

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
Кафедра международного туризма и гостиничного бизнеса

БИЗНЕС-ПЛАН ОТКРЫТИЯ АРТ-ХОСТЕЛА

Выпускная квалификационная работа
обучающейся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм
очной формы обучения, группы 09001534
Казаковой Дарьи Сергеевны

Научный руководитель
к.э.н., доцент Климова Т.Б.

БЕЛГОРОД 2019

Аннотация

Наименование проекта: Бизнес-проект открытия арт-хостела.

Название организации: «Галерея».

Организационно-правовая форма: ИП.

Форма собственности: аренда.

Адрес расположения: г. Белгород, ул. Победы, д. 118.

Общая площадь: 178,72 м².

Состав помещений: кухня, санузел, номера, холл, прачечная.

Количество номеров: 5.

Количество мест: 34.

Среднесписочная численность работников за год: 6 чел.

Цель данного проекта: открытие хостела в городе Белгород.

Инициатор проекта: Казакова Дарья Сергеевна, студентка 4 курса НИУ «БелГУ».

Общая сумма затрат на открытие хостела: 2 144 344 руб.

Главными источниками финансирования проекта являются заемные средства (кредит) 2 200 000 руб.

Размер постоянных затрат в месяц – 237 233,3 руб.

Показатели эффективности проекта:

NPV – 3 871 463,26 руб.

Простой срок окупаемости – 9,6 месяцев.

Дисконтированный срок окупаемости – 2 года.

IRR – 16,13%.

Бизнес рентабелен на второй год работы – 6,77%.

Анализ рисков проекта:

1. непредвиденные риски: пожары, кражи, стихийные бедствия;
2. коммерческие риски: работа с неблагонадежными партнерами и недостаточно квалифицированным персоналом;
3. экономические риски: кризис, падение курса валют.

Содержание

Введение.....	4
1. Описание бизнеса.....	7
2. Анализ отрасли и локального рынка	15
3. Организация производства и управление предприятием	29
4. Маркетинговый план	38
5. Финансовый план. Оценка эффективности проектных мероприятий	47
Заключение	61
Список использованных источников	65
Приложения	70

Введение

Актуальность выбранной темы состоит в том, что с каждым годом путешествующих с различными целями людей становится всё больше как в России, так и в Белгородской области. Вследствие этого стремительно растёт количество гостиниц и аналогичных средств размещения и объём предоставляемых гостиничных услуг во всех регионах страны. Такие путешествия, когда туристы сами выбирают себе маршрут и место проживания, становятся популярнее, что, естественно, увеличивает спрос на малые средства размещения. Поэтому всё чаще отдают предпочтение хостелам ввиду низких цен и комфортных условий.

В Белгороде достаточно много расположено гостиниц и отелей, но действующих хостелов всего 11. Учитывая, что Белгородская область обладает средним потенциалом и минимальным риском для инвестиционной привлекательности, находится на 35 месте среди российских регионов с высоким уровнем развития государственно-частного партнерства [33], также в регионе действуют программы по развитию туризма различных видов. Поэтому бизнес-план открытия хостела будет хорошим толчком для привлечения еще большего числа туристов благодаря тому, что он будет являться тематическим, то есть арт-хостелом, чего еще нет в городе и области. Предлагая низкие цены, хорошее качество предоставляемых услуг и обслуживание на уровне средних гостиниц, можно добиться улучшения имиджа не только хостела, но и самого развивающегося города, увеличивая его туристский потенциал. К тому же проблема еще в том, что гостиничные предприятия часто рекламируют только свое предприятие. В данном же случае реклама будет направлена на то, чтобы рекламировать город, его достопримечательности, предстоящие мероприятия, события, фестивали и тому подобное.

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе является бизнес-план арт-хостела, а предметом – процесс разработки плана открытия хостела.

Целью данной работы является составление бизнес-плана по открытию нового небольшого арт-хостела в городе Белгород.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- определить направления деятельности предприятия, описать идею бизнес-проекта, привлекательные стороны предлагаемой услуги, новизну проекта;

- проанализировать рынок гостиничных услуг в России и Белгородской области, выявить перспективы развития хостела в регионе, провести анализ конкурентов, оценить возможности и угрозы предприятия, а также влияние внешних факторов;

- разработать организационный и производственный план для дальнейшей работы хостела;

- составить маркетинговый план, предполагающий организацию рекламной кампании для предприятия;

- разработать финансовый план, состоящий из расчета средств, необходимых для начала работы предприятия, ежемесячных затрат, как постоянных, так и переменных, а также прогноза продаж на 3 года.

Теоретической основой выпускной квалификационной работы послужили исследования зарубежных и российских авторов в сфере гостиничного бизнеса, маркетинга и бизнес-планирования, таких как Е. Свиланович, Р. Виллан, Р. Сухрадж, С. Кумаран, Л.М. Гайдукевич, Т.П. Левченко, Р.Г. Федоров и Е.С. Штанько.

Информационную базу в работе составляют федеральные законы, нормативно-правовые акты, статистические данные Росстата РФ, Федерального агентства по туризму РФ, информационные Интернет-ресурсы (научные сайты, электронные версии журнальных публикаций), а также изучена практика открытия хостелов в других регионах РФ.

В выпускной квалификационной работе в качестве методов исследования были использованы сравнительный метод, аналитический метод, метод

ранжирования, метод наблюдения, метод прогнозирования, методы экономического, статистического анализа, метод экспертных оценок и метод сбора данных.

Бизнес-план разработан для создания нового средства малого размещения, конкретно – хостела. Новое предприятие будет предоставлять гостиничные услуги в городе Белгород.

Практическая значимость бизнес-плана открытия хостела заключается в том, что полученные результаты могут быть применены для реализации инвестиционного проекта предприятия, а также использоваться в практической деятельности развития подобного бизнеса. Проект открытия хостела может способствовать повышению уровня конкурентоспособности города как туристского центра, сокращению безработицы в Белгородской области, а также размещению прибывших иностранных студентов либо студентов из России, не получивших общежитие при университете.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, пяти основных разделов, списка использованных источников и приложений.

1. Описание бизнеса

Хостел – это экономичное средство размещения, предназначенное для временного проживания, преимущественно для малобюджетного туризма, имеющее номера/комнаты различной вместимости и санузлы, как правило, за пределами номера/комнаты, а также помещения (зоны, места) для общения гостей [7].

Владелец хостела должен руководствоваться следующими документами с основными требованиями к данной деятельности:

- ГОСТ Р 51185-2008 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования [6];
- СН 2.2.4/2.1.8.562-96 «Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки» [8];
- СП 3.5.3.3223-14 «Санитарно-эпидемиологические требования к организации и проведению дератизационных мероприятий» [10];
- СанПиН 2.1.41074-01 «Питьевая вода. Гигиенические требования к качеству воды централизованных систем питьевого водоснабжения. Контроль качества. Гигиенические требования к обеспечению безопасности систем горячего водоснабжения» [9];
- ГОСТ Р 56184-2014 Услуги средств размещения. Общие требования к хостелам [7];
- ФЗ «О миграционном учете иностранных граждан и лиц без гражданства в Российской Федерации» от 18.07.2006 N 109-ФЗ [4].

Почему хостел подходит больше для малобюджетного туризма объясняется тем, что основной целью путешествий данного вида туризма является ознакомление с туристскими достопримечательностями, знакомство и общение с возрастными группами туристов, а также готовность ограничиваться минимальными удобствами при временном размещении [7]. Поэтому хостелы одни из первых из средств размещений стоят в списке у малобюджетных туристов.

Занимается данной деятельностью хостельер. Хостельер – это юридическое лицо, индивидуальный предприниматель или физическое лицо, оказывающие услуги хостелов на собственной или арендованной территории согласно законодательству Российской Федерации [7].

В последнее время деятельность хостелов в России развивается быстрыми темпами. Прослеживаются определенные факторы огромного спроса хостелов на рынке гостиничных услуг:

- низкие цены, которые обычно втрое ниже, чем в обычных гостиницах;
- зачастую очень оригинальные и креативные интерьеры;
- расположение многих хостелов в историческом и культурном центре города, вблизи основных достопримечательностей и в шаговой доступности к другим не менее важным объектам;
- оборудование большинства хостелов всей нужной бытовой техникой на кухне;
- также использование скромного, но полноценного сервиса (обслуживание в номерах, комфортные кровати, свежее белье, горячая и холодная вода, душ, сейф или шкафчик для хранения вещей, круглосуточная охрана и т.д.);
- минимум процедур, принятие любых постояльцев при наличии паспорта и в любое время суток на равных правах;
- возможность занять место в хостеле на одну ночь либо на длительный срок при неизменно низкой стоимости ночлега.

Открывая новый хостел, необходимо для начала обозначить вид ответственности.

Организационно-правовая форма: индивидуальный предприниматель (ИП).

Индивидуальный предприниматель – это физическое лицо, которое ведет самостоятельную предпринимательскую деятельность с целью получения

систематической прибыли без образования юридического лица, и прошедший установленную законом процедуру государственной регистрации [1].

Это является лучшим вариантом по нескольким причинам:

- простая регистрация (небольшой пакет документов + госпошлина + открытие расчетного счета и получение печати стоит 3 000 руб.);
- нет необходимости во внесении уставного капитала;
- возможность свободного распоряжения полученными деньгами (при условии своевременной уплаты налогов и взносов), причем дополнительных налогов при выводе денег нет;
- возможность использования всех существующих режимов налоговых взысканий;
- возможность ведения деятельности без работников;
- сотрудничество с ИП такое же, как и с юридическими лицами;
- нет необходимости в соблюдении большинства правил кассовой дисциплины;
- работа на всей территории РФ, при этом регистрация филиалов не нужна, но отчитываться, как правило, по месту жительства;
- ликвидация ИП – проще, дешевле и быстрее [13].

Срок регистрации ИП – 5 рабочих дней.

Коды ОКВЭД для хостелов – 55.23.3 «Сдача внаем для временного проживания мебелированных комнат» [27].

Деятельность хостела будет заключаться в следующем: предоставление мест для временного проживания туристам, лицам, прибывающим с деловыми целями, и другим клиентам, а также деятельность по предоставлению более длительного проживания отдельным категориям лиц, таких как, например, студенты и наемные рабочие [5].

Цели бизнеса:

- получение прибыли;
- увеличение количества рабочих мест;

- увеличение мест размещения;
- улучшение инфраструктуры города.

Страховые взносы ИП на обязательное пенсионное страхование (ОПС) в 2019 году составляют фиксированную сумму, установленную Правительством РФ – 29 354 рубля за полный год, если только доходы ИП за 2019 год не превысили 300 тыс. руб. Если доход больше, то сумма страховых взносов увеличивается на 1% доходов. Страховые взносы ИП на обязательное медицинское страхование (ОМС) на 2019 год установлены в размере 6 884 рубля. Взносы на ОМС при росте доходов не увеличиваются и составляют неизменную сумму [2].

Суммы фиксированных страховых взносов на ОПС для ИП выросли на 10,6% по сравнению с суммами 2018 года, а взносы на ОМС – почти на 18% [23].

Помимо страховых взносов за предпринимателя, необходимо выплачивать страховые взносы и за работников предприятия, которые состоят из:

- 22% на обязательное пенсионное страхование в ПФР;
- 2,9% на обязательное социальное страхование в Фонд социального страхования Российской Федерации (ФСС);
- 5,1% на обязательное медицинское страхование в Фонд обязательного медицинского страхования (ФОМС);
- 0,2% для защиты при наступлении несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний в Фонд социального страхования РФ (ФСС) [23].

При этом не стоит забывать о НДФЛ в 13%, который также будет необходимо отчислять с зарплаты сотрудников.

Суммы фиксированных взносов на ОПС и ОМС нужно перечислять в бюджет не позднее окончания декабря текущего года, 1%-ые взносы на ОПС при получении дохода более 300 тыс. руб. – не позднее 1 июля следующего года. Сроки всегда остаются неизменными [23].

Для того чтобы официально зарегистрировать предприятие понадобится следующее:

- получить свидетельство о регистрации предприятия;
- встать на учет в органы налоговой инспекции, и получить свидетельство об уплате налогов;
- получить заключение пожарной инспекции о том, что помещение для хостела отвечает всем нормам и стандартам, является безопасным для посетителей и обслуживающего персонала;
- получить заключение СЭС (помещение, в котором будет располагаться хостел, должно отвечать требованиям санитарно-эпидемиологической службы).
- представить документы, которые подтверждают право на недвижимость.

По истечении установленного срока, фиксирующий регистрацию орган, выдает отказ или документы, которые подтверждают регистрацию:

- свидетельство о регистрации в качестве индивидуального предпринимателя;
- документ, подтверждающий наличие ИНН (идентификационного номера налогоплательщика);
- выписку из единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП).

При постановке на учет необходимо представить следующие документы:

- заявление о постановке на учет;
- свидетельство о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя;
- документы, удостоверяющие личность налогоплательщика;
- документы, подтверждающие регистрацию по месту жительства;
- документ, подтверждающий присвоение ИНН в отношении физичес-

кого лица – руководителя организации;

– выписка из ЕГРЮЛ, истребованная из инспекции ФНС России по месту нахождения организации.

Арт-хостел будет называться «Галерея» и располагаться по адресу: г. Белгород, ул. Победы, д. 118.

Жилой 6-этажный дом построен в 2006 году и имеет общую площадь всех помещений 9364,8 м² [11].

Характеристика дома:

- тип дома: многоквартирный дом;
- серия, тип постройки: индивидуальный проект, кирпичный;
- тип перекрытий: железобетонные;
- материал несущих стен: каменные, кирпичные;
- тип мусоропровода: отсутствует;
- кадастровый номер: 31:16:0114028:32
- количество жилых помещений: 76;
- количество лифтов: пассажирские – 4;
- количество подъездов: 5;
- количество нежилых помещений: 12;
- площадь жилых помещений: 6 420,3 м²;
- площадь нежилых помещений: 1 612,6 м²;
- площадь помещений общего имущества: 1 331,9 м²;
- дополнительная информация: центральное отопление, горячее, холодное водоснабжение, водоотведение, электроснабжение [11].

Вблизи расположены детская площадка, многочисленные офисы и учреждения, развитая сеть медицинских и спортивно-оздоровительных центров, салонов красоты, торговых центров, магазинов, кинотеатров, ресторанов, мест досуга и отдыха.

Местонахождение будущего хостела окажется вполне удачным для клиентов. Так как хостел недалеко от железнодорожного вокзала, близко к

центральному району города, а также к транспортному пути сообщения, это особенно важно для туристов, приезжающих на автовокзал или в аэропорт, что позволит им без проблем добраться до хостела.

Планируется выкупить нежилое помещение на первом этаже площадью 178,72 м². Выделить 5 комнат под номера: 10-местный для мужчин (26,64 м²), 10-местный для женщин площадью 30,73 м², 8-местный для женщин и мужчин (24,46 м²), 4-местный номер (16,47 м²) и 2-местный номер площадью 8,24 м². Площадь общей кухни будет составлять 25,23 м², комната с душевыми – 18,45 м², туалетная комната – 18,45 м², комната со стиральными машинами (прачечная) – 9,89 м², комната с сушилками для белья – 6,16 м² (Приложение 1).

В хостеле «Галерея» будут предоставляться услуги по ГОСТу Р 51185-2008:

- прием и регистрация по графику не менее 12 часов в сутки;
- ежедневная уборка жилых комнат/номеров и уборка общественных помещений в соответствии с графиком (уборка общественных помещений предусматривает санитарную обработку санузлов, душевых с периодичностью не реже 1 раза в день);
- предоставление принадлежностей для мелкого ремонта одежды (нитки, иголки);
- предоставление медицинской аптечки для оказания первой доврачебной помощи и вызов скорой помощи;
- смена постельного белья и полотенец;
- утренняя побудка (по просьбе проживающего гостя) [7].

Также хостел может предоставить дополнительные услуги:

- услуги Интернета – использование беспроводного доступа в сеть Internet Wi-Fi;
- предоставление утюга, гладильной доски, стиральной машины;
- услуги кофемашины и других аппаратов самообслуживания;

- продажа предметов личной гигиены: зубных щеток, шампуней и т.п.;
- предоставление фенов для сушки и укладки волос;
- предоставление бесплатной печатной продукции (буклеты с достопримечательностями города) [7].

Каждый номер разнообразен по-своему. Суть названия хостела в том, что номера обустроены в стиле известных картин с встроенными аудиофайлами. Такая идея поможет привлечь как можно больше туристов, так как эта идея достаточно новая и не имеет аналогов в Белгороде. Гости при возможности смогут выбрать ту комнату с той картиной, которую они захотят видеть и «слышать». Аудиофайлы помогут приобщить к живописи любого приезжего. С помощью них турист узнает о биографии художника, о его известных и менее популярных картинах, которые практически не встречались, но заслуживают внимания. Турист сможет также услышать, как картина прорисовывалась в том номере, в котором он живет благодаря наушникам и аудиозаписи. Интерьер кухни также соберется из некоторого количества картин художников. Для дизайна хостела будут использоваться такие картины, как «Звездная ночь» (Винсент ван Гог), «Постоянство памяти» (Сальвадор Дали), «Магический реализм» (Майкл Паркес), «Впечатление. Восходящее солнце» (Клод Моне), «Голубые танцовщицы» (Эдгар Дега), «Влюбленные» (Рене Магритт), «Эрозия» (Яцек Йерка), а также «В горах. Вид на Арарат» (Занковский И.), «Утро в сосновом лесу» (Шишкин И.), «Девятый вал» (Айвазовский И.), «Царевна-Лебедь» (Врубель М.), «Закат солнца зимой» (Клевер Ю.), «Розы и орхидеи» (Врубель М.), «Радуга» (Дубовской Н.), «Полдень. В окрестностях Москвы» (Шишкин И.) и некоторые другие. В итоге, комнаты будут напоминать туристу картинную галерею.

2. Анализ отрасли и локального рынка

Для того, чтобы понять перспективы и возможный рост отрасли, необходимо провести анализ рынка, определить тенденции развития исследуемой отрасли, потенциальных потребителей предлагаемых услуг, выявить конкурентов, описать существующие стратегии сбыта, рекламы и продвижения товара, услуги, ценообразование, стимулирования продаж и проанализировать состояние создаваемого бизнеса.

Данные Росстата по гостиницам и аналогичным средствам размещения в России представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1

Количество гостиниц и аналогичных средств размещений в России,
2010-2017 гг.

Средство размещения	Период, год							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Гостиницы	4 220	4 444	4 666	4 856	5 445	5 697	9 513	10 901
Мотели	99	123	132	138	155	167	281	381
Хостелы	507	500	484	495	492	535	928	1406

По данным таблицы на 2017 год насчитывается 10 901 гостиницы, и по сравнению с 2010 годом, их количество значительно увеличилось, а именно на 6 681 или 61%. Количество мотелей увеличилось с 2010 год на 2017 год на 282 или 74%. Хостелы также стремительно начали увеличиваться, но только с 2014 года. До того времени происходило сокращение хостелов по причинам нарушений требований к размещению гостей в хостелах, большого числа мигрантов, нарушений санитарных правил и правил безопасности. Но с введением ГОСТа Р 56184-2014 «Общие требования к хостелам» и ужесточенных проверок, количество хостелов начало расти и в 2017 году достигло числа 1 406, что больше по сравнению с 2010 годом на 899 или 64%. И сейчас хостелы набирают огромную популярность благодаря тому, что во многих случаях цена не равна качеству, то есть устанавливаются довольно низкие цены за хорошее качество услуг [46].

Для большей наглядности тенденция увеличения числа гостиниц, мотелей и хостелов изображена на графике (рисунок 2.1).

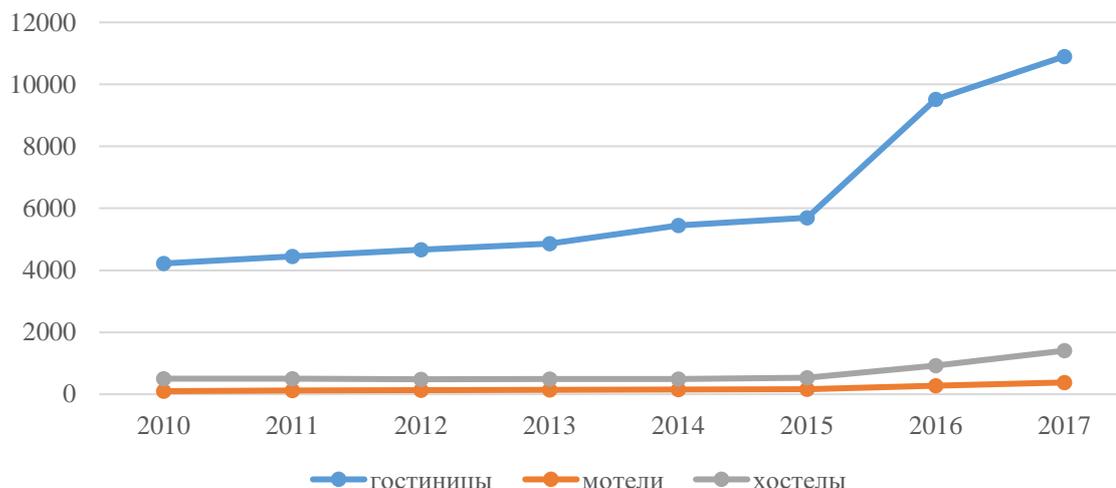


Рис. 2.1. Количество гостиниц и аналогичных средств размещения в России, 2010-2017 гг.

Необходимо проанализировать, с какими целями люди останавливаются в средствах размещения. Данные, представленные в Росстате, собраны в таблицу 2.2.

Таблица 2.2

Численность лиц, размещенных в гостиницах и аналогичных средствах размещения в России в период 2010-2017 гг., по целям поездок

Цели поездок	Период, год							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2107
Отпуск, досуг и отдых	6267	7407	8147	8928	10187	12263	20019	22411
Образование и профессиональная подготовка	2088	1814	1514	1363	1274	1192	1459	1943
Лечебные и оздоровительные процедуры	126	169	157	174	161	218	425	466
Религиозные/паломнические	28	54	61	49	72	71	119	179
Посещение магазинов и прочие	2875	3804	4725	4783	5262	4896	3251	3246
Деловые и профессиональные	9875	10877	12000	12404	12000	11887	17708	20166

Из данных таблицы явно видно, что основными целями поездок являются отпуск, досуг и отдых, а также деловые и профессиональные цели [46]. Всё больше людей начали активнее путешествовать, что хорошо может повлиять на новый бизнес-проект. Чем больше спрос, тем больше предложение, поэтому хостел может быть востребован [26].

В 2018 году в российских городах появилось 530 новых хостелов. 70% из них появились в восьми населенных пунктах, принимавших Чемпионат мира по футболу, еще 15% – в городах-миллионниках, не связанных с футболом (рисунок 2.2). Этому послужил ряд других факторов, таких как интерес к внутреннему туризму, переориентация туристов на бюджетные варианты размещения. Формирование нового поколения путешественников стимулируют спрос на хостелы.

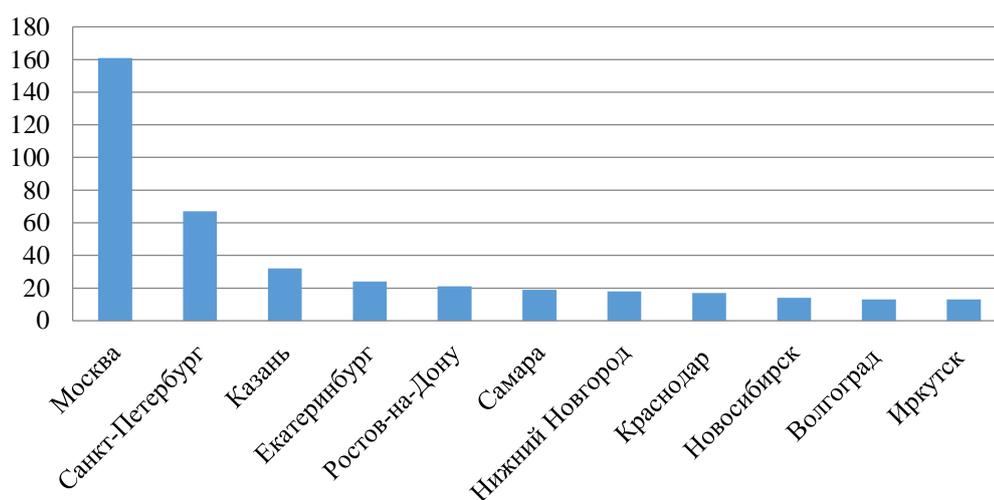


Рис. 2.2. Количество новых хостелов в России в 2018 г.

Самыми популярными месяцами для открытия хостелов в городах, принимавших Чемпионат, стали май и июнь (на эти два месяца пришлось 40% от общего количества открытых за год средств размещения). Во всех остальных городах сезонность выражена не так сильно, а в мае и июне было открыто только 18% хостелов.

Безусловно, большинство хостелов в России открывается в основном в таких туристских центрах, как Москва и Санкт-Петербург. Москва является лидером по числу хостелов среди столиц мира (507 хостелов). В Санкт-Пе-

тербурге насчитывается 358 хостелов.

Проанализировав российский рынок в целом, следует далее углубиться в регион, в котором будет создаваться и развиваться хостел (рисунок 2.3).

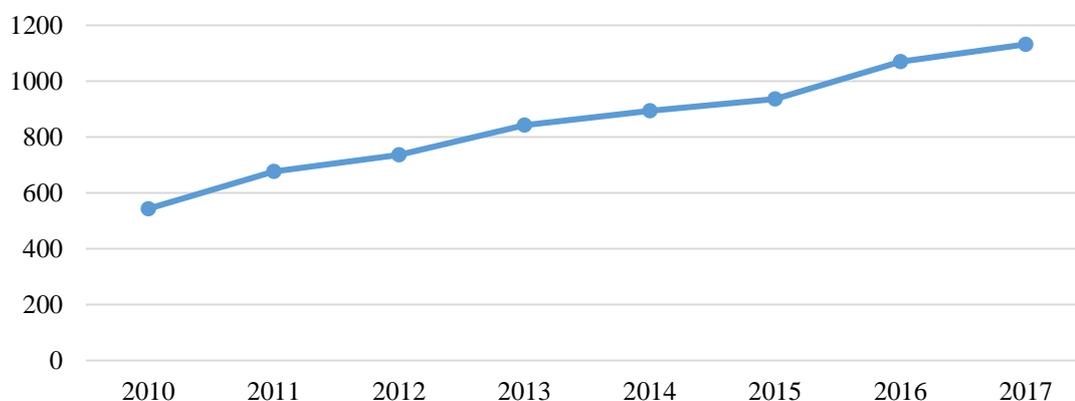


Рис. 2.3. Объем услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, оказанных населению Белгородской области, 2010-2017 гг., млн. руб.

Данные Ростуризма показывают, что объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, оказанных населению, составил на 2017 год 1 132 млн. руб. За всё время наблюдалась положительная динамика, так как показатели 2017 года выше на 52% показателей 2010 года.

В анализируемый период наблюдается постепенное увеличение жилой площади коллективных средств размещения (КСР), что связано с реконструкцией старых и открытием новых средств размещения гостиничного типа. Однако обеспеченность региона КСР остается низкой: показатель составляет 2,8 гостиничных номера на 1000 человек, что снижает конкурентные преимущества Белгородской области среди других областей Центрально-Черноземного экономического района (ЧЦР).

Следующим прогнозным показателем развития данного сервиса является численность работников, занятых в исследуемой отрасли. Согласно статистическим данным, в 2017 г. численность работников КСР (без внешних совместителей и работников, выполнявших работы по договорам гражданско-правового характера) составила 2 331 тыс. человек, рост количества занятых в КСР по сравнению с предыдущим 2016 годом достиг 114%.

Этому во многом способствовало проведение мероприятий в ходе долгосрочной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Белгородской области на 2013-2017 годы» и подпрограммы «Развитие туризма, ремесленничества и придорожного сервиса», а также государственной программы «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014-2020 годы», что, несомненно, обеспечивает интеграцию Белгородской области в российский туристский рынок и развитие сотрудничества между регионами в сфере туризма. В Белгородской области имеются огромные возможности для развития внутреннего и международного туризма. В Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 год «Об утверждении стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» обозначено, что «развитие туристского сектора экономики Белгородской области имеет большие перспективы. В Белгородской области формируется межрегиональный туристский кластер, в рамках которого развивается сотрудничество туристских организаций, учебных заведений, областных фондов поддержки предпринимательства и других организаций» [50].

Следовательно, в Белгородской области и самом центре, Белгороде, есть возможности развития гостиничных услуг, реализовав которые можно значительно повысить уровень туристского потенциала региона.

Сравнивая рынок гостиничных услуг города Белгорода с рынками других городов, необходимо определить города, соизмеримые по уровню экономического и социального развития.

Таковыми городами являются: Курск, Воронеж и Орел. Довольно быстро в период 2009-2010 гг. начала развиваться сфера гостиничных услуг, при этом строилось и вводилось в эксплуатацию огромное количество объектов гостиничного сервиса.

Если производить сравнение с другими регионами России, то рынок Белгородской области рос и развивался не так стремительно. Но благодаря своему территориальному и экономическому потенциалу, уровень бы значи-

тельно повысился. Соседние, конкурентные регионы в экономическом и транспортном смысле имеют наиболее привлекательные перспективы.

В современном мире всё больше предприятий, предоставляющие размещение, внедряют инновации, чтобы завлечь покупателей. Сейчас человеку недостаточно номера с бесплатным Wi-fi или бытовой техники в хостеле. Уже практически в каждом хостеле всё это есть. В хостеле «Галерея» будут использоваться и другая различная техника. К примеру, как было сказано, в каждом номере к его стилю будут вставлены наушники для прослушивания аудиофайлов об известном художнике, а также разложены видеофайлы на кухне в квартире для просмотра историй этих картин с помощью проектора.

Что касается составляющих социально-экономической сферы, то внедрение нового хостела на рынок позволит решить нехватку гостиничных мест, в особенности бюджетных, что в основном привлечет молодежь и самостоятельных путешественников. Хостел, позиционирующий себя как арт-пространство, может запомниться туристам, которые в последующем проинформируют своих знакомых. В конечном итоге есть вероятность привлечь новых туристов, приезжающих в Белгород по различным целям.

Для подробного анализа маркетинговой среды нужно сделать упор на нескольких методах анализа: PEST-анализ, предназначенный для выявления политических (political), экономических (economic), социальных (social) и технологических (technological) аспектов внешней среды, влияющих на бизнес компании, а также SWOT-анализ, который раскрывает внутренне состояние создаваемого бизнеса.

Политические факторы, которые могут повлиять на предприятие: текущее законодательство на рынке, будущие изменения в законодательстве, ужесточение государственного контроля за деятельностью бизнес-субъектов и штрафные санкции, политическая напряжённость у границ РФ, на Украине, санкции против России, барьеры для миграции.

Экономические факторы: нестабильное состояние курсов валют [49], динамика инфляции [37], величина минимальной процентной ставки ЦБ РФ

и кредитов, инвестиционный климат в отрасли, уровень налогообложения, средний доход на душу населения, уровень безработицы (рисунок 2.4).

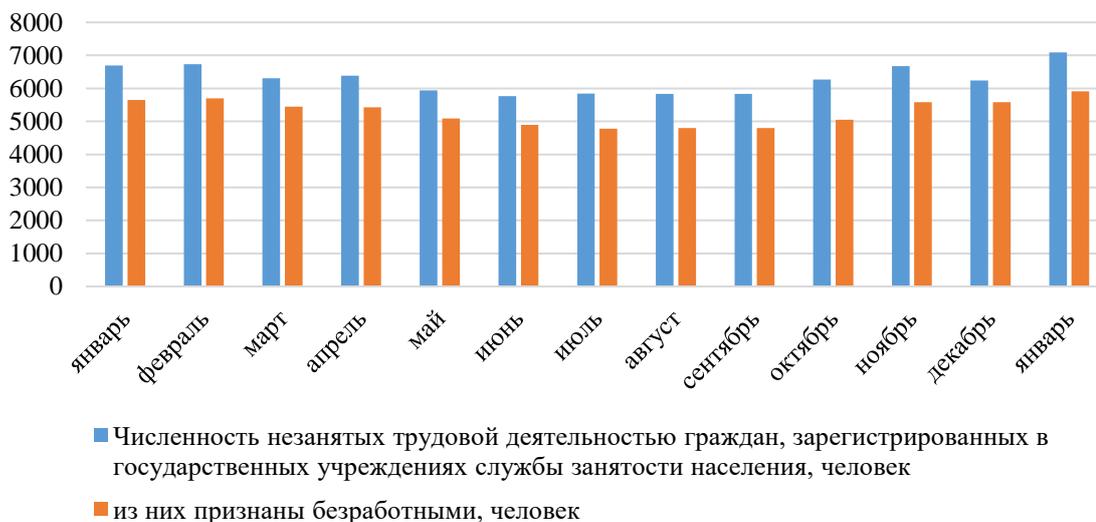


Рис. 2.4. Численность незанятого населения Белгородской области, состоящего на учете в государственных учреждениях службы занятости населения на 2018 и начало 2019 гг.

Социально-культурные факторы: динамика туристских потоков внутреннего туризма России, тенденции образа жизни, этнические/религиозные факторы, отношения жильцов квартир в доме, проведение фестивалей, концертов и др., улучшение восприятия Белгорода как туристического города, увеличение притоков иностранных туристов.

Технологические факторы: увеличение роли социальных сетей в обществе, развитие платежные системы, развитие систем бронирования, рост требований к оборудованию хостелов, стремительный рост внедряющихся инноваций в гостиничную сферу.

Для того чтобы оценить значимость макросреды, необходимо сравнить все факторы и оценить их влияние на предприятие, что будет представлено в таблице 2.3.

Оценивая потенциал возникновения и степень влияния внешних факторов на бизнес, следует воспользоваться шкалой от 1 до 5, где 1 – оказывает меньшее влияние, 5 – наибольшее влияние фактора.

Таблица 2.3

Ранжирование на основе экспертной оценки значимости факторов

Фактор	Влияние	Фактор	Влияние
Политический	3,2	Социально-культурный	3,6
текущее законодательство на рынке	3	динамика туристских потоков внутреннего туризма России	3
будущие изменения в законодательстве	3	тенденции образа жизни	2
ужесточение государственного контроля за деятельностью бизнес-субъектов и штрафные санкции	4	этнические/религиозные факторы	3
политическая напряжённость у границ РФ, на Украине	3	отношения жильцов квартир в доме	2
санкции против России	2	проведение фестивалей, концертов и др.	5
барьеры для миграции	4	улучшение восприятия Белгорода как туристического города	5
Экономический	3,4	увеличение притоков иностранных туристов	5
нестабильное состояние курсов валют	3	Технологический	4,6
динамика инфляции	4	увеличение роли социальных сетей в обществе	5
величина минимальной процентной ставки ЦБ РФ и кредитов	4	развитие платежных систем	5
инвестиционный климат в отрасли	2	развитие систем бронирования	5
уровень налогообложения	4	рост требований к оборудованию хостелов	4
уровень безработицы	3	стремительный рост внедряющихся инноваций в гостиничную сферу	4
средний доход на душу населения	4		

Наибольшее влияние на предприятие окажут технологические факторы (средний показатель 4,6), так как в современном мире невозможно создавать предприятие, не обращая внимания на научно-технический прогресс.

Люди уже не могут обходиться без постоянного контакта с внешним миром, поэтому необходим Wi-Fi. Также чтобы в любое время суток забронировать номер, необходим официальный сайт хостела. Без внедрения новых

технологий, непривычных для хостела, не заставить клиента задуматься остановиться именно в этом хостеле. И стоит обращать внимание на социальные сети, где люди всех возрастов смогут увидеть рекламу аккаунта

Следующие факторы по степени влияния на будущий хостел – социально-культурные (средний показатель 3,6).

Хостел должен располагаться там, где будет удобно приезжающим гостям, брать во внимание и не ущемлять какие-либо этнические или религиозные аспекты. Необходимо следить за тенденциями образа жизни населения, что какого сегмента больше привлекает, за проведением фестивалей и крупных концертов в Белгороде, а также в целом за динамикой внутренних туристских потоков.

Экономические (средний показатель 3,4) и политические (3,2) играют немаловажную роль.

Миграционные барьеры, напряженные и конфликтные ситуации с соседними странами, инфляция, налоговая политика, изменение законодательства, контроль за средствами размещения, уровень безработных людей – всё это либо поможет существованию и динамичному развитию хостела, либо может значительно усугубить положение и привести к уменьшению прибыли или вообще к банкротству предприятия.

Все факторы важно учитывать при открытии нового хостела в городе Белгород, так как внешняя среда очень сильно влияет на его рост и совершенствование.

Обращая внимание на всевозможные факторы, которые могут повлиять на бизнес, можно тем самым грамотно выстроить пути решения при появлении вероятных препятствий.

Чтобы раскрыть сильные и слабые стороны предприятия, определить его возможности и обнаружить предполагаемые угрозы, выявить сильные стороны и распознать слабые, следует провести SWOT-анализ. Анализ, который поможет больше узнать о конкурентоспособности создаваемого предприятия, представлен в таблице 2.4.

Таблица 2.4

SWOT-анализ хостела «Галерея»

	Возможности	Угрозы
Хостел «Галерея»	<ul style="list-style-type: none"> - усиление рекламной кампании; - повышение имиджа компании; - разработка программы маркетингового исследования; - расширение хостела, или открытие второго хостела; - повышение и усовершенствование информационного обеспечения клиентов. 	<ul style="list-style-type: none"> - экономическая и политическая ситуация в стране; - усиление конкурентного давления со стороны других хостелов; - открытие новых хостелов-конкурентов.
<p>Сильные стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> - расположение недалеко от центра города; - хостел в квартире; - наличие рядом продуктовых магазинов, детской площадки и бесплатной парковки; - интерьер по типу картинной галереи; - предоставление дополнительных услуг; - возможность бронирования на сайте хостела и сайте онлайн-бронирования; - соответствие цены и качества предоставляемых услуг. 	<ul style="list-style-type: none"> - возможность создания сети хостелов «Галерея»; - поддержание имиджа хостела как места с качественным сервисом и невысокими ценами; - продвижение официального сайта хостела; - привнесение полезной информации об известных картинах и их художниках; - возможность бронирования в любое время. 	<ul style="list-style-type: none"> - возможность завоевания конкурентами позиции лидера; - проблемы демографии и снижение количества молодого персонала. - введение скидок, акций, розыгрышей в социальных сетях; - внедрение новых идей в хостел/новые технологии.
<p>Слабые стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> - недостаточная известность хостела; - низкая эффективность рекламы, начальное недоверие населения; - нет возможности размещать большое количество людей (максимум 34 человека). 	<ul style="list-style-type: none"> - недостатки номерного фонда негативно сказываются на привлекательности хостела, в особенности для иностранных гостей и гостей, приезжающих с деловыми целями; - упор на качество предоставляемых услуг; - открытие нового хостела с учетом ошибок старого. 	<ul style="list-style-type: none"> - повышение требований клиентов к качеству обслуживания; - появления новых конкурентов с более современным номерным фондом, приемлемыми ценами может отвлечь часть гостей и «переманить» персонал.

Исходя из проведенного SWOT-анализа, можно сформировать стратегию развития предприятия:

- увеличивать репутацию и имидж хостела благодаря рекламной деятельности и маркетинговым исследованиям (реклама в интернете, введение скидок, акций, розыгрышей в социальных сетях, проведение опросов населения об узнаваемости хостела);
- инвестировать в совершенствование материально-технологического оборудования;
- совершенствовать систему обслуживания посредством проведения лекций, программ мотивации персонала, постоянно осуществлять мониторинг зарплат и кадровой политики в хостеле;
- постепенно внедрять новые сферы деятельности, которые смогут удовлетворять потребностям различных сегментов целевой аудитории.

Хостел «Галерея» предоставляет размещение по большей части для молодежных групп, а также командированных лиц. Нет особого разделения на сегменты, так как для каждого гостя будет организовано качественное обслуживание, но всё же стоит отметить, что большой процент гостей хостела будет приходиться на людей со средним и низким уровнем дохода. Основной целью их путешествия является отдых, при этом выбор места отдыха в основном определяется уровнем цен. Их привлекает обстановка, не требующая смены привычек. Данная категория туристов не имеет больших средств, чувствительна к ценам на услуги и в то же время крайне требовательна к их качеству. Основной принцип – за свои деньги получить все максимально.

Туристам очень важна близость хостела с культурными, историческими и развлекательными местами и учреждениями, а также транспортная доступность, хотят полноценного отдыха – душ, ужин (кухня/кафе). Путешествуют не менее двух человек (друзья или пара), а также семьей или группой.

Чтобы понять, насколько хостел «Галерея» будет конкурентоспособен, нужно определить нынешних лидеров среди хостелов в городе Белгород и сравнить их. Сравнительный анализ представлен в Приложении 2.

В Белгороде работают 11 хостелов. Судя по оценкам и количеству отзывов на международном сайте Booking.com – это «FullHouse Hostel», «Квар-

тира 31», «Hostel Apart Express». У этих предприятий оценка выше 9,5 [24].

На основании проведенного анализа можно провести ранжирование конкурентов, представленное в таблице 2.5. Высшая оценка – 10, низшая – 1.

Таблица 2.5

Ранжирование конкурентов хостела «Галерея»

Критерии конкурентоспособности	«Галерея»	«FullHouse Hostel»	«Квартира 31»	«Hostel Apart Express»
Месторасположение	7	7	6	8
Основные услуги	8	7	9	7
Дополнительные услуги	6	5	9	4
Цены	8	8	7	6
Вместимость	8	7	9	7
Итого	37	34	40	32

Оценки были расставлены из следующих принципов. За месторасположение хостел «Галерея» получил 7, хотя находится недалеко от центра, но дальше всех – 4 км, также и от железнодорожного вокзала – 6 км, но ближе всех к Международному аэропорту – 4 км. «FullHouse Hostel» находится также недалеко от центра (оценка 7). «Квартира 31» получила оценку 6, потому что располагается вблизи центрального района – 2,2 км, но далеко от жд вокзала – 3,6 км и аэропорта – 6,8 км. «Hostel Apart Express» находится в районе железнодорожного вокзала – 1 км, центра – 2 км, но далеко от аэропорта – 7 км, поэтому получил оценку 8 [24].

Ассортимент основных услуг у хостела «Галерея» разнообразный и есть отличия от услуг его конкурентов, поэтому оценка 8. «FullHouse Hostel» и «Hostel Apart Express» получили 7, это средний балл всех типичных услуг для хостелов. Но «Квартира 31» превзошла конкурентов тем, что ассортимент услуг очень большой и разнообразный, а также они предоставляют услуги бассейна, оздоровительных услуг и фитнес-центра УСК С. Хоркиной, поэтому поставлена оценка 9 как за основные, так и за дополнительные услуги [24]. Дополнительных услуг у «Hostel Apart Express» очень мало, но трансфер является немаловажной услугой, поэтому оценка 4. «Квартира

31 ЖД» предоставляет обычные, как и у многих, дополнительные услуги, но без излишеств (6). Оценка 7 поставлена хостелу «Галерея», так как будут предлагаться, кроме всех перечисленных, проектор, наушники с аудиофайлами, видеофайлы об известных художниках и их картинах, что нетипично для других существующих хостелов в Белгороде. Цены у всех хостелов практически одинаковые, но оценка 8 поставлена хостелу «Квартира 31» и будущему хостелу «Галерея», так как у них самые оптимальные цены и начинаются от 550 руб., у других хостелов цена за номер начинается от 600 руб., поэтому оценка 7. Вместимость у хостелов «FullHouse Hostel» и «Hostel Apart Express» [48] 18 и 20 человек соответственно (оценка 7). «Квартира 31» вмещает самое большое количество человек, чем у своих конкурентов – 37 человек [47], поэтому поставлена самая высокая оценка 9. «Галерея» будет вмещать 34 человека, поэтому поставлена оценка 8.

К наиболее удобному способу оценки эксперты относят многоугольник конкурентоспособности (рисунок 2.5), который дает возможность сравнить и визуально представить широкий спектр ключевых свойств продукта.

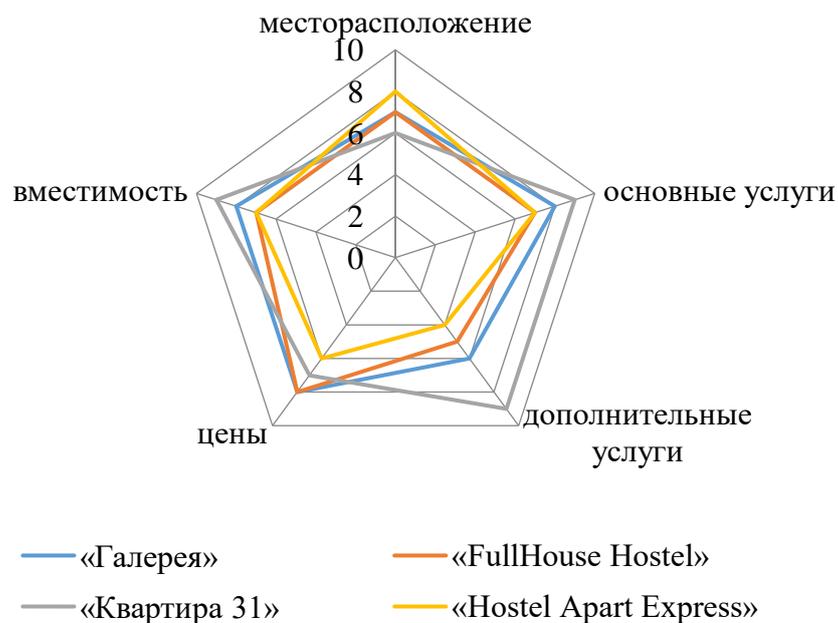


Рис. 2.5. Многоугольник конкурентоспособности предприятий

Если вершины многоугольника определенной фирмы ближе к центру, чем у конкурентов – его позиция по данному критерию самая плачевная. И наоборот, чем дальше вершины от центра, тем лучше положение фирмы.

По итогам ранжирования 1 место занимает предприятие «Квартира 31» (40 баллов). На втором месте может быть хостел «Галерея» (37 баллов), но «FullHouse Hostel» пока не отстает (34 балла).

Ранжирование проводилось по ключевым критериям, которые влияют на удовлетворенность услугами и привлекательность предприятия для целевой аудитории.

Таким образом, анализируя рынок гостиничных услуг в Белгородской области и в России в целом, можно сделать вывод, что объем предоставляемых гостиничных услуг с каждым годом растет, и Белгород не отстает в этой отрасли. Также проанализировав конкурентов в городе, было выяснено, что возможностей для открытия нового хостела достаточно много. Единственное, что необходимо, это хорошая реклама и финансовые вложения для осуществления этой идеи. Реклама важна не только для предприятия, но и для самой местности, где оно расположено, что может повысить конкурентоспособность города среди других.

3. Организация производства и управление предприятием

Организация производства начинается с этапов формирования продукта. Первым этапом является продукт по замыслу.

Хостел «Галерея» представляет собой уникальный хостел для города Белгород. Предприятие отличается креативным интерьером, напоминающим картинную галерею с аудио- и видеофайлами о картинах и их художниках.

Пользы и выгоды для потребителей:

- удачное месторасположение;
- относительно низкий уровень цен по сравнению с основными конкурентами;
- оригинальный интерьер;
- квалифицированный и доброжелательный персонал;
- современное оборудование, обеспечивающее хорошее качество и безопасность.

Второй этап – реализация проекта.

Организация производства будет осуществляться на протяжении 6 месяцев с июля по декабрь 2019 года. График работ представлен на рисунке 3.1.



Рис. 3.1. График распределения работ по открытию хостела «Галерея»

Для начала необходимо арендовать помещение и зарегистрировать предприятие как ИП. Следующей частью организации бизнес-проекта является ремонт и дизайн помещения, что может занять около 4-х месяцев. За месяц до окончания ремонтных работ, будет закупаться мебель и бытовая тех-

ника. В ноябре 2019 года будет сделан заказ на изготовление вывески с подсветкой. В последнем месяце (декабрь) будет осуществляться найм персонала, а также проводиться рекламная кампания.

Третий этап – запуск проекта .

На данном этапе предлагаются три вида поддержки потребителям при бронировании мест в хостеле. Осуществляется это через сайт хостела, сайт онлайн-бронирования Booking.com либо по телефону.

В декабре будет формироваться организационная структура. Именно она обеспечивает порядок в каждом аспекте работы хостела – от стойки регистрации и обслуживания номеров до отдела кадров. Организационные структуры хостела необходимы для обеспечения максимальной доходности от каждого номера на ежедневной основе. Предприятие может работать эффективно, если оно создает организационную структуру, которую легко понять.

Существует большое количество требований, предъявляемые к структуре управления. Основные из них отражаются в принципах построения схемы организационной структуры и формулируются в таком виде:

- организационная структура должна в первую очередь строиться по целям и задачам организации и следовать потребностям создаваемого предприятия;
- необходимо, чтобы предусматривалось оптимальное разделение труда как по специализации, так и по обеспечению разумной нагрузкой, творческим и конструктивным складом работы;
- формируя структуру управления, положено обозначить и расписать все полномочия, связывая сотрудников ответственностью, обязанностями и целями;
- разграничивать функции и обязанности, полномочия и ответственность для поддержания согласованности, чтобы избежать несоответствующей работы системы управления в целом;
- строить организационную структуру, исходя из будущего предприятия

тия (его вида, типа, функций и т.п.), не использовать готовый вариант успешных предприятий, а только исследовать их для построения оригинальной структуры нового предприятия.

Коллектив хостела «Галерея» состоит из 6 человек: 2 администратора, 1 бухгалтер, 2 уборщицы и 1 мастер.

В хостеле будет поддерживаться линейная структура управления. Линейная структура управления характерна тем, что во главе стоит руководитель, сосредоточивший в своих руках все функции управления и осуществляющий единоличное руководство своими подчиненными работниками. Его решения, передаваемые по цепочке «сверху вниз», обязательны для выполнения нижестоящими звеньями.

Преимущества линейной структуры:

- один руководитель, сосредотачивающий и контролирующий всю совокупность процессов на предприятии «в своих руках»;
- ясная и конкретно выраженная ответственность у сотрудников друг перед другом;
- согласованные действия исполнительной части структуры;
- мгновенный отклик сотрудников на указания и поручения руководителя.

Недостатком линейной структуры, с которым придется столкнуться хостелу, является то, что предъявляются достаточно высокие и обширные требования к знаниям, осведомленности и компетентности руководителя.

Организационная структура хостела выглядит следующим образом (рисунок 3.2).

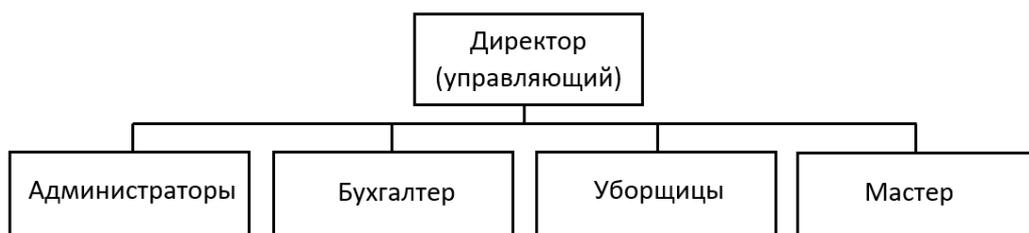


Рис. 3.2. Организационная структура хостела «Галерея»

Чтобы набрать необходимых сотрудников, следует проводить собеседования для выбора наилучшего работника.

На должность администратора принимаются сотрудники, освоившие среднее, среднее профессиональное или высшее образование (опыт работы желателен, но не обязателен). Стажировка предполагает обучение работе и соответствующим навыкам.

Основные навыки, которыми должен обладать администратор при приеме на работу:

- знание английского на уровне Intermediate, знание второго языка также желательно;
- умение работать с компьютером;
- навыки работы с документацией;
- грамотная речь, как в письменном, так и в устном виде.

Планируется поиск 2 администраторов в хостел «Галерея» для работы посменно с графиком работы для каждого 1/1 (сутки работы и один выходной день) с 9:00 до 23:00. Оклад данного сотрудника составляет 20 000 руб.

На должность бухгалтера назначается лицо, имеющее высшее экономическое образование и стаж работы по учету и контролю не менее 3 лет.

Бухгалтер должен знать:

- законодательные акты, постановления, распоряжения, приказы, другие руководящие, методические и нормативные материалы по организации бухгалтерского учета имущества;
- формы и методы бухгалтерского учета на туристском предприятии;
- организацию документации по участкам бухгалтерского учета;
- систему правильного оформления документов и воспроизведения на счетах бухгалтерского учета тех операций, которые связаны с движением основных средств, товарно-материальных ценностей и денежных средств;
- способы экономического анализа и исследования хозяйственно-финансовой деятельности предприятия;

- основы экономики, организации труда и управления.

Хостел «Галерея» планирует нанимать только одного сотрудника на должность бухгалтера на условиях частичной занятости, где возможна работа на дому. Заработная плата бухгалтера складывается из оклада в размере 10 000 рублей в месяц.

Уборщица относится к категории технических работников без предъявления требований к образованию и стажу работы.

Уборщица должна знать:

- правила санитарии и гигиены по содержанию убираемых помещений;
- правила использования оборудования и принадлежностей;
- правила клининга;
- состав и назначение бытовой химии;
- правила техники безопасности и противопожарной безопасности;

Уборщицы работают 1/1 с 9:00 до 19:00. Заработная плата – 11 000 руб./месяц.

На должность мастера по ремонту оборудования назначается лицо, имеющее:

- высшее профессиональное (техническое) образование и стаж работы по профилю деятельности не менее 1 года;
- среднее профессиональное (техническое) образование и стаж работы по профилю деятельности не менее 3 лет.

Мастер по ремонту технологического оборудования должен знать:

- постановления, распоряжения, приказы и другие руководящие, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность по эксплуатации и ремонту технологического оборудования;
- организацию ремонтных работ;
- эксплуатационные характеристики, конструктивные особенности, назначение и режимы работы технологического оборудования;

- правила составления заявок на оборудование, запасные части, проведение ремонта и другого технического документооборота;
- правила по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.

Работа на неполный рабочий день с 9:00 до 13:00 и по вызову. Мастер работает 5 дней в неделю. Оклад мастера хостела составит 6 000 рублей в месяц.

Должностные обязанности для каждого работника хостела «Галерея» представлены в Приложении 3.

Управлять хостелом будет директор, именно он дает поручения администраторам, получает от бухгалтера необходимую информацию по отчетности, контролирует расход денежных средств, принимает меры по увеличению потока клиентов. Зарботная плата директора это вся прибыль, которую возможно получить от деятельности хостела.

Расходы на заработную плату сотрудникам хостела будут представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1

Зарботная плата персонала в первый месяц работы

Должность работника	Количество, чел.	Отчисления за месяц в фонды 30,2%, тыс. руб.	Полный фонд оплаты труда с отчислениями в месяц, тыс. руб.
Администратор	2	10,51	45,31
Бухгалтер	1	2,63	11,33
Уборщица	2	5,78	24,92
Мастер	1	1,58	6,80
Итого	6	20,49	88,35

То есть каждый месяц на оплату труда сотрудникам со всеми отчислениями будет затрачиваться сумма в 88 353,72 руб.

Первым шагом являлась регистрация ИП. Начиная разрабатывать производственный план для будущего хостела, нужно четко понимать и представлять, что необходимо для комфортного проживания гостей даже в бюд-

жетном месте. Аренда помещения будет обходиться в 94 721 руб. в месяц. Его ремонт и дизайн под картинную галерею обойдется в 800 000 руб.

Для начала нужно разобраться с эксплуатационными затратами, то есть затратами, предназначенными для поддержания самого места, его надлежащей работоспособности. Поэтому разберем оплату за коммунальные услуги и услуги связи и сведем рассчитанные данные в таблицу 3.2.

Таблица 3.2

Оплата за обеспечение работы хостела «Галерея» в г. Белгород в месяц

Наименование услуги	Стоимость, руб.
Электроэнергия	5 832
Горячая вода	816
Холодная вода	248
Водоотведение	340
Центральное отопление	5 547
Вывоз ТБО	496
Интернет	450
Телефонная связь	522
Программное обеспечение Lite PMS для хостела	1 784
Итого	16 035

В данной таблице указаны коммунальные услуги, услуги связи и услуга программного обеспечения хостела. Вывоз твердых бытовых отходов обеспечивает компания ООО «ТК «Экотранс» по договору. Рассчитана стоимость в месяц за вывоз отходов, исходя из тарифов на их официальном сайте и размера мусорного контейнера хостела [29]. Интернет и телефонная связь (тариф «Безлимитный») будет подключена от компании «Ростелеком» [39]. Для того, чтобы подключить и наладить работу программного обеспечения Lite PMS именно для будущего предприятия, понадобится 6 000 руб. В эту сумму входит первоначальная настройка системы, создание номеров, тарифных планов, разработка индивидуального дизайна формы онлайн-бронирования специально для сайта хостела и интеграция с сервисом приема платежей. Теплоэнергию будет поставлять компания ОАО «Белгородэнергосбыт», тарифы указаны на сайте «time2save» [41]. Тарифы на горячее и холодное водоснабжение, а также водоотведение указаны на сайте компании ПАО

«Квадра» [38]. Отопление предоставляется поставщиком ОАО «Теплоэнерго» [40]. Тарифы на электроэнергию представлены на сайте «ЭнергоВопрос.ру» [42]. Если приблизительно посчитать, что в день будет затрачиваться 80 кВт/ч в день, то платить за электроэнергию придется 5 832 руб. В итоге в месяц необходимо будет выплачивать за коммунальные услуги 16 035 руб.

Чтобы правильно рассчитывать коммунальные услуги, необходимо установить счетчики электроэнергии, горячей и холодной воды, а также для расчета теплоэнергии. Покупка и установка счетчиков обойдется в 7 474 руб.

Далее необходимо оценить в сумме оснащенность комнат. Так как в хостеле присутствует кухня, ей также нужно также уделить должное внимание, как номерам или санузелу. В Приложении 4 представлено всё необходимое для оснащения кухни хостела и необходимая для этого сумма.

Бытовую технику для кухни планируется закупать в магазине «Эльдорадо» [51], посуду и кухонные принадлежности – в магазине «Порядок» [32], столы и стулья заказать с сайта [14]. В кухне будет находиться огнетушитель [28] с информационной табличкой. Кулер для воды рассчитан на 19 литров, поэтому для постоянной смены воды в месяц нужна будет сумма в 2 850 руб.

Далее будет разобрана оснащенность номеров хостела в Приложении 5. Кровати как двухъярусные, так и одноярусные, матрасы, на матрасники, постельное белье, стулья, шкафы локеры для хранения личных вещей, которые будут выступать в качестве сейфов, вешалки с зеркалом и обычные напольные вешалки на колесиках, стулья и тумбочки будут закупаться с сайта, специализирующегося на экологичной мебели для квартир, хостелов и общежитий [14], полотенца и мусорные ведра в магазине «Порядок» в г. Белгород, а занавески в интернет-магазине штор «Томдом.ги».

То, без чего не обойтись в хостеле для комфортного проживания – это душевые и туалетные кабинки. Перечень оборудования для данных комнат будет перечислено в Приложении 6. Оборудуя душевые и туалетные комнаты, ограждения для душевых и унитазов будут куплены на сайте «3belgo-

rod.tiu.ru» [43], сантехника – на сайте «termomir31.ru» [44], зеркала и проточные водонагреватели будут заказаны с сайта «Belgorod-san.ru» [21].

Далее будет выясняться, как и чем нужно оборудовать прачечную, и какие чистящие средства понадобятся в хостеле, что будет отображено в Приложении 7. Для оснащения прачечной стиральные машины, сушилки, предметы для глажения будут закуплены в магазине Белгорода «Эльдорадо». Каждая стиральная машина максимально загружает 6 кг. Будет также осуществляться стирка постельного белья хостела, что позволит сэкономить на постоянной химчистке. Умывальники со смесителями будут закупаться на сайте магазина «Термомир». Средства и инвентарь для уборки, такие как пылесос, швабры, тряпки, губки, перчатки, нарукавники и тому подобное будут закуплены в магазине «Порядок».

Холл и рецепция являются «лицом» гостиничного предприятия и именно оснащение этого места позволит повлиять на первое впечатление гостя. Для оборудования холла и ресепшена потребуются предметы, которые будут перечислены в Приложении 8. Оборудование закупается в магазинах «Эльдорадо», «Белгородский дом мебели» и «Green mebel».

Для того чтобы полностью довести хостел до его надлежащего функционирования, нужно достаточно разумно оборудовать предприятие технически. Необходимая техническая оснащённость хостела будет представлена в Приложении 9.

Все товары для оснащения входа (урна, 2 уличных светильника и мусорный контейнер 1 100 л) обойдутся в 21 211 руб. Следует учесть, что по ГОСТу Р 56184-2014 Услуги средств размещения. Общие требования к хостелам обязательно должно быть освещение на выходе не менее 10 lux (на вертикальной поверхности).

Таким образом, для повышения конкурентоспособности предприятия необходимо найти персонал для осуществления качественного обслуживания, а также полноценно оборудовать хостел и предоставить всё для комфортного проживания гостей.

4. Маркетинговый план

Будущее хостела определяется, насколько хорошо проводится рекламная кампания и как много посетителей она приводит. Такая кампания тщательно разрабатывается благодаря правильному подходу к целевой аудитории. Привлекательность хостелов увеличилась в последние годы. Хостел «Галерея» будет принимать семьи, деловых путешественников и пожилых пар, но первоначальной целевой аудиторией останется молодежь и обычные туристы. За последние 10 лет отрасль трансформировалась для удовлетворения потребностей современных путешественников и подверглась процессу имиджевой перестройки. Сейчас хостелы стали серьезной альтернативой традиционным гостиницам.

При разработке маркетингового плана, прежде всего, следует учесть вероятные действия со стороны конкурентов, вследствие которых предприятие может прийти к потерям либо, наоборот, к увеличению прибыли и новых постояльцев, что будет описано в таблице 4.1.

Таблица 4.1

Учет действий конкурентов хостела «Галерея»

Действия конкурентов	Предполагаемые потери или выигрыши от действий конкурентов
Снижение цены потребления	уход потенциальных потребителей в другое гостиничное предприятие, уменьшение прибыли
Увеличение ассортимента услуг	упущение потенциальных гостей, уменьшение возможной прибыли, низкая загрузка хостела
Появление оснащения повышенного качества	негативные отзывы о номерах и хостеле в целом, так как потенциальные потребители проживали в номерах лучше по оснащенности и эстетическим качествам, вследствие чего уменьшение прибыли / из-за улучшения оснащенности номеров повышалась цена у конкурентов, что поспособствовало привлечению новых постояльцев
Изменение форм рекламы	выбор другим предприятием более актуальных и эффективных форм рекламирования своих услуг, что также сможет отбить интерес от хостела у потенциальных гостей
Более квалифицированный персонал	возможны ситуации, где персонал может проявить себя некомпетентно и непрофессионально, что может послужить появлению негативных отзывов клиентов, чему больше доверяют люди, рассматривающие хостел для дальнейшего проживания

Далее, исходя из расценок конкурентных предприятий, требуется определиться со стоимостью номеров будущего хостела для 10-местных отдельных номеров, 8-местного общего для мужчин и женщин, 4-местного и 2-местного номера с указанием площади в таблице 4.2.

Таблица 4.2

Стоимость номеров хостела «Галерея»

Категория номера	Площадь номера, м ²	Количество	Стоимость номера за сутки, руб.
10-местный мужской	26,64	1	450 руб/чел
10-местный женский	30,73	1	450 руб/чел
8-местный общий	24,46	1	600 руб/чел
4-местный	16,47	1	850 руб/чел
2-местный	8,24	1	1350 руб/номер

Максимальное количество человек, которое может проживать в хостеле в сутки – 34, в месяц – 1 054 человек.

Далее можно высчитать максимальную загрузку и прибыль, которую можно получить за один месяц в таблице 4.3.

Таблица 4.3

Максимальная прибыль хостела «Галерея» за один месяц

Категория номера	Максимальное количество человек в месяц, чел.	Максимальная прибыль в месяц, руб.
10-местный мужской	300	135 000
10-местный женский	300	135 000
8-местный общий	240	144 000
4-местный	120	102 000
2-местный	60	40 500
Итого	750	556 500

С целью добиться таких показателей успешного функционирования хостела и быстрой продажи номеров, как было сказано, нужна мощная рекламная кампания. Поэтому бизнес, построенный на низких бюджетах и минимализме, требует хитрых решений маркетинговых и рекламных проблем.

Самое первое, что следует для этого сделать, это начать «присутствовать» в интернете, то есть создать страницы в социальных сетях ВКонтакте и Instagram, так как социальные сети сегодня составляют 95% интернета [35].

Огромная часть маркетинга хостела должна быть сосредоточена на демонстрации своего социального опыта. Социальные сети – отличное место для этого, особенно потому, что все больше и больше путешественников обращаются, чтобы найти вдохновение для своей следующей поездки. Обмен снимками гостей, перепост пользовательского контента и использование функций, таких как InstaStories и live video, чтобы захватить события, – все это отличная тактика для продвижения хостела [12].

Чтобы продвигать хостел, нужно настроить таргетированную рекламу по полу, возрасту, месту проживания и интересам в ленте или историях Instagram. Instagram – это сервис обмена фотографиями и видео в социальных сетях, изначально созданный для смартфонов. С момента своего создания в 2010 году, платформа стала очень популярной. Идея была в публикации фотографий и видео, но Instagram расширил свои возможности и теперь это мощная площадка для рекламы и развития бизнеса. Сейчас каждый может создать свой блог на совершенно любую тематику и найти свою аудиторию, предложить услугу/товары или продвигать свой бренд.

Поэтому Instagram сейчас является мощнейшим инструментом для рекламы. Бюджет зависит от масштаба охвата людей. Предполагается затрачивать на такую рекламу 600 рублей в день. Приблизительно будут охватываться от 32 000 до 84 000 людей 16-65 лет по всей России по интересам «Туризм», «Хостел» или «Путешествия». Реклама продлится неделю.

Таргетированная реклама в Вконтакте будет проявляться под главным меню. Бюджет такой кампании 1 500 рублей, чтобы запускать 15 объявлений в месяц.

Сайт может быть создан самостоятельными усилиями на таких платформах-конструкторах, как Wix.com [31] или Tilda.com [30], где можно бесплатно создать и опубликовать свой сайт. Также на сайте Tilda.com можно бесплатно научиться созданию собственного сайта [22]. Для его функционирования понадобится домен, и регистрация домена «.ru.com» обойдется в сумму 1 445 рублей на 1 год [34].

Ориентиром для гостей может послужить штендер-стритлайн, который будет стоять недалеко от входа в хостел. Штендер будет куплен за 3 400 руб. с сайта Avito.ru [20].

Вывеска хостела будет состоять из объемных световых букв по 25 см из серии «Старт» от исполнителя «Заметно». Лицевая часть букв – белое акриловое стекло с влагозащищенной светодиодной подсветкой яркостью в 2 000 lux. Боковая и задняя часть буквы состоят из белого пластика ПВХ. Шрифт – простой без засечек (Arial, Impact и другие). За 7 букв и каркас под вывеску нужно будет заплатить 11 729 руб. Блок питания входит в стоимость [19].

Также у этого исполнителя будет заказана режимная информационная табличка 30x30 см из оргстекла за 1 350 руб. Согласно статье 9 Закона РФ «О защите прав потребителей» изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (юридический адрес) и режим ее работы [18].

Визитные карточки, возможно, являются одним из самых недооцененных маркетинговых инструментов для гостиничных предприятий. Визитные карточки недороги, эффективны и просты в использовании, но они могут дать фантастические результаты для хостела, если они используются должным образом. Их основная цель состоит в том, чтобы сообщить получателю, чем занимается предприятие и дать этому человеку способ связаться. Поэтому у «Digital Arts» будут заказаны 300 шт. визитных карточек на мелованной бумаге плотностью 300 грамм с двусторонней цветной печатью по 0,7 руб. за одну штуку [16]. В итоге на визитные карточки будет затрачиваться 210 рублей каждый месяц.

Еще одним дешевым вариантом рекламной полиграфии являются листовки. При небольших затратах листовки могут привлечь новых постояльцев, что может дать довольно ощутимый эффект.

Встречаются листовки разных размеров, но лучшим вариантом является небольшой формат. Поэтому у «Оптполиграф» закажется офсетная печать цветных листовок тиражом в 5 000 формата А5 или 10x15 см, что будет стоить 2 500 рублей [17]. На листовке размещается наименование хостела, цены за проживание, фотографии комнат. Распространение листовок будет происходить по всей Белгородской области.

Для создания логотипа необязательно тратить деньги, можно будет воспользоваться бесплатными онлайн конструкторами и с легкостью подобрать соответствующий дизайн.

Для привлечения еще большего внимания к новому хостелу следует придумать акции и скидки.

Акция «Первый день» предполагает скидку 10% на первые сутки проживания в хостеле.

Акция «Приведи друга». С такой акцией группа от 5 человек получает скидку 10% на проживание в хостеле. Это позволит туристам, путешествующим большими группами, или, к примеру, спортсменам, приехавшим на соревнования, сэкономить на проживании.

Акция «Седьмой день» предполагает скидку в 15% на каждый седьмой день проживания постояльца в хостеле.

Тем самым гости смогут в дальнейшем порекомендовать данный хостел своим друзьям, коллегам либо знакомым. Такой маркетинг «из уст в уста» или «сарафанное радио» является, на самом деле, отличным методом распространения информации. Около 62% потребителей ищут в интернете отзывы и информацию перед покупкой товара, а 90% верят рекомендациям друзей.

Ключевые факты этого вида маркетинга:

- 63% посетителей, вероятнее всего, что-то приобретут, когда у этого продукта есть отзывы и рекомендации;
- отзывы могут увеличить продажи на 18%;
- отзывам посетителей верят в 12 раз больше, чем описанию самого

предприятия или бренда [36].

Предоставление повода поделиться с другими может взорвать сарафанный маркетинг. Люди всегда более охотно делают что-то, если получают какую-то ценность взамен. В итоге, можно сказать, что внедрение акций и скидок – это действенный способ увеличить клиентскую базу.

Существует еще способ по привлечению большего числа постояльцев хостела – это воспользоваться системами онлайн бронирования, например, всем известным Booking.com.

Веб-сайт и мобильные приложения доступны на более чем 40 языках, предлагают 28 419 701 зарегистрированных объявлений и охватывают 148 768 направлений в 229 странах и территориях мира.

Так люди, путешествующие для дела или отдыха, могут быстро и легко забронировать с Booking.com, без платы за бронирование, а также с уверенностью в том, что цены совпадут. Клиенты могут обращаться в Booking.com 24/7 для помощи и поддержки.

На данный момент это является самым удобным способом бронирования мест для проживания в том или ином городе. Загружая объявление на сайт, лучше дать потенциальным гостям возможность отменить бронирование по их личным причинам без штрафа либо выставить период, в течение которого штраф за отмену взиматься не будет.

За использование Booking.com, взимается налог в 18%, который в дальнейшем учитывается при расчете затрат. Если высчитать с максимальной прибыли хостела 18%, получится, что за бронирование нужно будет отдавать максимально 138 780 руб. в месяц.

Каждый месяц ожидается не менее 30% гостей, забронировавших места в хостеле «Галерея» на сайте Booking.com.

В итоге, сведя все данные в таблицу 4.4 для подсчета предполагаемых затрачиваемых средств на рекламу будущего хостела «Галерея», можно будет предположить, сколько будет на нее затрачиваться именно каждый месяц в первый год работы.

Таблица 4.4

Затраты на рекламные мероприятия хостела «Галерея» перед открытием,
декабрь 2019 г.

Вид рекламного Мероприятия	Стоимость одного мероприятия, руб.	Общая стоимость за один месяц, руб.	Сроки проведения
Таргетированная реклама в Instagram	600	4 200	каждый месяц
Таргетированная реклама в Вконтакте	100	1 500	каждый месяц
Домен для регистрации сайта хостела	1 445	1 445	1 раз в год
Штендер-стритлайн	3 400	3 400	по мере необходимости
Вывеска (объемные световые буквы)	1 676	11 729	по мере необходимости
Режимная информационная табличка	1 350	1 350	по мере необходимости
Визитные карточки	0,7	210	каждый месяц
Листовки А5 в Белгородской области	1,4	2 500	каждый месяц
Итого		26 334	

Итак, по совершенным подсчетам за месяц до начала работы хостела необходимо провести рекламные мероприятия, оцениваемые в 26 334 руб. Ожидается загрузка хостела в первый год работы не меньше 30%. Также ожидается увеличение загруженности хостела с каждым годом, поэтому рекламная кампания с каждым годом будет проходить активнее.

Реклама всегда отражает лучшие качества предприятия и его преимущества среди других. Но в рекламу также стоит включить то, что может привлечь потенциальных гостей именно в городе, чем они смогут заняться, что им может быть интересно.

В 2020 году до ноября включительно будет затрачиваться на рекламу 8 410 руб. В последний месяц 2020 года планируется провести рекламную кампанию активнее, чем она проводилась весь 2020 год, то есть увеличить показы таргетированной рекламы, а также пробовать покупать рекламу у различных travel блогеров.

Разработанная рекламная кампания будет отображена в таблице 4.5.

Таблица 4.5

Затраты на рекламные мероприятия хостела «Галерея»,
декабрь 2020 г.

Вид рекламного мероприятия	Стоимость одного мероприятия, руб.	Общая стоимость за один месяц, руб.	Сроки проведения
Таргетированная реклама в Instagram	600	7 800	каждый месяц
Таргетированная реклама в Вконтакте	100	1 500	каждый месяц
Контекстная реклама Яндекс	50	5 000	каждый месяц
Визитные карточки	0,7	350	каждый месяц
Домен для регистрации сайта хостела	1 445	1 445	1 раз в год
Итого		16 095	

В декабре 2020 года затраты на рекламу предприятия составят 16 095 руб. Дополнительно будет показываться контекстная реклама в поисковой системе Яндекс (500 показов). В итоге, каждый месяц в 2021 году затраты на рекламу будут составлять 14 650 руб.

Далее для ожидаемой не менее 70% загрузки хостела стоит еще больше активизировать рекламную кампанию. Новая рекламная кампания будет представлена в таблице 4.6.

Таблица 4.6

Затраты на рекламные мероприятия хостела «Галерея»,
декабрь 2021 г.

Вид рекламного Мероприятия	Стоимость одного мероприятия, руб.	Общая стоимость за один месяц, руб.	Сроки Проведения
Таргетированная реклама в Instagram	600	9 000	каждый месяц
Таргетированная реклама в Вконтакте	100	1 500	каждый месяц
Реклама у travel блогера	15 000	15 000	каждый месяц
Визитные карточки	0,7	350	каждый месяц
Домен для регистрации сайта хостела	1 445	1 445	1 раз в год
Итого		27 295	

В декабре 2021 года проведется рекламная кампания, на которую будет затрачено 27 295 руб. Теперь таргетированная реклама в Instagram распространится не только на регионы России, но и, к примеру, на Украину. Это объясняется тем, что в Белгороде большое количество студентов из Украины, а также он является транзитным городом для многих других туристов. Дополнительно 15 000 руб. каждый месяц будет затрачиваться на рекламу у блогеров-туристов. В итоге, затраты на рекламу составят 25 850 руб. в каждом месяце 2022 года.

В 2022 году такая реклама нужна для увеличения загруженности хостела или для поддержания стабильности работы хостела.

Благодаря маркетингу показывается «лицо» организации, придается ей индивидуальность. Одним из преимуществ разработки маркетингового плана является то, что он помогает предпринимателю сосредоточить ресурсы и планировать бизнес-рост. Процесс планирования поможет понять различные факторы, которые могут повлиять на успех [15]. Это создает имидж для предприятия и, таким образом, помогает в привлечении новых постояльцев. Поэтому реклама является важной частью развивающегося бизнеса.

5. Финансовый план. Оценка эффективности проектных мероприятий

Финансовое планирование подразумевает решение, как распоряжаться с имеющимися средствами. Основными целями финансового планирования являются:

- обеспечение наличия достаточных средств для покрытия повседневных расходов, приобретения долгосрочных активов и покрытия непредвиденных расходов;
- разумное управление денежными потоками [25].

При составлении финансового плана сначала нужно рассчитать затраты для начала работы хостела «Галерея» и ежемесячно на 3 года.

Необходимые расчеты расходных материалов на гостей представлены в таблице 5.1.

Таблица 5.1

Расходные материалы на максимальное количество гостей хостела «Галерея»
в месяц

Расходный материал	Количество, шт.	Стоимость, руб.
Вода в кулере 19 л.	10	2 850
Туалетная бумага	144	1 152
Салфетки	30	1 200
Чай	15	3 450
Жидкое мыло Экспресс, 5000 мл	7	1 050
Буклет с достопримечательностями	500	4 614
Итого	201	14 316

В месяц расходных материалов нужно на сумму 14 316 рублей, а на одного гостя в день при проживании максимального количества человек в месяц (1 054) выходит примерно 13,5 рублей. В зависимости от количества постояльцев в месяц и будет решаться, на какую приблизительно сумму закупать расходные материалы.

В хостеле будут предоставляться дополнительные услуги. Благодаря таким услугам хостелу удастся повысить свой доход. Выручка может варьи-

роваться каждый месяц, но будет ожидаться хотя бы не менее той суммы, рассчитанной в таблице 5.2.

Таблица 5.2

Дополнительные услуги, предоставляемые в хостеле «Галерея»

Наименование услуги	Стоимость, руб.	Предполагаемый доход в месяц, руб.
Стирка	100	5 000
Набор для душа	110	2 200
Использование проектора	350	10 500
Трансфер от/до аэропорта и ж/д вокзала	100	7 300
Итого		25 000

Предполагается, что в среднем 1-2 человека каждый день на протяжении месяца приобретут услугу «Стирка», что позволит получить 5 000 руб. Набор для душа может не пользоваться спросом, так как многие путешествуют подготовленными и со своими личными предметами для душа, но если приблизительно 20 раз как минимум воспользуются набором, то в месяц можно получить 2 200 руб. Пользование проектором будет платным, но для группы людей просмотр фильма может оказаться недорогим. Если в течении месяца воспользуются гости услугой хотя бы 1 раз в день, то с такой услуги возможно получить 10 500 руб. Если трансфером, стоимость которого 100 рублей, воспользуются как минимум 3 раза в день, то можно получить 7 300 руб. В итоге, в месяц получится приблизительно 25 000 руб. Сумма, безусловно, может варьироваться каждый месяц.

Ожидается с каждым годом увеличение выручки от дополнительных услуг: около 40 000 руб. в каждом месяце 2021 года и около 50 000 руб. в каждом месяце 2022 года.

Такие ожидания могут основываться на вероятности приобретения в будущем, к примеру, автомата для еды и напитков, велосипедов или появления услуги няни.

В таблице 5.3 рассчитаны затраты для начала функционирования хостела «Галерея».

Таблица 5.3

Затраты на открытие хостела «Галерея»

Наименование затрат	Стоимость, руб.
Регистрация ИП (р/с, печать, госпошлина)	3 000
Лицензия на автоперевозку пассажиров	7 500
Установка ККТ	20 000
Страховые взносы ИП (ПФР, ФФОМС)	36 238
Аренда помещения	94 721
Ремонт и дизайн помещения	800 000
Установка счетчиков (вода, тепло- и электроэнергия)	7 474
Установка программного обеспечения Lite PMS	6 000
Оснащение кухни	158 001
Оснащение номеров	457 147
Оснащение душевой и туалетной комнат	121 109
Оснащение прачечной	106 030
Оснащение ресепшена и холла	102 763
Техническое оснащение	76 816
Оснащение входа снаружи	21 211
Реклама	26 334
Затраты на установку, доставку и т.п. + непредвиденные затраты	100 000
Итого	2 144 344

Итак, для начала работы хостела «Галерея» понадобится сумма минимум в 2 144 344 руб. Для осуществления этого плана нужно взять кредит в банке ВТБ 2 200 000 руб. под 10% годовых на 10 лет с платежом 29 073,16 руб. каждый месяц.

Необходимо составить прогноз продаж на 3 года для того, чтобы определить вероятные пути и результаты предстоящего финансового развития предприятия.

Предполагаемая загруженность на 2020 год отображена в таблице 5.4.

Таблица 5.4

Загруженность хостела «Галерея» на 2020 год ежемесячно, %

01. 2020	02. 2020	03. 2020	04. 2020	05. 2020	06. 2020	07. 2020	08. 2020	09. 2020	10. 2020	11. 2020	12. 2020
27,97	28,18	29,94	33,47	44,13	42,95	39,76	35,52	32,40	29,87	28,89	30,05

Данные загрузки хостела в 2020 году графически показаны на рисунке 5.1. График позволяет наглядно увидеть сложившуюся ситуацию и отследить динамику изменения данных.

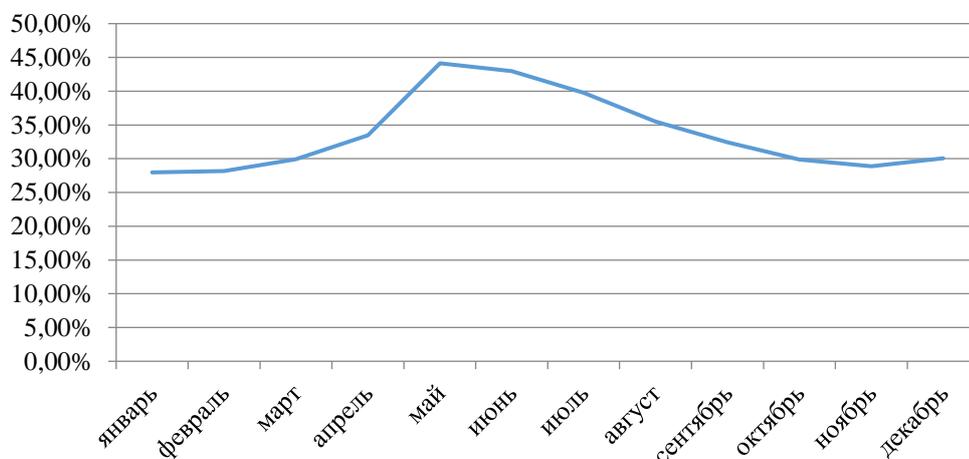


Рис. 5.1. Загруженность хостела «Галерея» в 2020 г., %

Из данных графика следует, что ожидается загруженность хостела не менее 35% гостей в мае и летние месяцы и не менее 27% в зимнее время. Осенью ожидается не менее 28%, а в марте и апреле – не менее 29%. В общем, в 2020 году ожидается загруженность не более 45%.

В основном в Белгородской области развиваются следующие виды туристской деятельности: учебный, научный, познавательный, основанный на природно-географической уникальности Белгородского края экологический туризм, историко-культурный туризм, деловой туризм, связанный с функционированием на территории предприятий железодобывающего производства, агропромышленного комплекса и другие [50]. Также увеличению загрузки могут послужить абитуриенты, поступающие в университеты и еще не получившие жилья.

На основании этого в хостеле ожидается в первый год работы не менее 25% туристов.

Необходимо рассчитать постоянные и переменные затраты предприятия за первое полугодие 2020 года. Полученные расчеты будут представлены в таблице 5.5.

Таблица 5.5

Текущие затраты хостела «Галерея» за январь-июнь 2020 г., руб.

	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
Затраты (постоянные и переменные), руб.	249 080,38	249 550,18	250 141,48	251 680,48	255 074,38	254 904,28
Переменные затраты, руб., в том числе:	12 487,5	12 957,3	13 548,6	15 087,6	18 481,5	18 311,4
Расходные материалы на гостя, руб.	3 510,0	3 699,0	3 969,0	4 442	5 481	5 427
Комиссия за бронирование, руб.	8 977,5	9 258,3	9 579,6	10 646,1	13 000,5	12 884,4
Постоянные затраты, руб., в том числе:	236 592,88	236 592,88	236 592,88	236 592,88	236 592,88	236 592,88
Фонд оплаты труда, руб.	88 353,72	88 353,72	88 353,72	88 353,72	88 353,72	88 353,72
Аренда помещения, руб.	94 721	94 721	94 721	94 721	94 721	94 721
Коммунальные платежи, руб.	16 035	16 035	16 035	16 035	16 035	16 035
Реклама, руб.	8 410	8 410	8 410	8 410	8 410	8 410
Кредит, руб.	29 073,16	29 073,16	29 073,16	29 073,16	29 073,16	29 073,16

Затраты, состоящие из переменных (расходные материалы на гостя и бронирование через сайт Booking.com) и постоянных (оплата труда, аренда, коммунальные услуги, услуги связи, обслуживание программного обеспечения, реклама и кредит) не превысят 256 000 руб.

Выручка и прибыль за первое полугодие 2020 года представлены в таблице 5.6.

Таблица 5.6

Показатели деятельности хостела «Галерея» за январь-июнь 2020 г., руб.

	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
Выручка, руб.	191 750	196 950	202 900	222 650	266 250	264 100
Прибыль, руб.	-57 330,38	-52 600,18	-47 241,48	-29 030,48	11 175,62	9 195,72

Все затраты не превысят 254 000 руб. кроме последнего месяца года, когда будет проводиться активная рекламная кампания, отчего затраты составят 259 068,48 руб.

Согласно ст. 256 НК РФ амортизируемым имуществом признается имущество со сроком полезного использования более 12 месяцев и первоначальной стоимостью более 100 000 рублей [2]. У хостела нет имущества, первоначальная стоимость которого превышает указанную сумму, поэтому в затратах амортизационных отчислений не наблюдается.

Выручка и прибыль за первое полугодие 2020 года представлены в таблице 5.8.

Таблица 5.8

Показатели деятельности хостела «Галерея» за июль-декабрь 2020 г., руб.

	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Выручка, руб.	249 750	230 500	227 700	209 350	205 600	220 150
Прибыль, руб.	-4 095,88	-21 887,88	-24 415,18	-41 423,28	-44 876,28	-38 918,48

Выручка за второе полугодие будет варьироваться от 205 000 руб. до 250 000 руб. с учетом выручки от дополнительных услуг. Всё второе полугодие с загруженностью менее 45% предприятие работает в убыток.

На рисунке 5.2 наглядно представлено соотношение выручки и затрат за весь 2020 год.

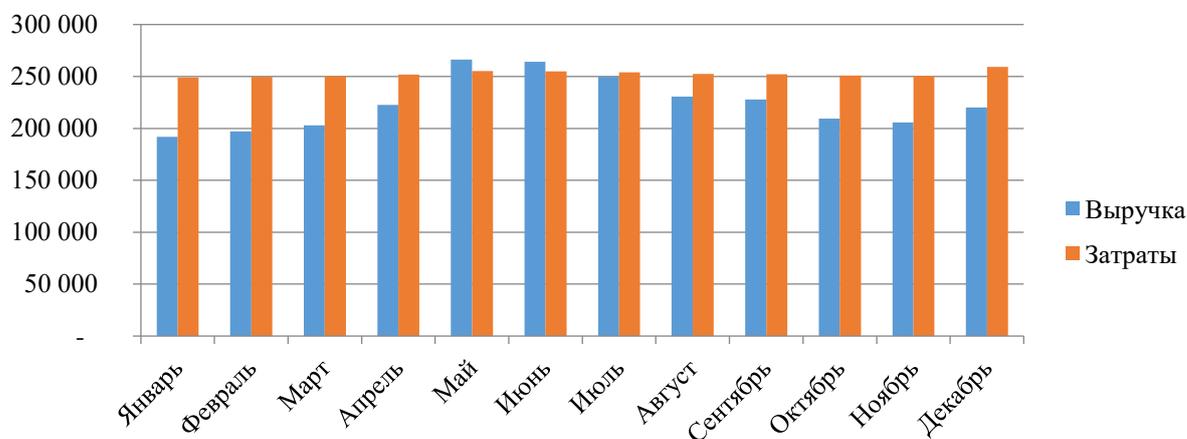


Рис. 5.2. Соотношение затрат к выручке хостела «Галерея» в 2020 г., руб.

Предполагается, что через сайт онлайн-бронирования будут заселяться около 30% гостей в месяц, что предполагает затраты на услуги сайта в среднем 11 000 руб. в месяц.

Необходим расчет себестоимости номеров в хостеле. Данные представлены в таблице 5.9.

Таблица 5.9

Себестоимость номеров хостела «Галерея»

Категория номера	Площадь номера, м ²	Постоянные затраты, руб.	Переменные затраты, руб.	Себестоимость, руб.	Прибыль, %
10-местный мужской	26,64	1140,71	24,95	1165,66	389,63
10-местный женский	30,73	1315,84	24,95	1340,79	338,33
8-местный общий	24,46	1047,36	24,95	1072,31	452,15
4-местный	16,47	705,24	24,95	730,18	472,57
2-местный	8,24	352,83	24,95	377,78	367,79

Данные рассчитаны с учетом того, что заполняемость номеров будет 100%. С загруженностью хостела в 50%, прибыль с 10-местного мужского номера составит 193,02%, 10-местного женского – 167,81%, 8-местного общего – 223,82%, 4-местного – 232,82%, 2-местного – 367,79%.

Стоит определить точку безубыточности в 2020 году, чтобы понять на какую сумму нужно предоставить услуги в месяц, чтобы получить нулевую прибыль [25]. Для того, чтобы высчитать её, необходима формула:

$$MR=TR-VC, (1)$$

где MR – маржинальный доход;

TR – выручка (доходы);

VC – переменные затраты.

Коэффициент маржинального дохода (KMR) определяется маржинальным доходом, поделенным на выручку.

Точка безубыточности высчитывается по формуле:

$$BEP=FC/KMR, (2)$$

где ВЕР – точка безубыточности;

FC – постоянные затраты.

В итоге, точкой безубыточности в 2020 году в каждом месяце будет сумма 254 495,3 руб. Она достигается только в мае и июне.

Далее на 2021 год также будет составлен прогноз загруженности хостела (рисунок 5.3).

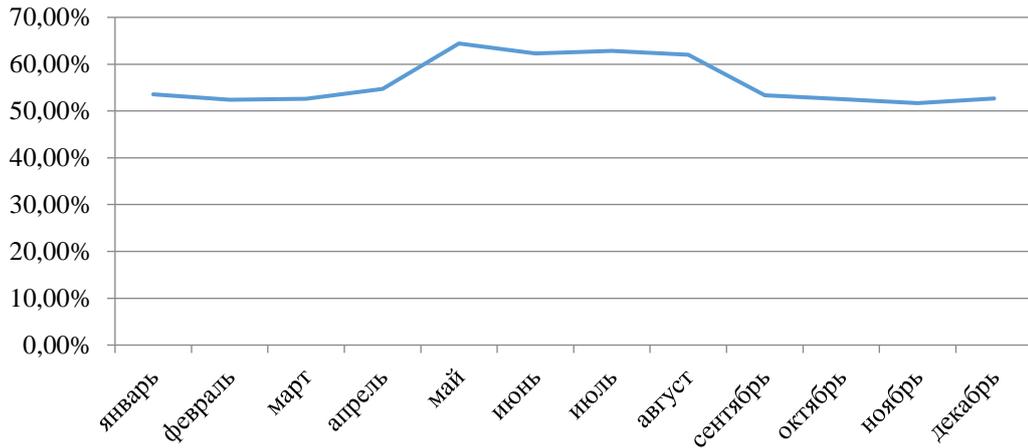


Рис. 5.3. Загруженность хостела «Галерея» в 2021 г., %

Загруженность в 2021 году ожидается не менее 50% на протяжении всего года. С мая по август ожидается загруженность 63-65%. На рисунке 5.4 изображено предполагаемое соотношение затрат к выручке в 2021 году.

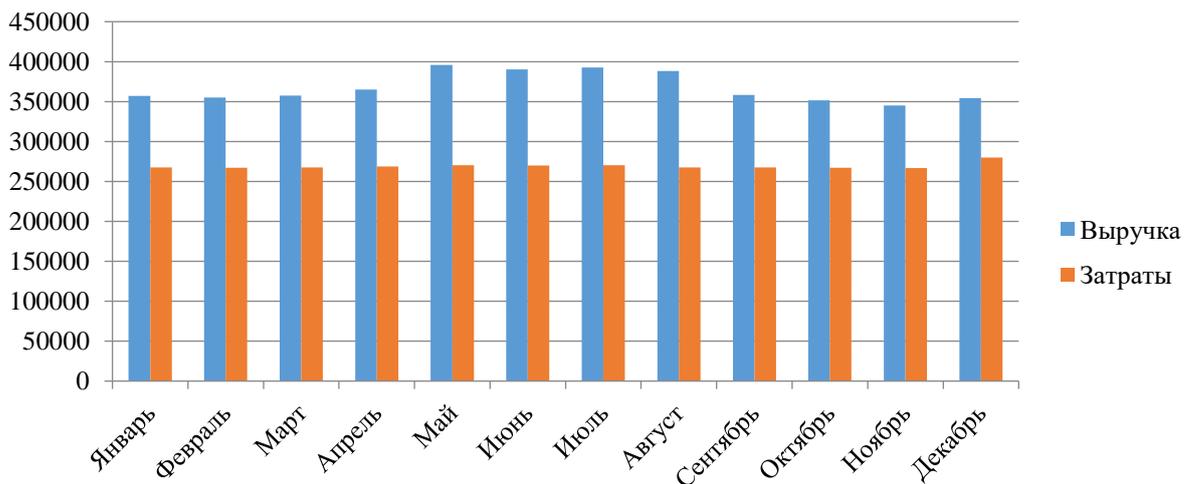


Рис. 5.4. Соотношение затрат к выручке хостела «Галерея» в 2021 г., руб.

Выручка за весь 2021 год будет варьироваться приблизительно от 345 000 руб. до 396 000 руб. с учетом выручки от дополнительных услуг хостела.

Затраты не превысят 271 000 руб., но в декабре из-за организации активной рекламной кампании затраты возрастут до 280 000 руб.

Прибыль все месяцы будет минимум 78 000 руб. и максимально 125 437,92 руб. кроме последнего месяца, где прибыль уменьшилась и составила 74 418,12 руб. вследствие увеличения затрат на рекламу.

Ежемесячные затраты и показатели деятельности хостела в 2021 году отображены в Приложениях 12, 13. Выручка высчитывалась также на основании предполагаемой загруженности.

Точка безубыточности в 2021 году это сумма в 261 902,02 руб., которая достигается на протяжении всего года.

Также далее будет представлена ожидаемая загруженность хостела «Галерея» в 2022 году (рисунок 5.5).

Предполагается, что загруженность будет составлять не менее 70% на протяжении всего года.

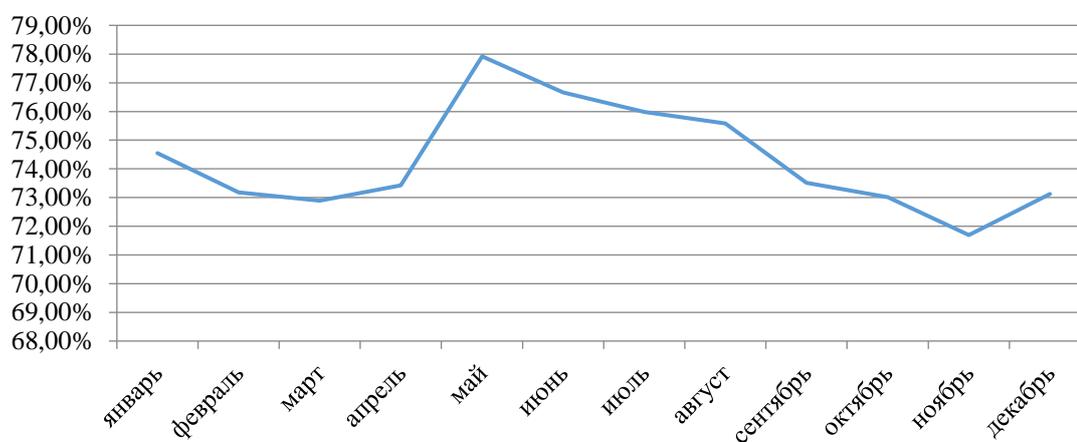


Рис. 5.5. Загруженность хостела «Галерея» в 2022 г., %

Загруженность в 2022 году при хорошей рекламной кампании и развитии туризма в Белгородской области ожидается не менее 75% туристов в пик сезона для хостела (с мая по август), не менее 73% туристов в зимнее время, от 71% – осенью, а около 73% ожидается спрос на услуги хостела «Галерея» в марте и апреле.

Далее так же, как и для двух предыдущих лет будет показано высчитанное соотношение затрат к выручке хостела на основании предполагаемой

загрузки в 2022 году (рисунок 5.6).

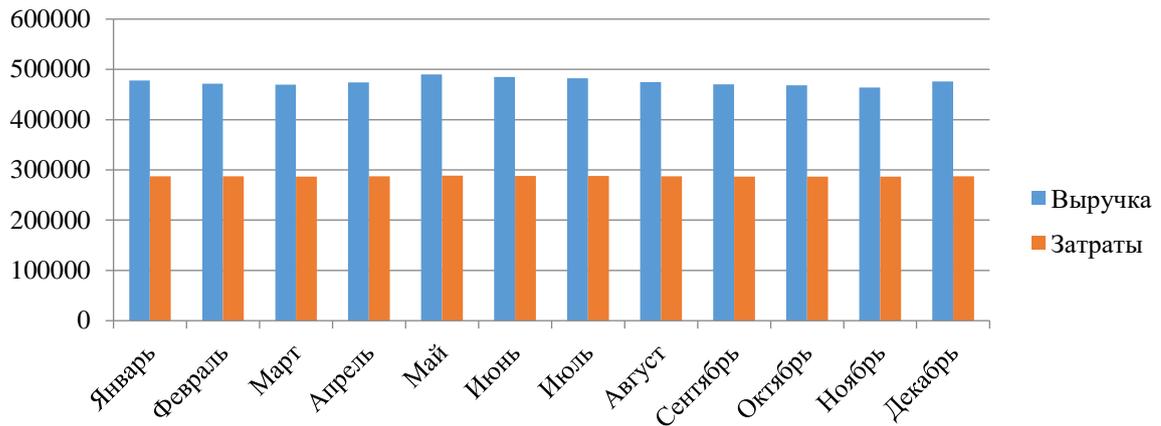


Рис. 5.6. Соотношение затрат к выручке хостела «Галерея» в 2022 г., руб.

На графике видно, что выручка значительно возрастет при такой загрузке на третий год работы хостела. Она составит уже не менее 463 000 руб., а затраты хоть и возрастут из-за изменения рекламной кампании, но останутся в пределах 289 тыс. руб. Прибыль будет варьироваться от 177 000 руб. до 202 000 руб. Ежемесячные затраты и показатели деятельности хостела за 2022 год представлены в Приложениях 14, 15. Выручка высчитывалась на основании предполагаемой загруженности.

Точкой безубыточности в 2022 году является сумма 273 161,64 руб., которую предприятие достигнет на протяжении всего года.

Нужно учитывать налог на прибыль, а также страховые «взносы с превышения», которые приписываются к расходам (рисунок 5.7).

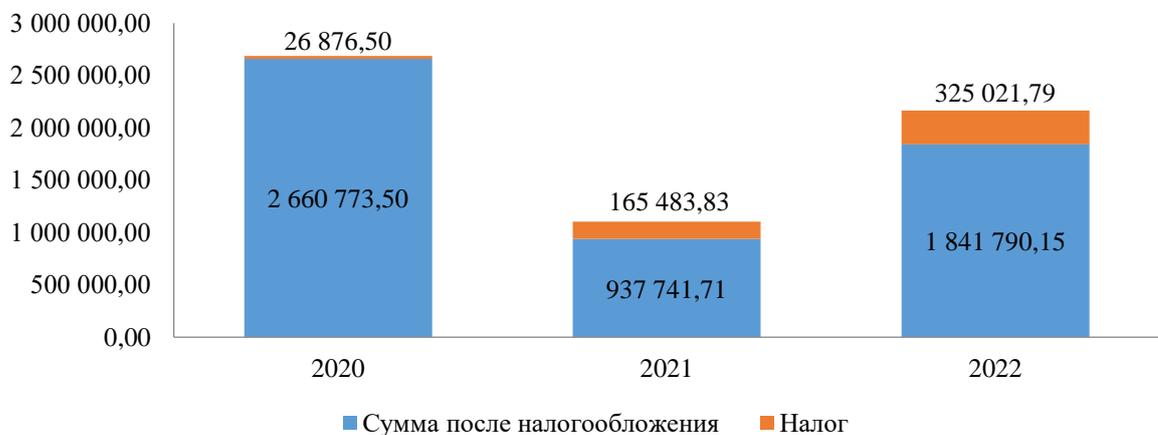


Рис. 5.7. Налог на прибыль с 2020 по 2022 гг., руб.

За 2020 год предприятие получит убыток 341 448 руб., поэтому следует начислить минимальный налог, то есть 1% от всего дохода в 2020 году. За 2021 год чистая прибыль приблизительно составит 1 103 226 руб., налог по УСН «доходы минус расходы» с 15% ставкой составит 165 483,83 руб., прибыль в 2022 году – 2 166 812 руб., налог – 325 021,79 руб.

Следующим шагом является оценка рентабельности продаж. Для расчета все необходимы данные (затраты и чистая прибыль) за 3 прогнозируемых года представлены в таблице 5.10.

Таблица 5.10

Исходные данные для анализа эффективности капитальных вложений

Показатели	Значение показателей по годам		
	2020	2021	2022
Затраты, руб.	3 029 098,16	3 230 030,46	3 447 900,06
Чистая прибыль, руб.	-341 448,16	1 180 569,54	2 257 099,94

Высчитывая рентабельность по формуле: Рентабельность = (Прибыль балансовая / Затраты на реализацию) x 100, то в 2020 году рентабельность примет отрицательное значение -12,7%. Ко второму году ожидается прибыль, поэтому рентабельность продаж составит 26,77%, что уже значительно лучше, так как нормальный коэффициент составляет 15-35%. В 2022 году ожидается рентабельность в 39,56%, что является очень хорошим результатом для предприятия. В итоге, по прогнозным данным, чтобы добиться рентабельности продаж, хостелу понадобится 1 год.

Для оценки эффективности проекта понадобится расчет показателя NPV. Исходные данные для расчета представлены в таблице 5.11.

Таблица 5.11

Исходные данные для анализа эффективности капитальных вложений

Показатели	Значение показателей по годам		
	1	2	3
Выручка от работы предприятия, руб.	2 687 650	4 410 600	5 705 000
Постоянные затраты, руб.	2 846 799,6	2 926 639,56	3 048 394,56
Амортизация, руб.	0	0	0

продолжение табл. 5.11

Показатели	Значение показателей по годам		
	1	2	3
Переменные затраты, руб.	182 298,6	303 390,9	399 505,5
Проектная дисконтная ставка, %	22	22	22
Себестоимость, руб.	3 029 098,2	3 230 030,46	3 447 900,06
Прибыль до налогообложения, руб.	-341 448,2	1 180 569,54	2 257 099,94
Налог на прибыль, руб.	26 876,50	177 085,43	338 564,99
Чистая прибыль, руб.	-368 324,70	1 003 484,11	1 918 534,95
Чистые денежные потоки, руб.	-368 324,70	1 003 484,11	1 918 534,95

NPV – это показатель прибыли, которую получают участники инвестиционного проекта. Математически этот показатель находится путем дисконтирования значений чистого денежного потока (отрицательный он или положительный не имеет значения). Чистый дисконтированный доход может быть найден за любой период времени проекта, начиная с его начала в зависимости от потребности расчета.

Необходимые данные для анализа эффективности инвестиционных вложений с использованием показателя NPV представлены в таблице 5.12.

Таблица 5.12

Исходные данные для анализа эффективности капитальных вложений инвестиционного проекта открытия хостела «Галерея»

год	Начальные инвестиционные затраты и чистые денежные потоки	Дисконтный множитель при ставке равной 22%	Современная стоимость, руб-лей	Современная стоимость нарастающим итогом, рублей
0	-2 200 000	1	-2 200 000	-
1	-368 324,7	0,8197	-301 915,76	-2 501 915,76
2	1 364 592,41	0,6719	916 869,64	614 953,89
3	1 918 534,95	0,5507	1 056 537,2	1 973 406,84

Используя данные таблицы, произведем необходимые расчеты:

$$NPV = (-368\,324,7 / (1+0,22)^1 + 1\,364\,592,41 / (1+0,22)^2 + 1\,918\,534,95 / (1+0,22)^3 + 2\,200\,000) = 3\,871\,463,26 \text{ руб.}$$

Показатель NPV принимает положительное значение, что указывает на

целесообразность дальнейшей реализации проекта.

$PI = NPV / 2\,200\,000 = 0,76$. Каждый вложенный в проект рубль принесет 1,76 руб.

$PP = IC / PV1 = (2\,200\,000 / 1\,056\,537,2) = 2,08$. Проект окупит себя через 2 года.

$PP = 2\,200\,000 / 2\,687\,650 = 0,8$. Простой срок окупаемости равен 9,6 месяцам.

В Приложении 16 рассчитан показатель IRR – ставка процента, при которой приведенная стоимость всех денежных потоков проекта равна нулю.

$$IRR = 0,1613 (16,13\%).$$

Обобщая результаты, проект является достаточно успешным и перспективным, так как простой срок окупаемости равен 9,6 месяцам. Каждый вложенный в проект рубль сможет принести 1,76 руб., а дисконтированный срок окупаемости составляет 2 года, поэтому проект сможет принести прибыль инвесторам.

Заключение

Гостиничный бизнес в России по приведенным статистическим данным активно развивается, что может быть благодаря росту экономических, культурных и деловых связей между регионами, а также развитием туристской отрасли в целом. Бизнес-проект открытия арт-хостела предусматривается созданием хорошего и качественного сервиса, современного комфорта, сочетая при этом возможность приобщения к искусству. В России начинают больше возникать и развиваться тематические средства размещения, так как это, безусловно, привлекает больше внимания, а с популярностью социальных сетей это послужит отличным толчком для продвижения предприятия самими гостями. Кроме хостела «Квартира 31», который является главным конкурентом, в Белгороде арт-хостелов больше нет. Тем самым идея вместо обычного хостела сделать тематический очень привлекательна для города.

Бизнес-план позволяет решать некоторые главные задачи:

- обоснование экономической целесообразности проекта;
- прогноз ожидаемой загруженности хостела и расчет на основе этого финансовых результатов деятельности, в первую очередь объемов продаж, доходов и прибыли, в первые 3 года работы;
- подбор работников (персонала), способных реализовать намеченный план.

В выпускной квалификационной работе была выбрана организационно-правовая форма для хостела «Галерея» как индивидуального предпринимателя, при которой действует простая регистрация без уставного капитала, можно самому определиться с системой налогообложения. Также найдена нежилая площадь недалеко от центра города для реализации данного проекта, что является уже преимуществом для нового хостела.

Исследуя рынок гостиничных услуг, была выявлена тенденция увеличения объема предоставляемых туристских услуг, увеличения числа работников, занятых в сфере гостиничных услуг. Эта тенденция наблюдалась, как

в России, так и в Белгородской области, что является хорошим стимулом для осуществления идеи тематического хостела. Среди жителей Белгородской области также присутствуют безработные люди, поэтому открытие нового хостела послужит увеличением количества рабочих мест в городе. Также есть вероятность улучшения имиджа предприятия, его узнаваемости и востребованности, что может привести к потребности в сотрудниках либо к расширению, открытию подобных хостелов в других регионах.

Для реализации проекта необходимо будет полноценное оснащение хостела, для чего понадобится кредит в 2 200 000 руб. Каждый месяц на протяжении 10 лет будет выплачиваться определенная фиксированная сумма. Но, естественно, если будут возможности, то кредит будет выплачиваться в месяц больше положенной суммы, тем самым сократив срок выплат. На предприятии будут работать всего 6 человек. Они необходимы для приема и размещения гостей, урегулирования бытовых вопросов, уборки номерного фонда и общественных помещений, поддержании работоспособности бытовых предметов и в случае чего устранении неполадок, проверке пожарной безопасности помещения, расчета выручки, расходов и прибыли, выплат по кредиту, контроля за финансовым состоянием хостеле. У каждого сотрудника свои обязанности.

Составляя маркетинговый план, большой упор и высокие ожидания направлены на сайт онлайн-бронирования и отзывы гостей. Как выяснилось, отзывы могут увеличить продажи и, скорее всего, что-то приобретут, когда есть отзывы и рекомендации, то есть отзывам доверяют больше, чем описанию предприятия о самом себе. До открытия хостела проведется рекламная кампания, чтобы о нем узнали и бронировали уже места, и также в первый год будет продвигаться хостел в различных социальных сетях и с помощью листовок. Всегда в последний месяц года будет проводиться усиленная рекламная кампания для привлечения туристов в следующем году. Реклама составляет постоянные затраты, потому что затраты на рекламу это только причина увеличивающейся загруженности, а не следствие. То есть будет из-

вестно наперед, какую сумму в среднем нужно потратить в каждом месяце.

Благодаря составлению финансового плана выяснилось, сколько понадобится средств на реализацию проекта. В работе был предложен прогноз на 3 года работы хостела, насколько примерно он будет загружен в процентах каждый месяц на основании предположений и загруженности хостелов в Белгороде. Проанализированы финансовые результаты и наглядно изображено соотношение выручки к затратам за все три периода. В первый год реализации проекта, хостел получит прибыль в 137 882 руб., и рентабельность в этот год составит всего 4,38%. В следующий второй год работы прибыль составит уже 1 288 687 руб. благодаря усиленной рекламной кампании в других регионах страны, а также за ее пределами, так как Белгород является транзитной точкой, а также благодаря работе сайта бронирования. Рентабельность ко второму году функционирования предприятия достигнет 35,96%, что уже является оптимальным для дальнейшей деятельности. В третий год работы хостела прибыль может составить 1 887 667 руб., а рентабельность достигнет значения в 49,45%, и это, несомненно, будет наилучшим результатом за три года с момента открытия. Но также не стоит забывать, что все значения являются предположительными, то есть могут либо увеличиваться, либо уменьшаться, что вполне приемлемо. В таких случаях просто стоит искать пути решения возникших трудностей с загруженностью.

Целями создания хостела являются: получение прибыли от оказания услуг, а также удовлетворение потребности населения в гостиничных услугах.

Тем самым, можно сделать вывод, что с целями данный бизнес-проект открытия арт-хостела может справиться благодаря решению следующих задач:

- определены направления деятельности предприятия и новизна проекта для города или региона в целом;
- выявлены перспективы развития хостела в городе Белгород, прове-

ден сравнительный анализ основных конкурентов, определены ожидаемые возможности и угрозы предприятия;

- разработаны организационный и производственный план для дальнейшей деятельности предприятия;

- составлен подробный маркетинговый план на 3 года;

- составлен подробный финансовый план, рассчитаны необходимые средства для начала деятельности предприятия, а также ежемесячные затраты.

В проекте было приведено множество доводов о том, что у хостела «Галерея» высокий потенциал стать одним из наиболее привлекательных мест для семейного и индивидуального отдыха.

Как показали экономические расчеты, проект рентабелен, срок окупаемости проекта не превысит одного года. Так как основные показатели коммерческой эффективности соответствуют условиям эффективности, то проект следует принять к реализации.

Список использованных источников

1. Российская Федерация. Государственная Дума. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая и третья: по состоянию на 1 февр. 2005 г : офиц. текст / М-во юстиции Рос. Федерации. М.: Юрайт, 2005. 480 с. (Правовая б-ка).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 27.11.2018) // Собрание законодательства РФ, N 31, 03.08.1998, ст. 3824.
3. О защите прав потребителей: федер. закон Рос. Федерации от 07 февраля 1992 года № 2300-1 (в редакции Федерального закона от 9 января 1996 года N 2-ФЗ); с изменениями на 18 марта 2019 года
4. О миграционном учете иностранных граждан и лиц без гражданства в Российской Федерации: федер. закон Рос. Федерации от 18.07.2006 N 109-ФЗ: принят Гос. Думой 30 июня 2006 года; одобрен Советом Федерации 7 июля 2006 года
5. «ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2). Общероссийский классификатор видов экономической деятельности» (утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014)
6. ГОСТ Р 51185-2008. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования. Введ. 2009-07-01. М.: Стандартинформ, 2009. 37 с.
7. ГОСТ Р 56184-2014 Услуги средств размещения. Общие требования к хостелам. Введ. 2015-01-01. М.: Стандартинформ, 2014. 108 с.
8. Санитарные нормы СН 2.2.4/2.1.8.562-96 «Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки» (утв. постановлением Госкомсанэпиднадзора РФ от 31 октября 1996 г. N 36)
9. СанПиН 2.1.4.1074-01 «Питьевая вода. Гигиенические требования к качеству воды централизованных систем питьевого водоснабжения. Контроль качества. Гигиенические требования к обеспечению безопасности систем горячего водоснабжения» от 26.09.2001 N 24

10. Постановление об утверждении СП 3.5.3.3223-14 «Санитарно-эпидемиологические требования к организации и проведению дератизационных мероприятий» от 22.09.2014 N 58
11. Анкета дома «г. Белгород, ул. Победы, 118» [Электронный ресурс]. URL: <http://dom.mingkh.ru/belgorodskaya-oblast/belgorod/485525>
12. Виллан Р. 8 способов, как маркетинг хостела отличается от маркетинга отеля [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cloudbeds.com/articles/8-ways-hostel-marketing-should-differ-from-hotel-marketing/>
13. Гайдукевич Л.М. Хостелы в системе организации гостиничного бизнеса [Электронный ресурс]: место и роль хостелов в гостиничном бизнесе. URL: http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/108663/1/gaydukevich_Trudy_2014.pdf
14. «Greenmebel» – экомобель из массива для квартир, хостелов и общежитий [Электронный ресурс]: официальный сайт. URL: <https://mbgreen.ru>
15. Зачем нужен маркетинговый план [Электронный ресурс]. URL: <https://www.business.gov.au/planning/marketing-plans/why-do-i-need-a-marketing-plan>
16. Изготовление визитных карточек [Электронный ресурс]. URL: <https://bel-print.ru/zakazat-vizitki.html>
17. Изготовление листовок и флаеров в Белгороде [Электронный ресурс]. URL: <http://opt-poligraf.ru/belgorod/listovki/izgotovlenie/>
18. Изготовление режимной информационной таблички [Электронный ресурс]. URL: <https://zametno.su/catalog/detail/4514/>
19. Изготовление световых букв [Электронный ресурс]. URL: <https://zametno.su/catalog/detail/3678/>
20. Изготовление штендера [Электронный ресурс]. URL: https://www.avito.ru/belgorod/predlozheniya_uslug/shtendery_melovye_shtendery_1366774603 Avito.ru

21. Интернет-магазин сантехники в Белгороде [Электронный ресурс]. URL: <https://belgorod-san.ru>
22. Как создать сайт для хостела [Электронный ресурс]. URL: <http://tilda.education/hostel-research>
23. Какие страховые взносы и налоги должен платить ИП [Электронный ресурс]. URL: <https://www.regberry.ru/nalogooblozhenie/nalogi-ip>
24. Международный сайт онлайн-бронирования Booking.com [Электронный ресурс]. URL: https://www.booking.com/index.ru.html?label=gen173nr-1DCAEoggI46AdIM1gEaMIBiAEBmAehuAEXyAEM2AED6AEBiAIBqAIDuALLHn5XkBcACAQ;sid=e0fa119de96fe9d8dab032a0d75a2cd8;keep_landing=1&sb_price_type=total&
25. Кумаран С. Важность финансового планирования для организаций [Электронный ресурс]. URL: <https://www.invensis.net/blog/finance-and-accounting/importance-of-financial-planning-for-organizations/>
26. Левченко Т.П., Федоров Р.Г. Хостелы как перспективная форма развития малых средств размещения эконом-класса / Известия Сочинского государственного университета. Сочи, 2013. URL: http://vestnik.sutr.ru/journals_n/1368299872.pdf
27. Мильнер. А. Знания и документы: что нужно для открытия хостела ИП [Электронный ресурс]. URL: <https://alterainvest.ru/rus/blogi/vse-o-dokumentakh-otkrytiya-dlya-khostela/>
28. Огнетушители в Белгороде [Электронный ресурс]. URL: <https://belgorod.vseinstrumenti.ru/bezopasnost/oborudovanie/pozharnoe/ognetushiteli/poroshkovye/>
29. ООО «ТК «Экотранс» [Электронный ресурс]: официальный сайт. URL: <http://ekotrans.su>
30. Платформа для создания сайтов «Tilda.com» [Электронный ресурс]: официальный сайт. URL: <https://tilda.cc/ru/>
31. Платформа для создания сайтов «Wix.com» [Электронный ресурс]: официальный сайт. URL: <https://ru.wix.com/>

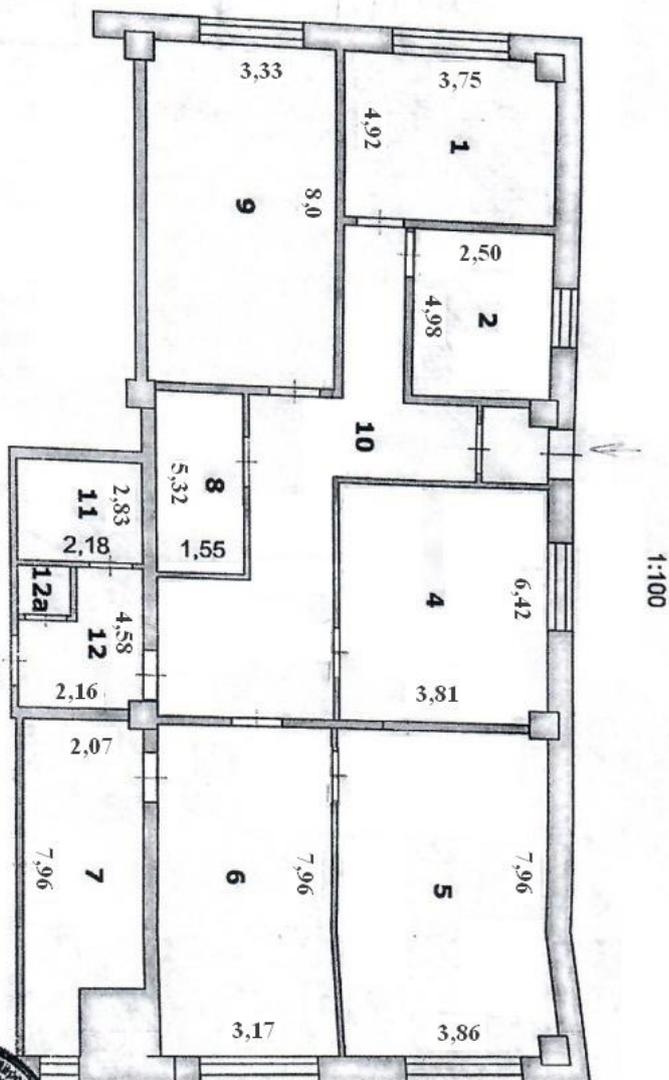
32. «Порядок» – магазин товаров для дома и дачи [Электронный ресурс]: официальный сайт. URL: <https://porjadok.ru>
33. Просто и честно об инвестициях в инфраструктуру и государственно-частном партнерстве в России: аналитический обзор. М.: Росинфо, 2019. 36 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://pppcenter.ru/assets/docs/reit240419.pdf>
34. Регистрация домена для сайта [Электронный ресурс]: официальный сайт. URL: <https://www.reg.ru/domain/new/>
35. Свиланович Е. Лучший маркетинг для хостелов [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hostelskills.com/skills/best-marketing-hostels-7-easy-steps-consider/>
36. Сухрадж Р. 7 обязательных стратегий маркетинга из уст в уста [инфографика] [Электронный ресурс]. URL: <https://www.impactbnd.com/blog/word-of-mouth-marketing-strategies-infographic>
37. Таблица месячной и годовой инфляции в России [Электронный ресурс]. URL: http://уровень-инфляции.рф/таблица_инфляции.aspx
38. Тарифы на водоснабжение и водоотведение в Белгородской области [Электронный ресурс]. URL: <https://www.quadra.ru>
39. Тарифы на интернет и телефонную связь «Ростелеком» [Электронный ресурс]. URL: <https://belgorod.rt.ru>
40. Тарифы на отопление в Белгородской области [Электронный ресурс]. URL: <http://oskolrac.ru/pub/gkh/tarifi/tarifi-2019-01-01.html>
41. Тарифы на теплоэнергию в Белгородской области [Электронный ресурс]. URL: <http://time2save.ru/articles/tarify-na-elektroenergiyu-dlya-melkih-predpriyatij-v-2018>
42. Тарифы на электричество в Белгородской области [Электронный ресурс]. URL: <https://energovopros.ru/spravochnik/elektrosnabzhenie/tarify-na-elektroenergiju/3015/35375/>

43. Товары и услуги в Белгороде [Электронный ресурс]. URL: <https://belgorod.tiu.ru>
44. «Термомир» – магазин сантехники в Белгороде [Электронный ресурс]: официальный сайт. URL: <https://www.termomir31.ru>
45. Условия кредита в ВТБ [Электронный ресурс]. URL: <https://usloviyakredita.ru/kalkulyator-kredita/>
46. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: официальный сайт. URL: <http://www.gks.ru>
47. Хостел «Квартира 31» [Электронный ресурс]: официальный сайт. URL: <https://kvartira31.com>
48. Хостел «Hostel Apart Express» [Электронный ресурс]: официальный сайт. URL: <http://apartexpress.>
49. Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru>
50. Штанько Е.С. Концепция развития туризма в Белгородской области / Научные ведомости. Белгород, 2016. URL: http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/17445/1/Shtanko_Kontseptsiya_16.pdf
51. «Эльдорадо» – магазин электроники, цифровой и бытовой техники [Электронный ресурс]: официальный сайт. URL: <https://www.eldorado.ru>

Приложения

План квартиры для хостела «Галерея»

II. ПЛАН. ВСТРОЕННОЕ НЕЖИЛОЕ ПОМЕЩЕНИЕ
(Выкопировка из поэтажного плана)
1 этаж, 1 уровень



Техник Алексей
Проверил инженер-бригадир Брылин
Дата обследования 17 июня 2010



Анализ конкурентов хостела «Галерея»

Критерии конкурентоспособности	«Галерея»	«FullHouse Hostel»	«Квартира 31»	«Hostel Apart Express»
Месторасположение	Ул. Победы, 118 (1 км до центра)	Народный бульвар (1,1 км до центра)	Рядом с НИУ «БелГУ» (2,2 км до центра)	Район железнодорожного вокзала (1,4 км до центра)
Основные услуги	<ul style="list-style-type: none"> - общая кухня и холл; - уличная парковка; - ежедневная уборка номеров; - детская площадка на улице; - семейные номера; - бесплатный Wi-Fi; - запирающиеся шкафчики; - продуктовый магазин на территории; - утренняя побудка (по желанию); - трансфер от/до аэропорта; - проектор (в холле); - наушники с аудио- и видеофайлами о художниках и картинах. 	<ul style="list-style-type: none"> - общая гостиная с телевизором; - частная парковка поблизости (возможна по цене 100 руб. за день); - круглосуточная стойка регистрации; - бесплатный Wi-Fi; - экскурсионное бюро; - услуги консьержа; - кондиционер. 	<ul style="list-style-type: none"> - мини-маркет на территории; - общая гостиная с телевизором; - кондиционер; - прокат автомобилей; - церковь/храм; - звукоизоляция номера; - люкс для новобрачных; - семейные номера; - парикмахерская/салон красоты; - круглосуточная стойка регистрации; - детская площадка на улице; - бесплатный Wi-Fi. 	<ul style="list-style-type: none"> - кондиционер; - гипоаллергенный номер; - семейные номера; - ежедневная уборка номера; - общая гостиная с телевизором; - запирающиеся шкафчики; - хранение багажа; - круглосуточная стойка регистрации; - уличная парковка; - бесплатный Wi-Fi.
Дополнительные услуги	<ul style="list-style-type: none"> - платный трансфер от/ до ж/д вокзала; - прачечная; - набор для душа; - пользование проектором. 	<ul style="list-style-type: none"> - сувенирный магазин; - платный трансфер от/до аэропорта; - хранение багажа. 	<ul style="list-style-type: none"> - сувенирный магазин; - билеты на шоу и мероприятия; - боулинг (за территорией); - прокат велосипедов. 	<ul style="list-style-type: none"> - трансфер от/ до железнодорожного вокзала.

Критерии конкурентоспособности	«Галерея»	«FullHouse Hostel»	«Квартира 31»	«Hostel Apart Express»
			- бутылка воды; - хранение багажа; - факс/ ксерокопирование; - торговый автомат (напитки); - бассейн и оздоровительные услуги.	
Цены	450-1350 руб.	450-1100 руб.	550-1800 руб.	600-1850 руб.
Вместимость	34 человека	18 человек	37 человек	20 человек

Должностные обязанности персонала хостела «Галерея»

1. Обязанности администратора:

- прием гостей и обеспечение им комфортного проживания;
- оформление документов заселяющихся постояльцев, необходимых для их пребывания в гостинице;
- мониторинг сайта, через который происходит бронирование номеров;
- надзор за подготовкой номеров к прибытию постояльцев, чистотой, обновлением бельевых комплектов и надлежащей работой оборудования;
- информирование гостей о предлагаемых хостелом услуг, местных достопримечательностях и возможной досуговой деятельности в городе;
- наблюдение за дисциплинированностью сотрудников, исполнением ими норм безопасности и санитарно-гигиенических норм;
- сглаживание конфликтных ситуаций с гостями;
- передача сведений руководителю об отрицательных моментах деятельности хостела, а также принятие самостоятельных решений по их устранению.

2. Должностные обязанности бухгалтера:

- ведение бухгалтерского учета имущества, обязательств, учет основных средств, затрат на производство, результатов хозяйственно-финансовой деятельности, расчеты с поставщиками и заказчиками, за предоставленные услуги и т.п.);
- подготовка и реализация деятельности по соблюдению финансовой дисциплины и рационального использования имеющихся и предполагаемых ресурсов;
- прием и контроль первичной документации по соответствующим участкам бухгалтерского учета и подготовка их к счетной обработке;
- отражение операций на счетах бухгалтерского учета касательно дви-

жения основных средств, товарно-материальных ценностей и денежных средств;

– калькуляция себестоимости продукции турфирмы, обнаружение оснований расходов и убытков, прогнозирование и принятие решений во избежание данных ситуаций.

– работа с налогами, их перечисление в необходимые фонды, руководство по начислению заработной платы рабочим и служащим, производство других выплат и платежей, а также выделение средств на материальное стимулирование работников предприятия.

3. Должностные обязанности уборщицы:

– реализация уборки закрепленных за ней помещений, коридоров, лестниц, а также поддержание этих территорий в чистоте в течение всего рабочего дня;

– сбор и транспортировка мусора и отходов в определенно установленное место;

– расстановка мусорных урн, их очищение и дезинфицирование;

– очищение, влажная уборка и обеззараживание мест общего пользования;

– приготовление моющих и дезинфицирующих растворов;

– следование правилам санитарии и гигиены в убираемых помещениях;

– осуществление соответствующих видов уборки: легкой, ежедневной, уборки со сменой белья в течение дней проживания гостя, а также генеральной уборки раз в 10 дней.

4. Обязанности мастера по ремонту:

– обеспечение качественного ремонта имеющегося оборудования;

– контроль состояния и правильного использования оборудования и приспособлений;

- составление заявок на недостающие запасные части, материалы, инструменты, контроль их рационального расходования;
- осуществление тестовых проверок с целью своевременного обнаружения недочетов;
- расследование причин аварий, повышенного износа оборудования, принятие мер по их предупреждению.

Затраты на оснащение кухни хостела «Галерея»

Наименование товара	Количество, шт.	Стоимость, руб.
Кофеварка VITEK VT 1506 BK	1	1 599
Микроволновая печь Galanz MOG-2001M	1	3 999
Электрическая плита De Luxe 5004.14э Белая	2	16 998
Вытяжка Hansa OKP5211ZWH	1	4 799
Холодильник Indesit DS 4180 S B	1	20 999
Чайник Scarlett SC-EK21S63	1	1 199
Тостер Home Element HE-TS500 Black Pearl	1	1 199
Кулер для воды HotFrost V118E (120211802)	1	6 499
Мусорный контейнер, 25 л, с подвес- ной крышкой Idea ХАПС М 2472 мра- мор	1	499
KONNER Смеситель ELEMENT QUARZ ELQ2220	1	717
Набор столовых приборов Endeaver Hamilton-001	4	6 396
Кастрюля	6	4 709
Сковорода	4	2 056
Сервиз столовый из керамики, Ламберт Daniks	30	7 860
Кружка	15	910
Кухонные принадлежности	25	6 605
Кухонный гарнитур	1	12 000
Стол	8	12 800
Стул	32	41 920
Огнетушитель МИГ ОП-10(з) АВСЕ	1	2 221
Пожарный шкаф Престиж 05-НОК	1	2 017
Итого	138	158 001

Затраты на оснащение номеров хостела «Галерея»

Наименование товара	Количество, шт.	Стоимость, руб.
Двухъярусная кровать с каркасом для штор 90х200	14	86 688
Деревянная односпальная кровать 90х200	4	12 484
Двуспальная кровать Кантри 160х200	1	4 190
Матрас холкон струтопласт 90х200	32	95 872
Матрас холкон струтопласт 160х200	1	4 649
Наматрасник (стеганный трикотаж) 90х200	32	44 480
Наматрасник (стеганный трикотаж) 160х200/190	1	1 990
Подушка пух-перо 50х70	34	15 300
Одеяло бамбуковое	33	37 950
Комплект постельного белья ГОСТ 150х200	42	31 500
Комплект постельного белья ГОСТ двуспальное	3	3 465
Вешалка Аникс	5	37 450
Тумба прикроватная ЛДПС высокая с полкой 400х400х580	20	33 000
Стул офисный Т4	5	7 450
Мусорный контейнер, 8 л, с педалью Полимербыт 427	5	995
Шкаф локер ШР-14 L300	5	27 450
Занавеска «Вита (венге)»	4	4 600
Замки и ключи	5	2 750
Наушники Koss KPH7 Black	6	2 934
MP3-плеер Ritmix RF-1010 Blue	5	1 950
Итого	257	457 147

Затраты на оснащение душевых и туалетных комнат хостела «Галерея»

Наименование товара	Количество, шт.	Стоимость, руб.
Сантехническая перегородка в душевую	5	15 000
KONNER Смеситель SOLO SOL1400	7	10 108
Душевой трап AlcaPlast APV32	7	5 383
Studiantex DLH0302 Планка крючками 3 шт DRIVE	3	687
BXG Дозатор для жидкого мыла BXG SD H1-500	7	3 999
Мусорный контейнер, 5 л, Полимербыт 427	8	1 592
Milardo Полка угловая 105WC00M44	7	1 965
Водонагреватель Timberk Primalux WHEL-3 OSC кран и душ	5	13 150
Сантехническая перегородка для унитазов	4	12 000
Воротынк Унитаз-компакт ВЕСТ с сидением	6	18 360
Сиденье для унитаза Мультипласт	6	1 470
Studiantex LPH0100 Держатель для туалетной бумаги LINE	6	925
Studiantex LTB0100 Ерш LINE	6	4 056
Воротынк Умывальник ВОРОТЫНСКИЙ с отверстием под смеситель	5	4 960
DECOROOM Смеситель одноручный для умывальника монолитный, хром	5	5 015
Soler & Palau Вентилятор Décor 100 C	2	2 680
Зеркало Evoform Attractive BY 0501 40x50 см с полочкой	5	5 245
Wasser Kraft Держатель фена К-1080	2	4 374
Фен Rowenta CV5712F0 Motion Dry Elite	2	3 998
BXG Электросушилка для рук BXG-200	2	6 142
Итого	100	121 109

Затраты на оснащение прачечной хостела «Галерея»

Наименование товара	Количество, шт.	Стоимость, руб.
Стиральная машина Midea MV-WMF610E	3	44 997
Сушилка для белья Eurogold 0503SE	4	11 992
Утюг Supra IS-2402 Purle	2	1 998
Гладильная доска Eurogold 21842U/22842U	2	7 998
Сантек БРИЗ Умывальник отверстие слева	2	1 818
DECOROOM Смеситель одноручный для умывальника монолитный, хром	2	2 006
Таз пластиковый, Полимербыт	2	358
Шкаф металлический ПР-18 L300	2	16 980
Полотенце банное, 35x70 см, Вышневолоцкий текстиль, 350 г/кв.м, коричневое Жаккардовый бордюор 1ДСЖ1/1ДСК1-3570.ххх.350 Россия	34	3 196
Средства и инвентарь для уборки	46	9 487
Набор для душа	50	5 200
Итого	149	106 030

Оснащение холла и рецепции хостела «Галерея»

Название товара	Количество, шт.	Стоимость, руб.
Ресепшиш Дакостас	1	5 490
Кресло Зенит Ультра (К/Ст.) (протон)	1	5 561
Ящик для ключей металлический	1	1 300
Телефон проводной Panasonic KX-TS2352	1	1 061
Кресло-мешок Диван	2	8 980
Экран для проектора Cactus Wallscreen CS-PSW-187x332	1	7 599
Проектор Optoma DS347 (95.71P01GC1E)	1	20 999
Зеркало 93 (ак-он)	1	1 688
Подставка под цветы В-4 МДФ МАРИ-БЕЛЬ	1	2 193
Wi-Fi роутер Mercusys AC12G	1	2 499
Ноутбук Irbis NB138	1	14 990
Ноутбук Irbis NB110 White (Intel Atom x5-Z8350 1.44GHz/11.6"/1920x1080/2GB/32GB/Intel HD Graphics/DVD нет/Wi-Fi/Bluetooth/Win 10)	1	9 990
Мышь Microsoft Wireless Mobile Mouse 1850 (U7Z-00004)	1	799
Принтер HP LaserJet Pro M15a	1	6 990
Кассовый аппарат Меркурий 185Ф	1	5 790
Канцелярские принадлежности + мед. Аптечка	21	2 596
Огнетушитель МИГ ОП-10(з) АВСЕ	1	2 221
Пожарный шкаф Престиж 05-НОК	1	2 017
Итого	39	102 763

Техническая оснащённость хостела «Галерея»

Наименование товара	Количество, шт.	Стоимость, руб.
Светильник на кровать	28	14 000
Led Армстронг Exmark Люкс Призма 220В	21	35 175
СОНЕКС 1228/s sn14 082 никель/белый бра e14 60w 220v marea	6	4 230
Светильник для влажных помещений piano mini ip40* белый (011270)	3	1 965
Выключатель скрытой установки одноклавишный Ledard 6078617 белый	12	1 308
Сетевой фильтр ЭРА SF-6es-4m-W	5	4 995
Система видеонаблюдения Ginzzu НК-425D	1	7 299
Розетка скрытой установки двухместная Ledard Евро белая	45	6 854
Розетка скрытой установки одноместная Ledard Евро белая	10	990
Итого	131	76 816

Загруженность номеров хостела «Галерея»
за январь-июнь 2020 г., чел.

Категория номера	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
10-местный женский	32	48	50	60	67	67
10-местный мужской	69	70	79	90	112	110
8-местный общий	102	103	110	113	128	131
4-местный	32	30	31	41	60	58
2-местный	25	23	24	25	39	36
Всего	260	274	294	329	406	402

Загруженность номеров хостела «Галерея»

за январь-июнь 2020 г., чел.

Категория номера	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
10-местный женский	66	63	58	52	46	48
10-местный мужской	109	105	118	111	113	114
8-местный общий	127	120	119	110	109	111
4-местный	45	31	21	19	19	22
2-местный	34	31	25	23	21	22
Всего	381	350	341	315	308	317

Ежемесячные затраты и показатели деятельности хостела «Галерея»
за первое полугодие 2021 года

	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
Выручка, руб.	357 150	354 900	357 550	365 150	395 800	390 200
Затраты (постоянные и переменные), руб.	267 505,48	267 262,48	267 689,08	268 828,48	270 362,08	270 086,68
Переменные затраты, руб., в том числе:	24 672,6	24 429,6	24 856,2	25 995,6	27 529,2	27 253,8
Расходные материалы на гостя, руб.	7 546,5	7 425	7 708,5	8 437,5	8 316	8 343
Комиссия за бронирование, руб.	17 126,1	17 004,6	17 147,7	17 558,1	19 213,2	18 910,8
Постоянные затраты, руб., в том числе:	242 832,88	242 832,88	242 832,88	242 832,88	242 832,88	242 832,88
Фонд оплаты труда, руб.	88 353,72	88 353,72	88 353,72	88 353,72	88 353,72	88 353,72
Аренда помещения, руб.	94 721	94 721	94 721	94 721	94 721	94 721
Коммунальные платежи, руб.	16 035	16 035	16 035	16 035	16 035	16 035
Реклама, руб.	14 650	14 650	14 650	14 650	14 650	14 650
Кредит, руб.	29 073,16	29 073,16	29 073,16	29 073,16	29 073,16	29 073,16
Прибыль, руб.	89 644,52	87 637,52	89 860,92	96 321,52	125 437,92	120 113,32

Ежемесячные затраты и показатели деятельности хостела «Галерея»
за второе полугодие 2021 года

	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Выручка, руб.	392 700	388 150	358 150	351 600	345 000	354 250
Затраты (постоянные и переменные), руб.	270 140,68	267 478,48	267 343,48	266 989,78	266 511,88	279 831,88
Переменные затраты, руб., в том числе:	27 307,8	24 645,6	24 510,6	24 156,9	23 679	24 354
Расходные материалы на гостя, руб.	8 262	7 465,5	7 330,5	7 330,5	7 209,0	7 384,5
Комиссия за бронирование, руб.	19 045,8	17 180,1	17 180,1	16 826,4	16 470,0	16 969,5
Постоянные затраты, руб., в том числе:	242 832,88	242 832,88	242 832,88	242 832,88	242 832,88	255 477,88
Фонд оплаты труда, руб.	88 353,72	88 353,72	88 353,72	88 353,72	88 353,72	88 353,72
Аренда помещения, руб.	94 721	94 721	94 721	94 721	94 721	94 721
Коммунальные платежи, руб.	16 035	16 035	16 035	16 035	16 035	16 035
Реклама, руб.	14 650	14 650	14 650	14 650	14 650	27 295
Кредит, руб.	29 073,16	29 073,16	29 073,16	29 073,16	29 073,16	29 073,16
Прибыль, руб.	122 559,32	120 671,52	90 806,52	84 610,22	78 488,12	74 418,12

Ежемесячные затраты и показатели деятельности хостела «Галерея»
за первое полугодие 2022 года

	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
Выручка, руб.	478 100	471 850	469 750	474 300	490 250	485 100
Затраты (постоянные и переменные), руб.	287 545,28	287 059,28	286 891,88	287 205,08	288 498,38	288 112,28
Переменные затраты, руб., в том числе:	33 512,40	33 026,40	32 859,00	33 172,2	34 465,5	34 079,4
Расходные материалы на гостя, руб.	10 395	10 246,5	10 192,5	10 260	10 692	10 584
Комиссия за бронирование, руб.	23 117,4	22 779,9	22 666,5	22 912,2	23 773,5	23 495,4
Постоянные затраты, руб., в том числе:	254 032,88	254 032,88	254 032,88	254 032,88	254 032,88	254 032,88
Фонд оплаты труда, руб.	88 353,72	88 353,72	88 353,72	88 353,72	88 353,72	88 353,72
Аренда помещения, руб.	94 721	94 721	94 721	94 721	94 721	94 721
Коммунальные платежи, руб.	16 035	16 035	16 035	16 035	16 035	16 035
Реклама, руб.	25 850	25 850	25 850	25 850	25 850	25 850
Кредит, руб.	29 073,16	29 073,16	29 073,16	29 073,16	29 073,16	29 073,16
Прибыль, руб.	190 554,72	184 790,72	182 858,12	187 094,92	201 751,62	196 987,72

Ежемесячные затраты и показатели деятельности хостела «Галерея»
за второе полугодие 2022 года

	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Выручка, руб.	482 550	474 950	470 400	468 200	463 600	475 950
Затраты (постоянные и переменные), руб.	287 893,58	287 375,18	286 913,48	286 754,18	286 370,78	287 280,68
Переменные затраты, руб., в том числе:						
Расходные материалы на гостя, руб.	10 503	10 395	10 179	10 138,5	10 003,5	10 246,5
Комиссия за бронирование, руб.	23 357,7	22 947,3	22 701,6	22 582,8	22 334,4	23 001,3
Постоянные затраты, руб., в том числе:						
Фонд оплаты труда, руб.	88 353,72	88 353,72	88 353,72	88 353,72	88 353,72	88 353,72
Аренда помещения, руб.	94 721	94 721	94 721	94 721	94 721	94 721
Коммунальные платежи, руб.	16 035	16 035	16 035	16 035	16 035	16 035
Реклама, руб.	25 850	25 850	25 850	25 850	25 850	25 850
Кредит, руб.	29 073,16	29 073,16	29 073,16	29 073,16	29 073,16	29 073,16
Прибыль, руб.	194 656,42	187 574,82	183 486,52	181 445,82	177 229,22	188 669,32

Исходные данные для расчёта показателя IRR

Год	Поток	Расчёт 1		Расчёт 2		Расчёт 3		Расчёт 4	
		r=40%	PV	r=43%	PV	r=44%	PV	r=45%	PV
0	-2 200 000	1	-	1	-	1	-	1	-
1	-368 324,7	0,7143	-263 094,33	0,6993	-257 569,46	0,6944	-255 764,67	0,6897	-254 033,55
2	1 364 592,41	0,5102	696 215,05	0,489	667 285,69	0,4823	658 142,92	0,4756	649 000,15
3	1 918 534,95	0,3644	699 114,14	0,342	656 138,95	0,3349	642 517,35	0,328	629 279,46
NPV			-1 067 765,15		-1 134 144,82		-1 155 104,4		-1 175 753,93