., Каролоп О.О. Економіка готельного та ресторанного господарства. Опорний конспект – К., 2021.
57. Шумило Г.І. Технологія приготування їжі: навч. посіб. /Шумило Г.І. – К.: Кондор, - 2013.
58. Федорченко В.К., Мініч І.М. Готельне господарство: основні показники,
59. Бронювання готелів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.booking.com>
60. Визначення ТОВ. Установчі документи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agrosience.com.ua/org/vyznachennya-tov-ustanovchi-dokumenty>
61. Державні санітарні правила та норми для перукарень різних типів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mozdocs.kiev.ua/view.php?id=927>

62. Головне управління статистики в Одеській області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>
63. Гостиниці Одесси. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hotelsbooking.com.ua/hotels/odessa/>
64. Економіка підприємства: конспект лекцій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/32066/>
65. Закон України «Про містобудівну діяльність». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/3038-17>
66. Історія Одеси. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kuyalnik.info/odesa-istoriya-600rokiv.html/>
67. Класифікатор професій ДК 003:2010. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://hrliga.com/docs/327_KP.htm
68. Культура старої Одеси. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://samdizajner.com.ua/>
69. Культура Одеси. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=1523795>
70. Менеджмент. Організація функціонування товариства з обмеженою відповідальністю. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/22491/>
71. Мій Довідник Одеса. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://list.odesa.ua>
72. Незалежний аудитор. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://n-auditor.com.ua>
73. Екскурсії по Одесі. Фірма «Еней». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eneytour.com>
74. Особливості грецького стилю. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://stroytechnology.net/domachne-gospodarstvos/2700-osoblyvosti-gretskogo-v-intereri.html>

75. Одеса офіційний веб-сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://omr.gov.ua/>
76. Одеса. Вільна енциклопедія Вікіпедія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Одеса>
77. Постанова про встановлення тарифів на послуги централізованого опалення та гарячого водопостачання. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0433-15>
78. Порядок реєстрації ТОВ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lawlab.com.ua/ru/registrationinfo/71-tovreg>
79. Рекомендовані норми технічного оснащення закладів громадського харчування. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/arhipov_dod1.htm
80. Транспорт Одессы. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://transport.odessa.ua>
81. ТехноФуд. Оборудование и решение для Ваших идей. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://technofood.com.ua>
82. Trip Advisor LLC. Рестораны Одессы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g295368_Odessa.html
83. Ціни в Одесі. Hotelsclan. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hotelscan.com>
84. Benefit. Каталог тренажерів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.benefit.net.ua>
85. Фестивали Одессы. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://od.vgorode.ua>
86. Флайлинк. Системы автоматизации гостиниц [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.flylink.ru/automation/hotels-automation-systems>

ДОДАТКИ