

Бизнес-план

Открытие мотелей



2011 год

Содержание

Список таблиц	3
Список рисунков	4
Резюме	5
Введение	7
1. Концепция проекта	8
2. Описание продукта (услуги)	9
3. Программа производств	11
4. Маркетинговый план	12
4.1 Описание рынка продукции (услуг).....	12
4.2 Основные и потенциальные конкуренты.....	15
4.3 Прогнозные оценки развития рынка, ожидаемые изменения	18
4.4 Стратегия маркетинга	18
5. Техническое планирование	20
5.1 Технологический процесс	20
5.2 Здания и сооружения	20
5.3 Оборудование и инвентарь (техника).....	20
5.4 Коммуникационная инфраструктура	21
6. Организация, управление и персонал	22
7. Реализация проекта	23
7.1 План реализации.....	23
7.2 Затраты на реализацию проекта	23
8. Эксплуатационные расходы	24
9. Общие и административные расходы	25
10. Потребность в финансировании	26
11. Эффективность проекта	27
11.1 Проекция Cash-flow	27
11.2 Расчет прибыли и убытков.....	27
11.3 Проекция баланса	27
11.4 Финансовые индикаторы.....	27
12. Социально-экономическое и экологическое воздействие	29
12.1 Социально-экономическое значение проекта.....	29
12.2 Воздействие на окружающую среду	29
Приложения	30

Список таблиц

Таблица 1 - Планируемая программа производства по годам.....	11
Таблица 2 - Планируемые цены на услуги гостиницы.....	11
Таблица 3 - Отели и дома отдыха в п. Боровое.....	16
Таблица 4 – Перечень необходимого оборудования для гостиничного комплекса.....	20
Таблица 5 - Календарный план реализации проекта.....	23
Таблица 6 - Инвестиционные затраты в 2012 г.....	23
Таблица 7 - Переменные расходы в месяц, без НДС.....	24
Таблица 8 - Общие и административные расходы предприятия в месяц.....	25
Таблица 9 - Расчет расходов на оплату труда, тыс. тг.....	25
Таблица 10 - Инвестиции проекта, тыс. тг.....	26
Таблица 11 - Программа финансирования на 2012 г., тыс. тг.....	26
Таблица 12 - Условия кредитования.....	26
Таблица 13 - Выплаты по кредиту, тыс. тг.....	26
Таблица 14 - Показатели рентабельности.....	27
Таблица 15 - Коэффициенты балансового отчета.....	27
Таблица 16 - Финансовые показатели проекта.....	28
Таблица 17 - Анализ безубыточности проекта.....	28
Таблица 18 - Величина налоговых поступлений за период прогнозирования (6 лет).....	28

Список рисунков

Рисунок 1 - Динамика численности обслуженных посетителей туристскими фирмами в РК, тыс. чел.....	13
Рисунок 2 - Количество обслуженных посетителей в объектах размещения в РК, тыс. чел	13
Рисунок 3 - Количество индивидуальных предпринимателей в Акмолинской области, занимающихся размещением посетителей, единиц.....	14
Рисунок 4 - Заполняемость гостиниц в Акмолинской области, %	14
Рисунок 5 - Количество номеров в гостиницах Акмолинской области, единиц	14
Рисунок 6 - Количество мест размещения в гостиницах Акмолинской области, единиц....	15
Рисунок 7 - Динамика изменения количества обслуженных посетителей местами размещения в гостиницах Акмолинской области, человек.....	15
Рисунок 8 - Организационная структура	22

Резюме

Концепция проекта предусматривает открытие мотеля в Щучинско – Боровской курортной зоне Акмолинской области Республики Казахстан (далее – Акмолинская область).

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – путешественники, проезжающие по трассе, а также туристы, приезжающие отдыхать в Щучинско – Боровскую курортную зону.

Планируется строительство 2-этажного здания под гостиницу, а также приобретение оборудования для гостиничных номеров и кафе.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс.тг.	2 012
Инвестиции в основной капитал	285 186
Оборотный капитал	11 667
Всего	296 853

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Период	Доля
Собственные средства	89 056	05.2012-01.2013	30%
Заемные средства	207 797	05-12.2012	70%
Всего	296 853		100%

Приняты следующие условия кредитования:

Валюта кредита	тенге
Процентная ставка, годовых	12%
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	9
Льготный период погашения основного долга, мес.	9
Тип погашения основного долга	равными долями

Показатели эффективности деятельности предприятия на 5 год проекта.

Годовая прибыль (5 год), тыс. тг.	24 614
Рентабельность активов	11%

Чистый дисконтированный доход инвестированного капитала при ставке дисконтирования 14% составил 8 081 тыс. тг.

Внутренняя норма доходности (IRR)	14%
Чистая текущая стоимость (NPV), тыс.тг.	8 081
Окупаемость проекта (простая), лет	5,1
Окупаемость проекта (дисконтированная), лет	9,4

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию новых рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- создание нового мотеля для оказания гостиничных услуг населению, включая туристов;
- поступлению в бюджет Акмолинской области налогов и других отчислений.

Среди социальных воздействий можно выделить:

- удовлетворение спроса населения в гостиничных услугах;
- создание условий для удовлетворения потребностей туристов и проезжающих путешественников в организации отдыха, питания и других сервисных услуг, потребность в которых возникает при дальнем следовании из одного пункта в другой.

Введение

Сегодня индустрия гостеприимства - это мощнейшая система хозяйства региона или туристского центра и важная составляющая экономики туризма.

Гостиничный бизнес является составной частью огромного сегмента называемого индустрией туризма и развлечений.

Основной функцией гостиничного предприятия является предоставление временного жилья клиентам.

Рынок предприятий гостиничной индустрии можно определить как общественно-экономическое явление, объединяющее спрос и предложение для обеспечения купли-продажи гостиничного продукта в определенное время и определенном месте.

Рынок гостиничных услуг характеризуется наличием субъектов, в качестве которых выступают гостиничные предприятия и потребители гостиничных услуг.

Казахстан имеет все возможности для успешного развития гостиничного хозяйства.

Богатейшая история республики, редкостные исторические памятники, самобытная культура, политическая стабильность, относительная открытость и ее готовность к сотрудничеству – все это располагает к интенсивному развитию как туристической, так и гостиничной сферы.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает открытие мотеля в Щучинско – Боровской курортной зоне Акмолинской области.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – путешественники, проезжающие по трассе, а также туристы, приезжающие отдыхать в Щучинско – Боровскую курортную зону.

Преимуществами компании являются:

- квалифицированный персонал, имеющий опыт работы в гостиничном бизнесе;
- выгодное расположение гостиничного комплекса;
- услуги гостиницы ориентированы не только на высокодоходных клиентов, но и средний уровень дохода потребителей.

Наряду с гостиничными услугами будут предоставляться услуги питания (кафе).

Общая площадь помещения под гостиницу составляет 657 квадратных метров.

Учитывая запланированные в настоящем бизнес – плане обороты предприятия рекомендуется осуществлять деятельность в рамках общеустановленного режима.

Данный бизнес – план не является окончательным вариантом руководства к действию, а показывает лишь потенциальную возможность развития такой бизнес – идеи. Поэтому при реализации настоящего проекта возможно изменение первоначальных допущений. Следует более подробно раскрыть конкурентные преимущества предполагаемых к оказанию услуг, а также отличительные характеристики приобретаемого оборудования.

2. Описание продукта (услуги)

Основной функцией гостиничного предприятия является предоставление временного жилья клиентам.

Основными признаками гостиниц являются:

- наличие номерного фонда;
- оказание набора обязательных услуг (уборка номеров и санузлов, ежедневная заправка постелей, обслуживание в номерах);
- наличие определенного ассортимента дополнительных услуг.

Во всех гостиницах предусмотрены четыре основные группы услуг:

- размещение;
- питание;
- досуг;
- бытовое обслуживание.

Они включают в себя основные, дополнительные и сопутствующие услуги.

Необходимым условием любой гостиницы является наличие двух главных услуг: размещения и питания.

Содержание услуги размещения состоит в том, что, во-первых, в пользование предоставляются специальные помещения (гостиничные номера), во-вторых, предоставляются услуги, выполняемые непосредственно персоналом гостиницы: портье по приему и оформлению гостей, горничными по уборке гостиничных номеров и т.д.

Услуги по предоставлению гостям питания состоят из комбинации различных процессов: производственного (приготовление блюд на кухне), торгового (продажа готовых к употреблению продуктов, алкогольных и безалкогольных напитков), сервисного (обслуживание гостей официантами в ресторане, баре, кафе, гостиничных номерах).

К дополнительным или прочим услугам относятся предложение бассейна, спортивного, конференц-залов, залов для переговоров, прокат автомобилей, услуги химчистки, прачечной, парикмахерской, массажного кабинета и ряд других.

В настоящее время дополнительные услуги приобретают все большее значение в формировании рыночной привлекательности гостиничного предприятия.

Предназначение всякого отеля, будь он независимым предприятием или частью гостиничной корпорации, состоит в том, чтобы обслуживать определенные потребности общества и одновременно с этим приносить доход своему владельцу.

Мотель – разновидность отеля, небольшая гостиница. Мотель представляет собой придорожную гостиницу.

Как правило, мотели имеют всего один или два этажа, количество дополнительных услуг и типов номеров минимально, что соответствует низкой стоимости проживания.

Здания практически полностью состоят из одних лишь номеров. Отличительная особенность мотеля – двери номеров выходят на парковку. Обстановка в номерах скромная, пригодная как раз для того, чтобы провести ночь и отправиться дальше в путь.

Оплата за услуги в мотеле производится зачастую на стойке регистрации, которая чаще всего находится в отдельном административном корпусе.

Для многих людей, особенно постоянно находящихся в разъездах на своих автомобилях, мотели удобны отсутствием долгих регистрационных формальностей, возможностью иметь свою машину на виду; прямой доступ с улицы в номер также является преимуществом для инвалидов. К недостаткам мотелей относится их низкий уровень безопасности, а также минимальное обслуживание.

3. Программа производств

В таблице 1 представлена планируемая программа производства по годам

Таблица 1 - Планируемая программа производства по годам

Показатель	2 013	2 014	2 015	2 016	2 017	2 018
Количество номеров стандарт	15					
Заполняемость	70%					
Количество номеров люкс	5					
Заполняемость	57%					
Число посетителей кафе	66	69	73	76	80	84
Продажи, тыс. тг.	105 204	105 204	105 976	106 787	107 638	108 532

Программа продаж будет осуществляться путем проведения маркетинговых исследований (с целью определения предпочтений потребителей), а также посредством рекламных акций.

При формировании цен была учтена покупательная способность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов.

Формирование цен основано на рыночных ценах и определения полной себестоимости услуг.

Таблица 2 - Планируемые цены на услуги гостиницы

Статья доходов		2013	2014	2015	2016	2017	2018
Гостиница	значение	6 679	6 679	6 679	6 679	6 679	6 679
Стоимость 1 номера, тенге	15 179	15 179	15 179	15 179	15 179	15 179	15 179
<i>Люкс</i>	57%	57%	57%	57%	57%	57%	57%
Стоимость 1 номера, тенге	22 321	22 321	22 321	22 321	22 321	22 321	22 321
Кафе	значение	1 149	1 207	1 267	1 330	1 397	1 467
Средний чек, тенге	580	580	580	580	580	580	580

При расчете программы продаж инфляция во внимание не принималась, поскольку связанное с инфляцией повышение цен пропорционально отразится на увеличении цен продаж предприятия.

4. Маркетинговый план

4.1 Описание рынка продукции (услуг)

Рынок гостиничных услуг можно охарактеризовать как рынок монополистической конкуренции с четко обозначившимися чертами олигополистической конкуренции. Его основные характеристики:

- На рынке присутствует достаточно большое количество покупателей, которые имеют недостаточную информацию об услугах, предоставляемых предприятиями, работающими в сфере гостиничного бизнеса.

Поэтому обязательно проведение активной маркетинговой и рекламной политики, направленной на информирование потенциальных клиентов о гостинице и комплексе предоставляемых ею услуг;

- На рынке работает достаточно большое количество продавцов, услуги которых дифференцированы, но при этом различия в принципе незначительны: у кого-то имеется платная автостоянка, у кого-то нет и т.д. Поскольку ни одна из фирм не предоставляет такую же точно услугу, она имеет определенную власть над ценой.

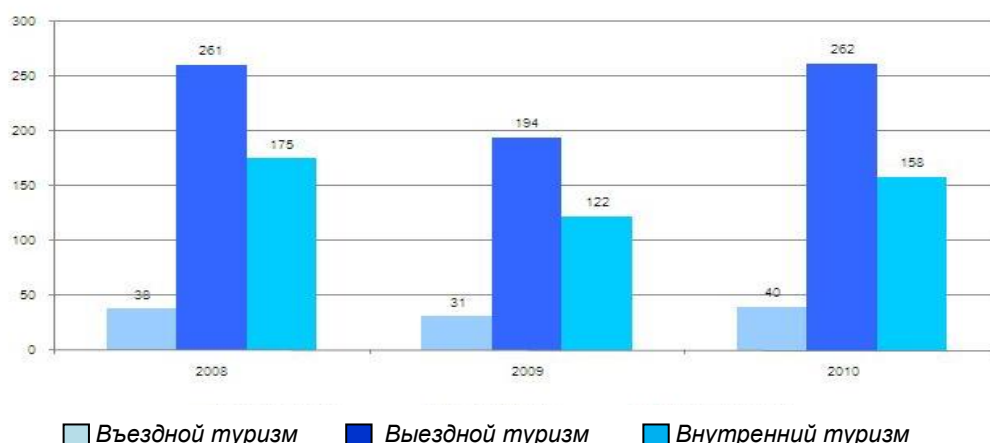
В то же время присутствие на рынке близких по характеру услуг-заменителей ограничивает способность фирмы повышать цены, так как при наличии на рынке сходных услуг потребители весьма чувствительны к их цене. По этой причине на рынке исключены методы ценовой конкуренции;

- Элемент олигополии в рынок вносят высокие входные барьеры: для вхождения в отрасль необходимо располагать значительным капиталом, так как строительство и необходимое оборудование для гостиницы стоят достаточно дорого.

В то же время выход из отрасли не ограничен практически никакими барьерами: здание гостиницы относительно несложно переоборудовать, номера можно сдавать в аренду под офисы и т.д. Подобное соотношение входных и выходных барьеров порождает некоторую застрахованность бизнеса.

Динамика численности обслуженных посетителей туристскими фирмами в Казахстане имеет тенденцию к увеличению. Наглядно динамика представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 - Динамика численности обслуженных посетителей туристскими фирмами в РК, тыс. чел



Источник: Агентство РК по статистике

Как показывает рисунок, в 2010 году число посетителей туристских фирм по типу: «Выездной туризм» составляло 262 тыс. человек, тогда как в 2009 году их количество составляло 184 тыс. человек, что на 78 тыс. человек (или на 42,4%) меньше.

Рисунок 2 - Количество обслуженных посетителей в объектах размещения в РК, тыс. чел

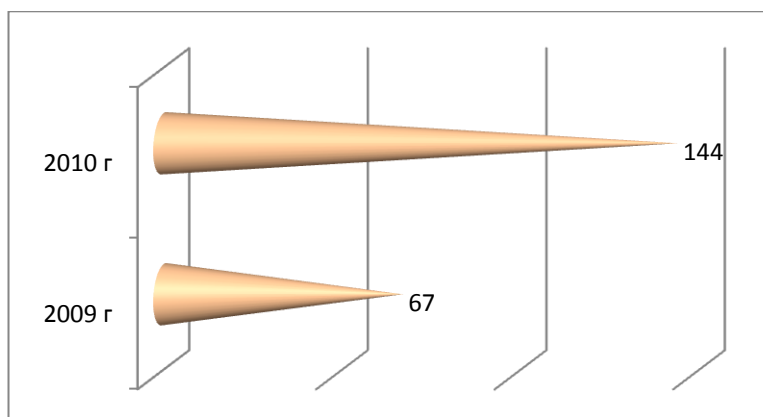


Источник: Агентство РК по статистике

Количество обслуженных посетителей в объектах размещения также увеличивается с каждым годом. Это обусловлено тем, что количество туристов с каждым годом растет, процветает гостиничный бизнес.

По данным Агентства РК по статистике количество индивидуальных предпринимателей в Акмолинской области, занимающихся размещением посетителей, в 2009 году составляло 67 человек, в 2010 году – 144 человека.

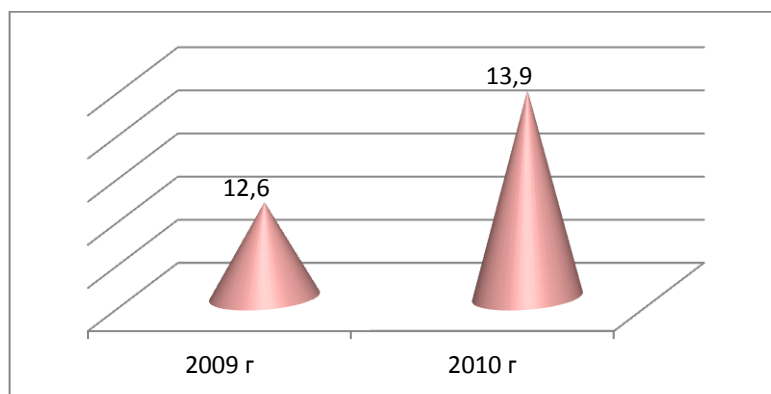
Рисунок 3 - Количество индивидуальных предпринимателей в Акмолинской области, занимающихся размещением посетителей, единиц



Источник: Агентство РК по статистике

Заполняемость гостиниц в Акмолинской области в 2010 составила 13,9 %, что на 1,3 % больше, чем в 2009 году.

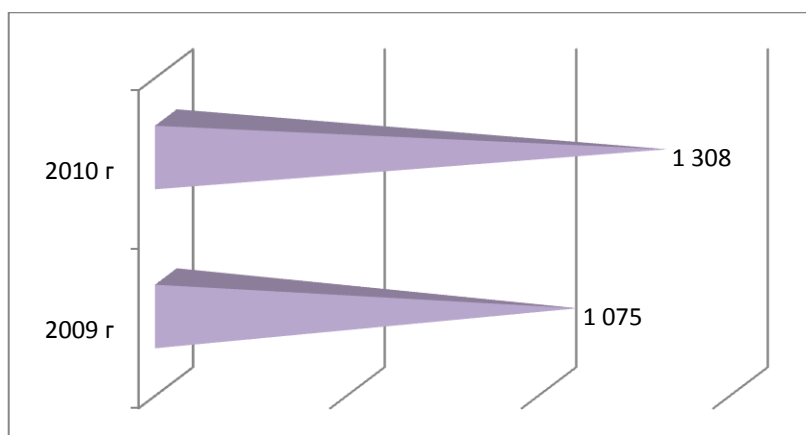
Рисунок 4 - Заполняемость гостиниц в Акмолинской области, %



Источник: Агентство РК по статистике

Количество номеров в гостиницах Акмолинской области увеличилось в 2010 году по сравнению с 2009 годом на 233 единицы.

Рисунок 5 - Количество номеров в гостиницах Акмолинской области, единиц

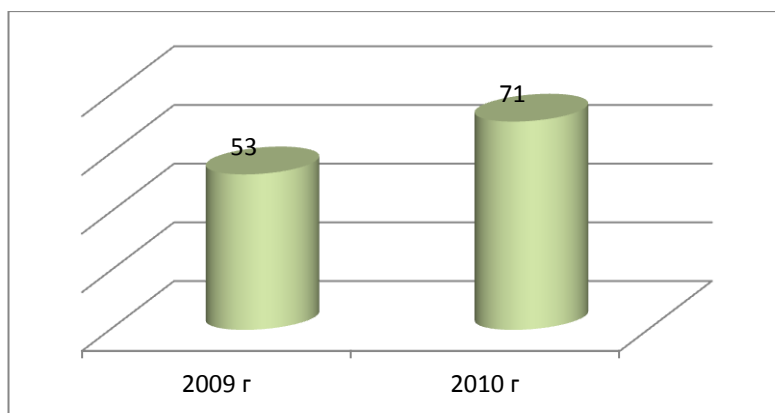


Источник: Агентство РК по статистике

Открытие мотелей

Количество мест размещения в гостиницах увеличилось в 2010 году по сравнению с 2009 годом на 18 единиц, составив при этом 71 единицу.

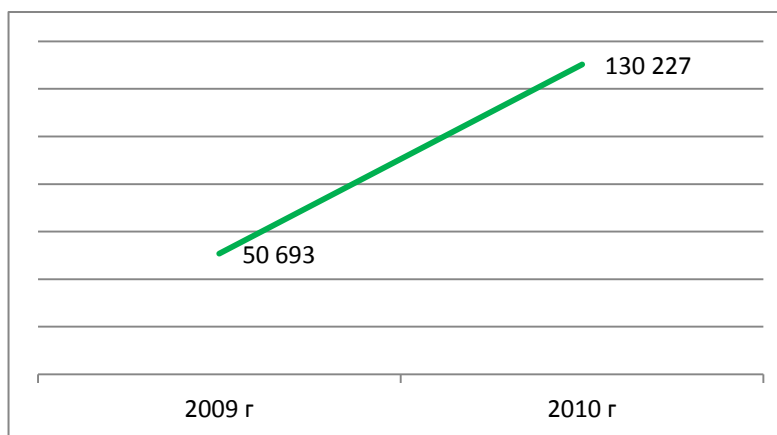
Рисунок 6 - Количество мест размещения в гостиницах Акмолинской области, единиц



Источник: Агентство РК по статистике

Количество обслуженных посетителей местами размещения в гостиницах в 2010 году увеличилось по сравнению с 2009 годом на 79 534 человека и составило 130 227 человек. Процент повышения составляет 157 %.

Рисунок 7 - Динамика изменения количества обслуженных посетителей местами размещения в гостиницах Акмолинской области, человек



Источник: Агентство РК по статистике

Данные показатели характеризуют положительную тенденцию. Это дает основание предположить, что услуги предприятия будут пользоваться спросом и в дальнейшем.





4.2 Основные и потенциальные конкуренты

Основными конкурентами предприятия являются придорожные гостиницы.

Косвенными конкурентами предприятия являются отели и дома отдыха, находящиеся в Щучинско – Боровской зоне.

Таблица 3 - Отели и дома отдыха в п. Боровое

	Конкурент 1	Конкурент 2
Наименование конкурента	<p>«Береке»</p> 	<p>«Алем»</p> 
Характеристика и качество услуг	<p>В отеле можно заказать номера класса люкс, полуплюкс. Каждый номер оборудован –мебелью, телевизором, телефоном, холодильником, душевой кабиной. К услугам гостей –сауна с бассейном, бильярдная, уютный ресторан, банкетный зал, спортивное поле, европейская и восточная кухня. В номерах халаты, тапочки, телевизор, холодильник, телефон, душ.</p>	<p>Отель располагает 32 номерами класса «люкс», четырех комнатными VIP – апартаментами, 2-этажным VIP – коттеджем с отдельным входом. В отеле имеется ресторан с баром. Отель располагает конференц-залом, рассчитанным на 90-100 человек. В отеле имеется бильярд, услуги прачечной, химчистки, парикмахерская, автомобильная парковка..</p>
Цены, в тенге за номер	<p>1-комн.,2-мест (улучш) – 14 000 1-комн.,2-мест. – 12 000 2-комн. – 16 000 3-комн. ,4-мест – 16 500</p>	<p>Люкс (1 комн., 2-х мест.) – 18 200 Люкс (1 комн., 2-х мест.) – 20 200 Люкс (1 комн., 2-х мест, кондиционер) – 23 200 VIP №311(4 спальни, кондиционеры) – 65 200</p>
	Конкурент 3	Конкурент 4
Наименование конкурента	<p>«Ак Булак»</p> 	<p>«Айнаколь»</p> 
Характеристика и качество услуг	<p>Отель-коттедж расположен в центре поселка Борового. В отеле предусмотрено лечебные процедуры, массаж, ванны (хвойные и солевые), грязевые аппликации, электрофорез, квантовая терапия, гидроклонотерапия. В отеле есть спортзал, столы для настольного тенниса, площадка для баскетбола и волейбола, а также бассейн.</p>	<p>Отель «Айнаколь» расположен в зоне отдыха Боровое, здесь предложен сервис, множество развлечений (например, поездки на экскурсии на квадрациклах), хороший номерной фонд.</p>
Цены, в тенге за номер	<p>Люкс (2-х мест. 2-х комн.) – 20 200 п/люкс (2-х мест. 1-о комн.) – 16 200 п/люкс (4-х мест. 1-о комн.) – 24 200</p>	<p>Люкс – 48 000 Улучшенный стандарт – 36 000 Стандарт – 24 000</p>
	Конкурент 5	Конкурент 6
Наименование конкурента	<p>«Бай Бура»</p>	<p>«Алмаз»</p>

		
Характеристика и качество услуг	В отеле имеется сауна, бильярд, ресторан, теннис, экскурсии. В стоимость входит: проживание, 3-разовое питание. Смена белья: по истечении 4 сут. после заезда в случае нахождения в гостинице более 7 суток. Дети до 2 лет бесплатно, без места и без питания. Ознакомительная поездка по курортной зоне Боровое, организация конной прогулки, посещение музея природ и иных исторических мест, катание на лыжах, санках.	В отеле «Алмаз» имеется спортивный зал, тренажерный зал, сауна. Зимой можно покататься на снегоходе, лыжах, имеется канатный подъемник, расположенный недалеко от отеля. Из развлечений: теннис, бильярд, шахматы, шашки, нарды.
Цены, в тенге за номер	Люкс 2-местный, 56 кв.м., 2 комнаты, джакузи, ТВ, мягкий уголок – 24 000 Полулюкс 2-местный, 32 кв.м., мягкий уголок, ТВ, душ-кабина – 17 000 Стандарт 2-местный, душ-кабина, ТВ, мягкий уголок – 15 000	Стандартный, 5 этаж улучшенный, на 1 человека – 6 200 Полу люкс 2,3,4 этаж, на 2 человек – 16 200 Люкс на 2 человека – 21 200 Неблагоустроенные на 1 человека – 4 700
	Конкурент 7	Конкурент 8
Наименование конкурента	«Лесная сказка» 	«Ак Жиек» 
Характеристика и качество услуг	Дом отдыха "Лесная Сказка" - это двенадцать зданий, пять спальных корпусов со следующими удобствами: телевизор со спутниковым ТВ, холодильник, санузел. В медицинско-профилактическом корпусе все желающие могут получить консультацию квалифицированных специалистов, пройти курс массажа, принять грязевые аппликации. К услугам отдыхающих ресторан, бар, три сауны, бильярд, прокат спортивного инвентаря, футбольное поле, экскурсии, рыбалка и пр.	Пансионат предоставляет отдых в комфортабельных номерах оснащенных сан узлами и душевыми кабинами, современной мебелью, телевизорами и холодильниками. А так же номера "люкс" и эконоом класса (мансардного типа). К услугам отдыхающих имеются: банкетный зал, сауна, бар, бильярдная, спортзал, охраняемая стоянка, бассейн внутри здания и на территории пансионата. Предлагаются дополнительные услуги и развлечения: организация экскурсий, прокат спортивного инвентаря (лыжи, снегоходы, сани, мопеды, велосипеды, настольный теннис).
Цены, в тенге за номер	6 ти местный стандартный номер (2,3 корп) 1 комн – 27 000 п/люкс - 13 000 Люкс (1-х комн.,35 кв м) – 16 000 2 мест 2комн номер – 13 000	Люкс (2х мест.) кабельное ТВ - 32 000 Стандарт (2х местный) – 26 000 Эконом 2-, 3-, 4-местные – 11 000 – 16 500

Главным преимуществами гостиницы являются демократичные цены, направленные на средний доход населения, удобное месторасположение.

4.3 Прогнозные оценки развития рынка, ожидаемые изменения

Казахстан всегда славился своим гостеприимством. В то же время гостиничный и туристический бизнесы республики еще далеки от совершенства. Туристы не спешат в Казахстан, базы отдыха мало заботятся о комфортности проживания, благоустройстве и чистоте территорий, цены на номера порядком завышены.

К основным тенденциям развития предприятий индустрии гостеприимства в Казахстане:

- появление на рынке международных гостиничных сетей;
- активное развитие сети малых предприятий и альтернативных гостиничных форм (квартиры посуточно);
- увеличение в ближайшие 2-3 года потока туристов и улучшение показателей работы гостиниц;
- активный спрос на услуги гостиниц 4* и квартиры посуточно;
- внедрение в индустрию гостеприимства новых компьютерных технологий.

4.4 Стратегия маркетинга

Особенность гостиничного маркетинга вытекает из особенностей гостиничного продукта, его фиксированности во времени и пространстве. Невозможно значительно поменять количество номеров за короткий период времени, сохранить их для будущей продажи или следовать с ними за потребителями.

Спрос на гостиничные услуги непостоянный, зависит от времени года, подвержен сезонным колебаниям. Производство гостиничного продукта требует высоких материальных затрат при существенно меньших переменных затратах. Постоянные затраты не зависят от количества обслуживаемых клиентов (гостей), а переменные зависят.

Это требует привлечения в сезон большого дополнительного персонала, который зачастую не может быть патриотом гостиницы. Он не заинтересован в нужной степени в своевременном и качественном обслуживании. Кроме того, нехватка средств на постоянные затраты снижает качество гостиничного продукта.

Организацию производства и оказания услуг на предприятии предполагается осуществлять с учетом следующих принципов:

1. Постоянный мониторинг конкурентоспособности услуг и работа над их совершенствованием;

2. Использование комплекса мер по формированию спроса, формированию имиджа и закреплению постоянных клиентов.

Маркетинговая стратегия заключается в организации сбыта гостиничных услуг. Цель – доступность для любых слоев населения. Предприятие планирует организацию сбыта по двум направлениям: за наличный и безналичный расчет.

Сегментация маркетинга ориентирована на удовлетворение спроса клиентов с различными доходами (средними, высокими).

Рекламная кампания формируется в различных направлениях:

- размещение сайта в интернете;
- информация в прессе с указанием видов услуг, цен;
- щиты, указатели;
- световая реклама;
- брошюры, календари, буклеты и т.д.

В бюджет предприятия заложены ежемесячные расходы на рекламу.

5. Техническое планирование

5.1 Технологический процесс

Специфика гостиничной услуги определяется особенностями и технологиями обслуживания гостей.

Технологический процесс оказания гостиничной услуги включает в себя:

- встречу гостя при входе в гостиницу;
- регистрацию, оформление документов и размещение гостя;
- обслуживание в номере;
- обслуживание при предоставлении услуг питания;
- удовлетворение культурных запросов, спортивное, оздоровительное и фитнес-обслуживание;
- оформление выезда, проводы при отъезде.

5.2 Здания и сооружения

Планируется строительство 2-этажного помещения под гостиницу общей площадью 657 квадратных метров.

5.3 Оборудование и инвентарь (техника)

Среди основного оборудования, необходимого для функционирования гостиницы, необходимо выделить следующее.

Таблица 4 – Перечень необходимого оборудования для гостиничного комплекса

№	Наименование	Шт.
	<i>Для кафе</i>	
1	Печь	1
2	Жарочно-пекарный шкаф	1
3	Холодильники	4
4	Стол	12
5	Стулья	48
6	Кондиционеры	4
7	Барная стойка	1
8	Технический инвентарь, посуда	1
	<i>Для гостиничных номеров, холла</i>	
9	Кровать	24
10	Тумбочки	48
11	Мягкий уголок (для номеров люкс)	6
12	Диван	18
13	Кресло	24
14	Кондиционеры	24
15	Стулья	48
16	Журнальный столик	24
17	Холодильник	24
18	Светильники, бра	144

19	Прихожая	24
20	Стиральная машина	2
21	Прочие	24

Общая стоимость оборудования составит 22 835 тыс. тг.

5.4 Коммуникационная инфраструктура

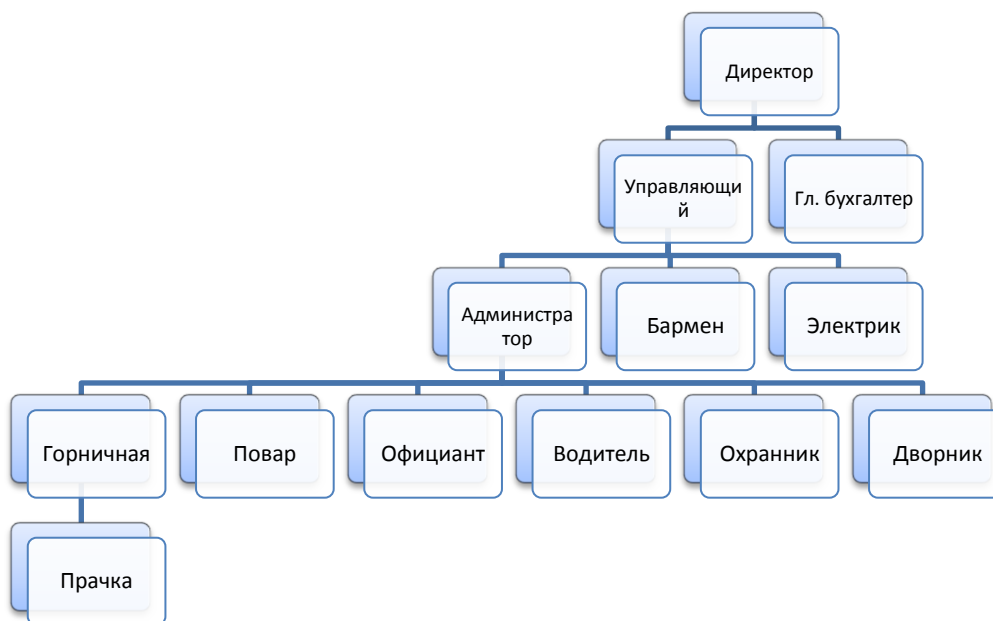
Проектом предусмотрено строительство 2-этажного помещения под гостиницу, в котором будет присутствовать необходимая коммуникационная структура (электро-, тепло- и водоснабжение, телефонная связь).

6. Организация, управление и персонал

Общее руководство предприятием осуществляет директор. Управляющий контролирует работу администратора и вспомогательного персонала. Администратору подчиняется производственный персонал.

Организационная структура предприятия имеет следующий вид, представленный ниже (рисунок 8).

Рисунок 8 - Организационная структура



Приведенную структуру управления персоналом можно отнести к линейной. Она позволяет директору оперативно управлять работой предприятия и находиться в курсе событий.

Специалисты предприятия – управляющий, главный бухгалтер, администратор.

7. Реализация проекта

7.1 План реализации

Предполагается, что реализация настоящего проекта займет период с января 2012 по декабрь 2012 г.

Таблица 5 - Календарный план реализации проекта

Мероприятия\Месяц	2 0 1 2											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Проведение маркетингового исследования и разработка ТЭО												
Оформление земельного участка												
Решение вопроса финансирования												
Получение кредита												
Строительство												
Отделка помещения												
Поставка оборудования и инвентаря												
Монтаж оборудования и инвентаря												
Начало работы												

7.2 Затраты на реализацию проекта

Оценка инвестиционных затрат представлена в следующей таблице.

Таблица 6 - Инвестиционные затраты в 2012 г

Наименование	Сумма, тыс. тг.	2 0 1 2							
		май	июнь	июль	август	сент	окт	нояб	дек
Помещение	194 334	32 389	32 389	32 389	32 389	32 389	32 389		
Ремонт	68 017						34 008	34 008	
Оборудование для кафе	8 276								4 138
Оборудование для гостиничных номеров	14 559								7 280
Итого	285 186	32 389	32 389	32 389	32 389	32 389	66 397	45 426	11 418

Цена за доставку оборудования включена в стоимость самого оборудования.

8. Эксплуатационные расходы

Эксплуатационные расходы состоят из переменных расходов.

Таблица 7 - Переменные расходы в месяц, без НДС

Статья расходов	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Расходы по оказанию услуг кафе	575	603	633	665	698	733
Продукты питания	575	603	633	665	698	733

Переменные расходы состоят из расходов на продукты питания, которые составляют 50% от выручки кафе. Таким образом, торговая наценка на блюда составляет 100%.

9. Общие и административные расходы

Таблица 8 - Общие и административные расходы предприятия в месяц

Затраты		2012	2013 - 2018
ФОТ		1 769	1 769
Коммунальные услуги		200	200
Электроэнергия		40	40
Аренда земельного участка		15	15
Чистящие средства + материалы для гостиницы + хозяйственные товары		130	130
Белье для гостиницы		40	40
Интернет	Мегалайн	17	17
Услуги связи		16	16
Канцтовары		3	3
Обслуживание и ремонт ОС		55	55
Транспортные расходы		25	25
Утварь, посуда		30	30
Расходы на рекламу		25	25
Услуги банка		8	8
Прочие непредвиденные расходы		40	40
Итого		2 413	2 413

Коммунальные услуги рассчитывались исходя из текущих тарифов на тепло-, электро- и водоснабжение. Планируется получение земельного участка у государства в аренду.

Таблица 9 - Расчет расходов на оплату труда, тыс. тг

№	Должность	Количество	оклад	К начислению	ФОТ
	Адм.-управленческий персонал				
1	Директор	1	130	130	143
2	Управляющий	1	100	100	110
3	Администратор	2	80	160	176
4	Главный бухгалтер	1	80	80	88
	Итого	5	390	470	517
	Производственный персонал				
1	Горничная	2	70	140	154
2	Бармен	1	70	70	77
3	Повар	2	70	140	154
4	Официант	3	60	180	198
	Итого	8	270	530	582
	Обслуживающий персонал				
1	Прачка	2	65	130	143
2	Уборщица	3	50	150	165
	Итого	5	115	280	308
	Вспомогательный персонал				
1	Охранник	3	40	120	132
2	Водитель	2	60	120	132
3	Электрик	1	50	50	55
4	Дворник - садовник	1	40	40	44
	Итого	7	190	330	363
	Всего по персоналу	25	965	1 610	1 769

Сумма расходов на оплату труда составляет 1 769 тыс. тенге в месяц.

10. Потребность в финансировании

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Таблица 10 - Инвестиции проекта, тыс. тг.

Расходы	2 012
Инвестиции в основной капитал	285 186
Оборотный капитал	11 667
Всего	296 853

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Таблица 11 - Программа финансирования на 2012 г., тыс. тг.

Источник финансирования	Сумма	Период	Доля
Собственные средства	89 056	05-01.13	30%
Заемные средства	207 797	05-12.12	70%
Всего	296 853		100%

Приняты следующие условия кредитования:

Таблица 12 - Условия кредитования

Валюта кредита	тенге
Процентная ставка, годовых	12%
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	9
Льготный период погашения основного долга, мес.	9
Тип погашения основного долга	равными долями

Таблица 13 - Выплаты по кредиту, тыс. тг

Период		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Освоение	207 797	207 797						
Капитализ-я %	8 994	0	8 994					
начисление %	84 870	6 916	24 197	19 794	15 270	10 745	6 221	1 728
Погашено ОД	216 790	0	34 561	37 703	37 703	37 703	37 703	31 419
Погашено %	75 877	0	22 119	19 794	15 270	10 745	6 221	1 728
Остаток ОД	0	207 797	182 230	144 527	106 824	69 122	31 419	0

Кредит погашается в полном объеме в 2018, согласно принятым вначале допущениям.

11. Эффективность проекта

11.1 Проекция Cash-flow

Проекция Cash-flow (Отчет движения денежных средств, Приложение 1) показывает потоки реальных денег, т.е. притоки наличности (притоки реальных денег) и платежи (оттоки реальных денег). Отчет состоит из 3 частей:

- операционная деятельность - основной вид деятельности, а также прочая деятельность, создающая поступление и расходование денежных средств компании;
- инвестиционная деятельность — вид деятельности, связанной с приобретением, созданием и продажей внеоборотных активов (основных средств, нематериальных активов) и прочих инвестиций;
- финансовая деятельность — вид деятельности, который приводит к изменениям в размере и составе капитала и заёмных средств компании. Как правило, такая деятельность связана с привлечением и возвратом кредитов и займов, необходимых для финансирования операционной и инвестиционной деятельности.

Анализ денежного потока показывает его положительную динамику по годам проекта.

11.2 Расчет прибыли и убытков

Расчет планируемой прибыли и убытков в развернутом виде показан в Приложении 2.

Таблица 14 - Показатели рентабельности

Годовая прибыль (5 год), тыс.тг.	24 614
Рентабельность активов (5 год)	11%

11.3 Проекция баланса

Коэффициенты балансового отчета в 2016 г. представлены в нижеследующей таблице.

Таблица 15 - Коэффициенты балансового отчета

Доля основных средств в стоимости активов (5 год)	0,9
Коэффициент покрытия обязательств собственным капиталом (5 год)	2,3

11.4 Финансовые индикаторы

Чистый дисконтированный доход инвестированного капитала на 10 год реализации проекта при ставке дисконтирования 14% составил 8 081 тыс. тг.

Таблица 16 - Финансовые показатели проекта

Внутренняя норма доходности (IRR)	14%
Чистая текущая стоимость (NPV), тыс.тг.	8 081
Окупаемость проекта (простая), лет	5,1
Окупаемость проекта (дисконтированная), лет	9,4

Таблица 17 - Анализ безубыточности проекта

Период	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Доход от реализации услуг	93 932	93 932	94 622	95 346	96 106	96 904
Балансовая прибыль	16 370	20 635	25 693	30 767	35 859	40 937
Полная себестоимость услуг	77 562	73 297	68 929	64 578	60 247	55 967
Постоянные издержки	70 667	66 058	61 327	56 597	51 866	47 167
Переменные издержки	6 895	7 239	7 601	7 981	8 380	8 800
Сумма предельного дохода	87 038	86 693	87 020	87 364	87 725	88 104
Доля предельного дохода в выручке	0,927	0,923	0,920	0,916	0,913	0,909
Предел безубыточности	76 265	71 574	66 685	61 767	56 821	51 878
Запас финансовой устойчивости предприятия (%)	19%	24%	30%	35%	41%	46%
Безубыточность	81%	76%	70%	65%	59%	54%

Таблица показывает, что точкой безубыточности для предприятия является объем реализации в 61 767 тыс. тенге в год (2016 год).

Запас финансовой устойчивости составляет 19 % в 2013 году, в дальнейшем данный показатель растет (до 46%) по мере уменьшения расходов по процентам.

Таблица 18 - Величина налоговых поступлений за период прогнозирования (6 лет)

Вид налога	Сумма, тыс. тг.
НДС	26 616
Налог на прибыль	32 669
Налог на транспорт и имущество	19 204
Налоги и обязательные платежи от ФОТ	31 888
Итого	110 377

Величина налоговых поступлений в результате реализации данного проекта составит 110 377 тыс. тг. за 6 лет.

12. Социально-экономическое и экологическое воздействие

12.1 Социально-экономическое значение проекта

При реализации проекта предусмотрено решение следующих задач:

- создание новых рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- создание нового мотеля для оказания гостиничных услуг населению;
- поступление в бюджет Акмолинской области налогов и других отчислений (более 110 млн. тг. за 6 лет).

Среди социальных воздействий можно выделить:

- удовлетворение спроса населения в гостиничных услугах;
- создание условий для удовлетворения потребностей туристов и проезжающих путешественников в организации отдыха, питания и других сервисных услуг, потребность в которых возникает при дальнем следовании из одного пункта в другой.

В результате реализации проекта создадутся 25 рабочих мест. Планируется повышение квалификации. В затратах заложены расходы по обучению кадров.

12.2 Воздействие на окружающую среду

Идея проекта не предусматривает при открытии мотеля (придорожной гостиницы) какого-либо кардинального изменения окружающей среды.

При регулярном и своевременном вывозе твердых и жидких бытовых отходов загрязнение окружающей среды будет сведено к минимуму.

Приложения