

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

ДО ЗАХИСТУ
завідувачка кафедри міжнародної
електронної комерції та готельно-
ресторанної справи
доц. Данько Н.І.

Кваліфікаційна робота бакалавра
на тему: «Бізнес план відкриття кафе-хостелу»

Виконав:
студент 4 курсу, групи УГР-41
спеціальності 241 Готельно-ресторанна
справа
ОПП «Готельно-ресторанна справа»
Дюба Микита Андрійович

Керівник:
к. т. н., проф. Гревцева Н.В.

Рецензент

Підсумкова оцінка:
за шкалою ЗВО: _____
кількість балів: _____
Голова Екзаменаційної комісії

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Міністерство освіти і науки України
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В. Н. Каразіна

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Студена Дюби Микити Андрійовича

Курсу IV групи УГР-41

Тема кваліфікаційної роботи «Бізнес план відкриття кафе-хостелу»
 затверджена наказом від 24.03.2023 року № 4002-5/591

1. Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВІДКРИТТЯ КАФЕ-ХОСТЕЛУ	01.05.2023	
2. РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ КАФЕ-ХОСТЕЛУ	12.05.2023	
3. ФІНАНСОВА ОЦІНКА ПРОЕКТУ	22.05.2023	

2. Термін подання дипломної роботи на кафедру 24.05.2023 р.

3. Термін та результати попереднього захисту (допуск/недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 05-10.06.2023 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ:

к.т.н, проф. Наталія ГРЕВЦЕВА

Дата видачі завдання

Завдання прийняте до виконання

Микита ДЮБА

Завідувачка кафедри
 міжнародної електронної комерції
 та готельно-ресторанної справи,

к.е.н., доц. Наталя ДАНЬКО

АНОТАЦІЯ

Дюба М.А. Бізнес план відкриття кафе-хостелу.

Робота присвячена розробці бізнес плану відкриття кафе-хостела. Висвітлено особливості та специфіка формату даного закладу. Розроблено бізнес план відкриття кафе-хостелу. Проаналізовані загрози, можливості та фінансові перспективи проєкту.

ANNOTATION

Duba M.A. Business plan for opening a cafe-hostel.

The work is devoted to the development of a business plan for opening a cafe-hostel. Features and specifics of the format of this institution are highlighted. A business plan for opening a cafe-hostel has been developed. Analyzed threats, opportunities and financial prospects of the project.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВІДКРИТТЯ КАФЕ-ХОСТЕЛУ.....	6
1.1 Цілі та завдання складання бізнес-плану.....	5
1.2 Структура бізнес-плану.....	9
1.3 Вивчення факторів, що впливають на успіх відкриття кафе-хостелу.....	13
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ КАФЕ-ХОСТЕЛУ.....	16
2.1 Розробка концепції кафе-хостелу.....	16
2.2 Розробка меню та цінової політики.....	17
2.3 Розрахунок інвестиційних витрат та визначення джерел фінансування.....	20
2.4 Розробка маркетингової стратегії та плану просування.....	22
2.5 Види ризиків.....	23
2.6 Методи зменшення ризиків.....	32
РОЗДІЛ 3. ФІНАНСОВА ОЦІНКА ПРОЕКТУ.....	33
3.1 Точка беззбитковості за проектом.....	33
3.2 Розрахунок необхідних вкладень.....	34
3.3 Розрахунок прибутку та рентабельності проекту.....	36
3.4 Розрахунок терміну окупності проекту.....	39
ВИСНОВКИ.....	41
Література	43
Додатки.....	46

ВСТУП

Розробка бізнес-плану для кафе-хостелу є необхідним етапом перед відкриттям та ефективним розвитком підприємства. У сучасній ринковій економіці, особливо у періоди воєнних конфліктів та після них, підприємці стикаються з новими викликами та завданнями. Тому бізнес-планування стає ключовим інструментом для узгодження можливостей підприємця з потребами ринку на певний період.

Основою бізнес-планування є розробка бізнес-плану, який дозволяє ретельно оцінити підприємство, виявити його сильні та слабкі сторони, визначити необхідні ресурси для успішної діяльності кафе-хостелу, оцінити перспективи та передбачити можливі труднощі. Розробка бізнес-плану допомагає також знайти шляхи їх усунення та підвищити ефективність підприємства. Це необхідно як для відкриття нового кафе-хостелу, так і для подальшого розвитку вже діючого підприємства.

Метою даної роботи є розробка бізнес-плану для кафе-хостелу з метою реалізації ідеї у майбутньому. Об'єктом дослідження обрано планування відкриття малого підприємства готельно-ресторанного бізнесу. Кафе розташовуватиметься на першому поверсі, хостел - на другому, а на третьому поверсі будуть розміщені кімнати для персоналу.

Завдання дослідження включають аналіз та систематизацію інформації з різних джерел, вивчення матеріалів, що сприяють розробці методів вирішення проблематики кафе-хостелу. Також важливими завданнями є розробка плану дій щодо реалізації проекту, визначення фінансового плану та обсягу інвестицій, а також визначення кількості та складу обслуговуючого персоналу.

Для досягнення поставлених цілей та завдань використовуються різні методи дослідження, зокрема спостереження, порівняння, розрахунок, вимірювання, експеримент, узагальнення, аналіз, синтез, індукція та аналогія. Ці методи допомагають зібрати необхідні дані та зробити обґрунтовані висновки, необхідні для розробки ефективного бізнес-плану кафе-хостелу.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВІДКРИТТЯ КАФЕ-ХОСТЕЛУ

1.1 Цілі та завдання складання бізнес-плану

Бізнес-план є вичерпним описом бізнесу та його операційного середовища, а також системи управління, необхідної для досягнення поставлених цілей. Він є компактным, але докладним, доступним і зрозумілим описом запропонованого бізнесу, і є найважливішим інструментом для розгляду різних ситуацій, що допомагає вибрати найбільш перспективний бажаний результат і визначити шляхи його досягнення. Бізнес-план є документом, який дозволяє керувати бізнесом, і, отже, він є невід'ємною частиною стратегічного планування і служить як керівництво для виконання та контролю. Важливо розглядати бізнес-план як процес планування і як інструмент внутрішнього управління.

Планування є процесом встановлення цілей діяльності та розвитку організації, тактики і стратегії для їх досягнення, а також індивідуальних дій учасників управлінського процесу. Планування повинно бути постійним, щоб забезпечити поступовий розвиток організації та постійне коригування запланованих дій з урахуванням їх ймовірних характеристик. Залежно від тривалості планового періоду розрізняють такі види планів: поточне або оперативне планування, середньострокове планування, довгострокове планування.

Детально складений бізнес-план не тільки допоможе скласти план розвитку компанії, але також стане орієнтиром для забезпечення її діяльності. Потенційні інвестори отримують численні звернення щодо фінансування ризикових проектів, тому інформація про компанію та її продукти повинна бути надана професійно, згідно з певним планом. Лише бізнес-план, який враховує інформаційні потреби, необхідні для передбачуваних джерел фінансування проекту, вразить власників капіталу з точки зору оцінки планування. Інвестори також оцінять загальну компетентність керівника даного підприємства.

Визначення мети бізнес-плану є другим важливим кроком після визначення масштабів майбутньої компанії або проекту.

Важливо: мета має бути конкретною, вимірною, досяжною, актуальною та обмеженою у часі (SMART).

Мета розробки бізнес-плану – спланувати господарську діяльність кафе-хостелу на найближчий та віддалений періоди відповідно до потреб ринку та можливостей отримання необхідних ресурсів.

Бізнес-план допомагає підприємцю вирішити такі основні задачі [2]:

- визначити конкретні напрями діяльності кафе-хостелу, цільові ринки та місце кафе-хостелу на цих ринках;
- сформулювати довгострокові та короткострокові цілі кафе-хостелу, стратегії та тактики їх досягнення. визначити осіб, відповідальних за реалізацію кожної стратегії;
- вибрати склад та визначити показники товарів та послуг, які матимуть пропонуватися фірмою споживачам. Оцінити виробничі та торгові витрати щодо їх створення та реалізації;
- оцінити відповідність кадрів кафе-хостелу та умов для мотивації їхньої праці вимогам щодо досягнення поставлених цілей;
- визначити склад маркетингових заходів кафе-хостелу з вивчення ринку, реклами, стимулювання продажів, ціноутворення, каналів збуту тощо;
- оцінити матеріальне та фінансове становище кафе-хостелу та відповідність фінансових та матеріальних ресурсів досягненню поставлених цілей;
- передбачити труднощі та «підводні камені», які можуть перешкодити виконанню бізнес-плану.

Планування діяльності кафе-хостелу за допомогою бізнес-плану допомагає визначити низку переваг:

- дозволяє здійснювати більш чітку координацію зусиль з досягнення поставлених цілей;
- встановлює та звертає увагу на показники діяльності кафе-хостелу, необхідних для контролю, особистого контролю, постійного контролю...;

- змушує керівників чіткіше та конкретніше визначити свої цілі та шляхи їх досягнення;
- робить фірму більш підготовленою до раптових змін ринкових ситуацій (підвищує швидкість адаптації);
- демонструє обов'язки та відповідальність усіх співробітників закладу.

Бізнес-планування має значну перевагу, оскільки допомагає відповісти на найважливіше питання для бізнесмена: чи варто вкладати гроші в цю справу і чи принесе вона доходи, що окуплять всі зусилля та витрати. Правильно складений бізнес-план надає перспективу розвитку кафе-хостелу.

Як правило, потреба в бізнес-плані виникає при вирішенні таких актуальних задач, як:

- підготовка заявок існуючих та новостворювальних приватних та акціонерних фірм на отримання кредитів;
- обґрунтування пропозицій щодо приватизації державних підприємств;
- відкриття нової справи та визначення профілю майбутньої кафе-хостелу та основних напрямів її комерційної діяльності;
- перепрофілювання існуючої кафе-хостелу та вибір нових видів, напрямів та способів здійснення комерційних операцій;
- складання проспектів емісії цінних паперів (акцій та облігацій) приватизованих та приватних фірм;
- вихід на зовнішній ринок та залучення іноземних інвестицій.

При складанні бізнес-плану важливий ступінь участі в цьому процесі самого підприємця, особиста участь керівника у складанні бізнес-плану настільки суттєва, що багато закордонних банків та інвестиційних фондів відмовляються взагалі розглядати заявки на виділення коштів, якщо стає відомо, що бізнес-план був підготовлений консультантами із боку, а керівником лише підписано[25]. Це не означає, звичайно, що не треба користуватися послугами консультантів, навпаки, залучення експертів дуже вітається інвесторами.

Йдеться про інше – складання бізнес-плану вимагає особистої участі керівника кафе-хостелу чи людини, яка збирається відкрити свою справу.

Включаючись у цю роботу особисто, він хіба що моделює свою майбутню діяльність, перевіряючи доцільність свого задуму. Таким чином, бізнес-план передбачає вирішення наступних стратегічних та тактичних завдань, що стоять перед підприємством, незалежно від його функціональної орієнтації [4]:

- організаційно-управлінська та фінансово-економічна оцінка сьогоденного стану підприємства;
- виявлення потенційних можливостей підприємницької діяльності підприємства, акцентуючи увагу на сильних сторонах та не приховуючи слабких;
- формування інвестиційно-проектних цілей цієї діяльності на запланований період.

У бізнес-плані обґрунтовуються:

- загальні та специфічні деталі функціонування підприємства в умовах конкретного ринку;
- вибір стратегії та тактики (методів) конкуренції;
- оцінка фінансових, матеріальних, трудових ресурсів, необхідні досягнення цілей підприємства тощо.

1.2 Структура бізнес-плану

Структура та обсяг бізнес-плану залежать від характеру діяльності, розміру підприємства та його цілей. Розуміється, що у великих компаній функціональна діяльність є більш складною, тому розробка розділів плану є більш повною та обґрунтованою. Склад та структура також залежать від розмірів ринку збуту, наявності конкурентів та перспективи росту підприємства [5]. При складанні бізнес-плану відповідають на конкретні питання, які цікавлять власників, кредиторів та інших зацікавлених осіб [24].

Обґрунтований бізнес-план служить основою для прийняття рішення ініціатором проекту (інвестором, підприємцем, організатором-реципієнтом), а також є документом для його презентації перед потенційними партнерами, кредиторами та державними органами, відповідальними за створення та

реєстрацію підприємства [6]. Бізнес-план повинен відповідати певним вимогам щодо змісту та форми, які є обов'язковими при перевірці великих проектів міжнародними та національними фінансовими установами [7].

Наприклад, розгорнутий план заснування підприємства може включати такі розділи:

1. Аналіз ринку.
2. Техніко-економічний аналіз.
3. Фінансовий аналіз.
4. Загальноекономічний (або національно-господарський) аналіз (для великих проектів державного значення).

Достовірність інформації, використаної під час планування, підтверджується документами, що додаються до бізнес-плану, такими як звіти, контракти, договори та дані статистики. Обсяг та деталізація проектних досліджень залежать від масштабу та характеру передбачуваної діяльності, цілей розробки бізнес-плану та вимог кредиторів. Відповідно, окремі розділи можуть бути представлені більш або менш детально [29].

Резюме (основні положення):

- назва інвестиційного проекту та його мета,
- ініціатор та інші учасники проекту,
- загальна вартість проекту, зокрема за етапами його реалізації,
- термін реалізації проекту,
- суть проекту та поточний стан,
- джерела фінансування проекту,
- критерії ефективності та фінансові показники проекту,
- висновки щодо доцільності інвестицій,
- сутність інвестиційного проекту,
- детальний опис суті проекту, етапів його реалізації, завдань та результатів кожного етапу,
- опис продукції чи послуг (далі за текстом «продукції»), її призначення, характеристика споживчих властивостей, відмінність продукції від аналогів,

- огляд стану справ у галузі (динаміка обсягів реалізації, освоєння нових виробів, поява нових підприємств),
- місце розташування підприємства,
- необхідні робітники та фахівці (професії, рівень кваліфікації),
- характеристика можливості реалізації інвестиційного проекту,
- виробничий план реалізації проекту,

Виробничий план:

- опис виробничого процесу (технологія, потрібне обладнання, виробничі приміщення),
- розрахунок потреби та планування створення основних фондів (придбання землі або прав на неї, будівництво будівель, споруд та комунікацій, купівля та монтаж обладнання),
- обґрунтування режиму роботи устаткування,
- розрахунок виробничої потужності підприємства,
- обґрунтування виробничої програми з випуску продукції (включаючи передбачувані обсяги етапів реалізації проекту),
- система матеріально-технічного забезпечення (постачальники, умови постачання та розрахунків),
- система керування виробничими запасами,
- розрахунок потреби у матеріалах, паливно-енергетичних ресурсах, чисельності працюючих,
- розрахунок собівартості продукції (кошторису витрат та калькуляції по виробках),

Організаційний план (план реалізації проекту):

- обґрунтування організаційної форми реалізації інвестиційного проекту з урахуванням діючого підприємства, у межах новоствореного підприємства, вибір організаційно-правової форми нового підприємства, гаданий склад засновників, частка участі, включаючи контрольний пакет, принципи розподілу прибутку,
- обґрунтування форм та умов участі інвесторів-власників у реалізації інвестиційного проекту – права та обов'язки, пільги, частка та порядок участі

у розподілі прибутку, відповідальність за збитки, компенсації, додаткові права та пільги інвесторів та ін,

- структура управління підприємством, керівний склад, посадові інструкції, умови оплати та стимулювання працівників,

Фінансовий план (фінансовий аналіз інвестицій):

- обґрунтування одноразових витрат (вартість землі або отримання прав на неї, вартість нематеріальних активів (ліцензій, патентів), будівельно-монтажних робіт, обладнання та його монтажу, приріст оборотних засобів),
- обґрунтування поточних витрат (матеріальних, трудових, амортизаційних відрахувань та ін.),

Розрахунок потреби у оборотних коштах для реалізації проекту.

- обґрунтування доходів за проектом (виторг від реалізації, позареалізаційні доходи),
- розрахунок прибутку від основної діяльності (від реалізації),

Фінансове прогнозування:

- упорядкування прогнозних балансів, планування прибутків і потоків коштів,
- прогнозування та аналіз показників фінансового стану (характеристики вертикальної та горизонтальної структури балансу, коефіцієнти ліквідності),

Аналіз ризиків проекту:

Метою аналізу ризику є надання потенційним партнерам необхідної інформації та даних для прийняття рішень про доцільність участі в проекті та розробки заходів по захисту від можливих фінансових втрат. (Для аналізу ризиків слід застосовувати: SWOT/PEST - аналізи, Матриця Мак-Кінсі та ін.

Ризики — це негативні події, які можуть статися та вплинути на проект. Наприклад, держава випустить новий закон чи розробник тимчасово не зможе працювати над проектом.

Ризики можна ділити на зовнішні та внутрішні.

Зовнішні ризики знаходяться в оточенні проекту - постачальниках, підрядниках та клієнтах, державі, навколишньому середовищі. До них відносяться зрив строків підрядниками, стихійне лихо чи новий закон.

Внутрішні ризики — це все потенційні проблеми організації та проектної команди. Наприклад, хтось несподівано звільниться або команда почала використовувати нову технологію та заклала недостатньо часу на її вивчення та експерименти з нею.

1.3 Вивчення факторів, що впливають на успіх відкриття кафе-хостелу

Відкриття кафе-хостелу вимагає уваги до численних факторів і є складним та відповідальним процесом. У цьому розділі ми розглянемо основні аспекти, які впливають на успіх відкриття кафе-хостелу [26].

1. Одним з найважливіших факторів успішного відкриття кафе-хостелу - це його розташування. Важливо вибрати місце, де потенційні клієнти часто перебувають або проходять, щоб кафе-хостел було зручно доступним. Також важливо враховувати конкуренцію в районі та забезпечити зручність транспортного сполучення.
2. Велику роль відіграє цінова політика, оскільки встановлення реалістичних цін є важливим аспектом успішного відкриття кафе-хостелу. Ціни повинні бути доступними для потенційних клієнтів, але при цьому забезпечувати прибуток. Важливо розрахувати собівартість продуктів та оплату праці персоналу, щоб досягти оптимальної прибутковості кафе-хостелу.
3. Для кафе-хостелу найважливішим буде відмінне обслуговування та якість продуктів є ключовими елементами успіху кафе-хостелу. Клієнти повинні бути задоволені якістю їжі та обслуговуванням, щоб повертатися знову і рекомендувати кафе-хостел іншим людям.
4. Маркетингова стратегія є важливою складовою бізнес-плану кафе-хостелу, оскільки вона визначає, як продукт має просуватися на ринку та залучати клієнтів. Важливо визначити цільову аудиторію, яка може включати молодих людей віком від 18 до 35 років, що шукають доступне місце для проживання та перекусів, а також туристів, які тимчасово перебувають у місті і шукають доступні варіанти проживання.

Загальною метою цих факторів є створення привабливого середовища для клієнтів, забезпечення прибутковості та відмінного обслуговування, що сприятиме успіху відкриття кафе-хостелу [11].

Також до складу маркетингової стратегії можна включити:

- Розробка бренду та його візуальної ідентичності (логотип, фірмовий стиль, дизайн меню та ін.).
- Просування кафе-хостелу через соціальні мережі та сайти бронювання готелів та хостелів.
- Організація промо-акцій та знижок для клієнтів, що забронюють номер на тривалий період або приходять у групі.
- Рекламування кафе-хостелу у місцевих ЗМІ (газети, радіо, телебачення).
- Розсилка інформації про кафе-хостел за допомогою email-розсилки.

Для реалізації маркетингової стратегії є два можливих варіанти: найняти спеціаліста з маркетингу або скористатися послугами маркетингової агенції.

Важливо, щоб маркетингова стратегія була адаптована до специфіки місцевого ринку та конкурентної ситуації. Також потрібно періодично переглядати та оновлювати стратегію залежно від результатів продажів і змін у галузі.

Однак, на реалізацію маркетингової стратегії впливають не лише маркетингові аспекти. Фінансові показники є ключовими показниками, які відображають фінансову стійкість та доцільність інвестиційного проекту. Важливо провести детальний розрахунок фінансових показників для забезпечення рентабельності та ефективності проекту.

Розрахунок фінансових показників включає оцінку витрат, прогнозування доходів, рентабельності та повернення інвестицій. Ці показники допоможуть визначити фінансову стійкість проекту та його відповідність поставленим цілям [23].

Також, важливо регулярно моніторити фінансові показники після відкриття кафе-хостелу і коригувати стратегію, якщо необхідно, з метою забезпечення успішного функціонування та прибутковості проекту [12].

Нижче перераховані основні фінансові показники, які варто розглянути при оцінці фінансової стійкості проекту:

- Точка беззбитковості (Break-even point, BEP) - це обсяг продажів, за якого виручка з продажу дорівнює загальним витратам. Цей показник допоможе зрозуміти, скільки продукції потрібно продати для того, щоб покрити всі витрати.
- Рентабельність інвестицій (Return on Investment, ROI) - це показник, який відображає відношення чистого прибутку до вкладених інвестицій. Це дає змогу зрозуміти, наскільки ефективними були інвестиції в проект.
- Чистий поточний прибуток (Net Present Value, NPV) - це розрахунок сумарної вартості проекту, відшкодованої за допомогою дисконтування. Це дає змогу зрозуміти, наскільки доцільно вкладати кошти в проект, порівняно з іншими альтернативами.
- Внутрішня норма повернення (Internal Rate of Return, IRR) - це показник, який відображає рентабельність інвестицій, розрахованих на основі чистого поточного прибутку та дисконтованої вартості грошей. Це дає змогу зрозуміти, наскільки доцільно вкладати кошти в проект порівняно з іншими альтернативами, які можуть бути доступні.
- Термін окупності (Payback period) - це час, необхідний для повернення вкладених коштів у проект. Цей показник визначає, за який період часу вкладені кошти повертаються у вигляді прибутку.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ КАФЕ-ХОСТЕЛУ

2.1 Розробка концепції кафе-хостелу

Кафе-хостел - це хостел, який має в своєму складі також кафе або ресторан, залежно від того як його започатковує власник. Основна ідея кафе-хостелу полягає в тому, щоб надати клієнтам зручне та доступне місце для проживання, яке поєднується зі зручним та смачним харчуванням, місцем розташування та зручним можливим місцем роботи. У звичайних хостелах часто пропонуються різні типи номерів: від спільних номерів на 6-8 осіб до окремих двомісних та тримісних номерів [8]. В випадку з розроблюваним закладом, планується номери маленького розміру: на 1-2 особи з спільним розважально-харчовим простором.

Основна мета кафе-хостелу полягає в тому, щоб створити затишну та зручну атмосферу для основного клієнта - студента, який шукає недороге та комфортне місце для життя, харчування та можливо працевлаштування на час навчання. Також у закладах такого типу будуть часто зупиняються туристи та інші люди, які цінують затишок та доступність у ціновому відношенні [27].

У розробці концепції кафе-хостелу важливо враховувати такі аспекти, як організація зони харчування, розміщення та оформлення номерів, забезпечення необхідними зручностями та послугами для гостей, рекламна стратегія та інші фактори, які можуть впливати на успіх проекту. Важливо визначити цільову аудиторію та розробити стратегію для її привернення та утримання як постійних клієнтів.

Кафе буде розташоване на першому поверсі і матиме відкриту терасу. Меню кафе складатиметься із обмеженого складу страв європейської та національної кухні, а також з напоїв, включаючи каву, чай, соки та слабо-алкогольні напої. Буде використовуватися свіжі та якісні продукти.

Одним з головних принципів кафе буде відкритість та гостинність. Кожен клієнт буде почуватися комфортно та знайомо завдяки дружньому персоналу, атмосфері затишку та приємному дизайну [19].

Хостел, буде розташований на другому поверсі. Кімнати будуть різних типів, включаючи загальні та приватні кімнати. Всі житлові кімнати матимуть обладнані необхідними зручностями, такими як ліжка, шафи, столи та стільці, дзеркала тощо. Для гостей будуть доступні загальна кухня, пральня, душові та ванна кімната.

Одним з головних принципів хостелу - комфорт та безпека гостей. Гості будуть отримувати якісний сервіс та допомогу вирішення будь-яких проблем, які виникають під час перебування в хостелі [9,13].

Житло для робітників буде розташоване на третьому поверсі. Робітники будуть мати свої приватні кімнати з необхідними зручностями. Для робітників буде доступна загальна кухня, душові та ванна кімната на 3-му поверсі [20].

Головною метою проекту є отримання стабільного та достатнього рівня прибутку. Для досягнення цієї мети, необхідно вийти на рівень заповнюваності хостелу понад 80% у рік та збільшити кількість обороту кафе. Для досягнення цих цілей необхідно розробити ефективну стратегію просування та привернення клієнтів.

2.2 Розробка меню та цінової політики

Запропоноване меню кафе-хостелу включає в себе сніданки, ланчі, вечері та напої.

Цінова політика буде зорієнтована на середній рівень цін, з можливістю регулювання залежно від змін на ринку. Для залучення нових клієнтів та збільшення обороту, можуть бути проведені акції на окремі позиції меню або на весь асортимент, знижки для постійних клієнтів, програми лояльності тощо. Також цінова політика кафе-хостелу залежить від рівня конкуренції в місцевості та наявності подібних закладів. Проте, ми пропонуємо зберігати розумну цінову політику, яка відповідає якості страв і напоїв, та враховує можливості цільових клієнтів. Приклад меню з конкретними цінами представлені в таблицях 2.1 - 2.3.

Таблиця 2.1

Меню кафе

1	Назва страви	Ціна, грн.
2	Сніданки	
3	Яйця по-селянськи	45
4	Омлет з грибами	55
5	Каша з фруктами	40
6	Тост з арахісовим маслом	35
7	Сендвіч з куркою та айолі	50
8	Сендвіч з лососем та авокадо	70
9	Сендвіч з тунцем та овочами	65
10	Ланчі	
11	Піца з відерця	65
12	Салат з куркою	55
13	Цезар з куркою	60
14	Борщ з пампушками	50
15	Суп грибний з вершками	45
16	Вечері	
17	Рис з овочами та куркою	75
18	Картопля з м'ясом	70
19	Стейк з телятиною	95
20	Гречаники з грибами	60
21	Напої	
22	Кава(в асортименті)	-
23	Чай(в асортименті)	-
24	Соки(в асортименті)	-
25	Лимонади(в асортименті)	-
26	Десерти	
27	Чизкейк	60
28	Чизкейк лимонний	70
29	Чизкейк малиновий	70
30	Тірамісу	55
31	Панакота	45

Продовження таблиці 2.1

32	Тортики (в асортименті)	100
33	Морозиво (в асортименті)	50
34	Шоколадний мус	50
35	Млинці зі смородиною	50
36	Ягідний десерт	60
37	Фруктовий салат	45
38	Фруктовий пай	60

Розроблено автором.

Таблиця 2.2

Ассортимент кави

1	Назва	Ціна
2	Еспресо	20
3	Капучино	30
4	Латте	35
5	Американо	25
6	Іриш-крем	40
7	Мокко	35
8	Флет-вайт	35
9	Глясе	40
10	Карамельний латте	45
11	Кава по-турецьки	25
12	Горячий шоколад	40
13	Глясе з морозивом	50
14	Холодна кава з молоком	40
15	Фраппе з морозивом	55
16	Айс-латте	45
17	Айс-американо	35
18	Айс-мокко	50
19	Айс-фільтр-кава	40
20	Коктейль "Кава на пляжі"	60

Розроблено автором.

Ассортимент чаю

1	Назва	Ціна
2	Чорний чай	20
3	Зелений чай	20
4	Чай м'ятний	25
5	Імбирний чай	25
6	Чай з гірчицею і медом	35
7	Чай з бергамотом	30
8	Чай з жасмином	30
9	Чай з листям малини	30
10	Чай з листям полуниці	30
11	Чай з листям смородини	30
12	Чай з клюквою	30
13	Чай з карамеллю	30
14	Чай з плодами лісу	30
15	Чай з ромашкою	30
16	Чай з мелісою	30
17	Чай з цитрусовими	30

Розроблено автором.

2.3 Розрахунок інвестиційних витрат та визначення джерел фінансування

Розрахунок інвестиційних витрат:

Потрібні інвестиційні витрати для обладнання кафе-хостелу, становлять суму 2 175 000 грн. Детальна інформація про капіталовкладення представлена у таблиці 2.4. Дана сума включає в себе будівельні матеріали(для ремонту приміщення), роботи з будівництва, обладнання, меблі, декор, інтернет-систему, рекламні матеріали тощо.

Таблиця 2.4

Напрями капіталовкладень у проєкт виглядають наступним чином:

1	Статті витрат	Власні кошти грн.
2	Ремонт внутрішньої частини будівлі	700 000
3	Благоустрій території кафе-хостелу	30 000
4	Отримання необхідної дозвільної документації	15 000
5	Придбання необхідного для хостелу	1 000 000
6	Придбання необхідного обладнання для кафе	900 000
7	Непередбачувані витрати на обладнання (кафе-хостел)	200 000
8	Сайт	50 000
9	Різнноманітна реклама проєкту	100 000
10	ВАРТІСТЬ ПРОЄКТУ	2 995 000

Розроблено автором.

Визначення джерел фінансування:

Щоб забезпечити фінансування проєкту, необхідно знайти джерела фінансування, такі як:

1. Внески учасників проєкту, які можуть бути вкладені у формі грошових коштів або земельних ділянок для будівництва кафе-хостелу.
2. Кредити від банків або інвестиційних компаній, які зацікавлені у вкладенні грошових коштів в перспективний проєкт.
3. Залучення інвесторів, які будуть зацікавлені у вкладенні грошових коштів у проєкт, з метою отримання частки в прибутку.
4. Використання грантів або субсидій від державних органів, які підтримують розвиток підприємництва і туризму.

Для забезпечення фінансування цього проєкту будуть використані власні кошти.

2.4 Розробка маркетингової стратегії та плану просування

Розробка маркетингової стратегії є важливим етапом в успішному розвитку бізнесу. Маркетингова стратегія кафе-хостелу повинна бути зосереджена на привабливості для молодіжної аудиторії, яка є цільовою для закладу [10].

Основні напрямки маркетингової стратегії для кафе-хостелу:

- Цільова аудиторія - привабити молодіжну аудиторію, маркетингова стратегія повинна бути спрямована на цю групу населення. Рекламні компанії повинні бути орієнтовані на молодь, а також реклама має бути розміщена в місцях, де молодь часто буває а також у мережі інтернет та соц.мережах.
- Оскільки молодь часто користується соціальними мережами, кафе-хостел повинен бути активний в соціальних мережах. Ми можемо створити фейсбук та інстаграм сторінки, розміщувати фотографії, пропонувати знижки та спеціальні пропозиції для підписників та створювати промо-акції для просування акаунту.
- Веб-сайт, він повинен бути легко доступний та зрозумілий для наших клієнтів. Ми можемо використовувати кольори та дизайн, що приваблюють молодь та надавати інформацію про наші послуги.
- Співпраця з іншими молодіжними бізнесами в місті, наприклад, з кінотеатрами, музичними фестивалями, спортивними клубами та іншими. Це може допомогти бізнесу привернути нових клієнтів та розширити свої можливості. Можемо запропонувати спільні акції та знижки, що дозволить залучити більше клієнтів до кафе-хостелу.
- Постійне покращення якості послуг для того, щоб зберегти старих та привабити нових клієнтів, ми повинні постійно покращувати якість послуг та страв. Ми можемо пропонувати нові страви та напої, оновлювати інтер'єр кафе-хостелу, покращувати обслуговування та роботу персоналу.
- Здійснення промо-акцій, вони дозволять кафе-хостелу привернути увагу та залучити нових клієнтів. Наприклад, проводити акції "Кожен другий коктейль за півціни", "Безкоштовний десерт до кожної страви" та інші.

Узагальнюючи, маркетингова стратегія кафе-хостелу повинна бути спрямована на привабливість для молодіжної аудиторії. Ми можемо використовувати соціальні мережі, рекламу та співпрацю з іншими бізнесами для привернення нових клієнтів. Також, ми повинні постійно покращувати якість послуг та проводити промо-акції для залучення уваги до кафе-хостелу.

План просування для кафе-хостелу:

- Створення візуального бренду. (Розробка логотипу, фірмового стилю, дизайну меню та інтер'єру, який має відповідати концепції кафе-хостелу.)
- Розробка веб-сайту. (Створення привабливого та функціонального веб-сайту зі зручною навігацією та можливістю онлайн-бронювання номерів та столиків у кафе.)
- Активне просування в соціальних мережах. (Створення сторінок кафе-хостелу у популярних соціальних мережах (Facebook, Instagram, Twitter) та регулярне публікування цікавого та привабливого контенту.)
- Рекламна діяльність на місцевому рівні. (Розміщення рекламних оголошень у місцевих газетах та журналах, використання рекламних щитів та банерів, розсилка промо-матеріалів до місцевих жителів та туристів.)
- Організація різноманітних заходів та акцій. (Проведення тематичних вечірок, концертів, культурних заходів та спеціальних пропозицій для клієнтів.)
- Співпраця з місцевими туроператорами та готелями. (Встановлення партнерських відносин з місцевими туроператорами та готелями для залучення туристів до кафе-хостелу.)
- Організація програми лояльності. (Розробка програми лояльності для постійних клієнтів кафе-хостелу, що включатиме знижки та спеціальні умови на проживання та харчування.)

2.5 Види ризиків

SWOT-аналіз - це метод оцінки сильних і слабких сторін компанії (Strengths and Weaknesses) та можливостей та загроз (Opportunities and Threats), що довкола неї існують. SWOT-аналіз представлено у вигляді таблиці 2.5.

Основні ризики, які можна ідентифікувати в рамках SWOT-аналізу, це загрози, які можуть впливати на успіх або невдачу компанії. Загрози можуть бути внутрішніми (такі, які виникають з-за слабкого стану компанії) або зовнішніми (такі, які залежать від факторів зовнішнього середовища). Деякі загрози, які можуть бути визначені у SWOT-аналізі, включають:

- Зміна попиту на продукцію або послуги компанії
- Зміна умов ринку (таких як конкуренція, регулювання)
- Фінансові проблеми або нестабільність внутрішніх процесів компанії
- Проблеми зі збутом продукції або послуг
- Втрата ключових працівників
- Технологічні або інші інновації, що можуть застаріти продукцію компанії
- Потенційні ризики взаємодії з іншими компаніями або клієнтами.

Таблиця 2.5

SWOT-аналіз

1	Сильні сторони	Слабкі сторони
2	Унікальна концепція поєднання кафе і хостелу.	Висока початкова інвестиційна вартість для відкриття кафе-хостелу.
3	Розташування у центральній частині міста або близькість до туристичних визначних місць.	Обмежена кількість номерів для проживання у хостелі.
4	Можливість надання послуг як для місцевих жителів, так і для туристів.	Конкуренція з боку існуючих кафе ресторанів і хостелів у місцевості.
5	Розширений асортимент страв та напоїв, що задовольняє різні смакові уподобання.	Потреба в постійному оновленні меню та адаптації до змін сезонності та попиту.
6	Комфортні та затишні умови для проживання у хостелі.	Недостатня увага до маркетингової стратегії та просування бренду.
7	Можливості	Загрози
8	Зростаючий туристичний потік та попит на доступне проживання.	Зміна економічної ситуації, що може призвести до зменшення платоспроможності клієнтів.
9	Розширення послуг за рахунок організації тематичних заходів, екскурсій та інших розважальних програм.	Законодавчі обмеження та нормативи, що стосуються гастрономічного та готельного бізнесу.
10	Партнерство з туристичними агентствами та онлайн-платформами для привертання клієнтів.	Зміна попиту та смакових уподобань клієнтів, що вимагає постійного аналізу та адаптації.
11	Розвиток технологій у сфері онлайн-бронювання та маркетингу.	Поява нових конкурентів у галузі гастрономії та готельного бізнесу.
12	Підвищення рейтингу та репутації завдяки позитивним відгукам клієнтів.	Негативний вплив непередбачуваних природних чи політичних подій на туристичний потік.

Розроблено автором.

Матриця Мак-Кінсі - це інструмент стратегічного планування, який допомагає компанії визначити свої пріоритети на основі рівня привабливості ринку та її власних здібностей. Представлена у вигляді кількох таблиць 2.6-2.8. Ця матриця також може допомогти ідентифікувати ризики, які пов'язані з

певним ринковим сегментом або здібностями компанії. Деякі ризики, які можна визначити з матриці Мак-Кінсі, включають:

1. Ризики пов'язані з низьким рівнем привабливості ринку, що може призвести до зниження продажів та прибутків компанії.
2. Ризики пов'язані зі зміною вимог клієнтів та зростанням конкуренції на ринку.
3. Ризики пов'язані зі зменшенням здібностей компанії у виробництві та постачанні продукції або послуг.
4. Ризики пов'язані зі змінами регулювання та законодавства, які можуть впливати на діяльність компанії.
5. Ризики пов'язані зі зміною технологій та інновацій, які можуть застаріти продукцію компанії та знизити її конкурентоспроможність.

Таблиця 2.6

Дані оцінювання факторів привабливості ринку

Фактори привабливості й конкурентної позиції		Вага				Оцінка (за 5-бальною шкалою)	
		А		Б		А	Б
1	Привабливість ринку						
2	Загальний обсяг ринку	0,20		0,10		4	5
3	Показник темпів росту на рік	0,20		0,20		5	5
4	Маржа	0,15		0,2		3	5
5	Інтенсивність конкуренції	0,15		0,05		4	4
6	Технологічні вимоги	0,10		0,10		5	5
7	Вплив інфляції	0,05		0,05		3	4
8	Енергоємність	0,07		0,10		4	4
9	Вплив навколишнього середовища	0,08		0,20		5	5
10	Політичний аспект Юридичний аспект	Повинні бути прийнят-ними	Повинні бути прийнят-ними	Повинні бути прийнят-ними	Повинні бути прийнят-ними		
11	РАЗОМ	1		1			

А-кафе: середнє значення		4,8
Б-хостел: середнє значення		4,18

Розроблено автором.

Таблиця 2.7

Дані оцінювання факторів конкурентної позиції

1	Фактори привабливості й конкурентної позиції	Вага		Оцінка (за 5-бальною шкалою)	
		А	Б	А	Б
3	Ефективність бізнесу				
4	Частка ринку	0,10	0,15	3	4
5	Темпи збільшення частки ринку	0,10	0,10	3	4
6	Якість продукції	0,15	0,15	5	5
7	Репутація марки	0,15	0,15	5	5
8	Розподіл продукції	0,05	0,05	4	4
9	Ефективність просування	0,10	0,05	3	4
10	Можливості виробництва	0,05	0,05	3	3
11	Ефективність виробництва	0,05	0,05	3	3
12	Витрати підрозділу	0,10	0,05	3	3
13	Постачання	0,10	0,10	4	5
14	Управлінський апарат	0,05	0,10	4	4
15	РАЗОМ	1	1	40	44
А-кафе: середнє значення		3,8			
Б-хостел: середнє значення		4,1			

Розроблено автором.

Таблиця 2.8

Конкурентоспроможність/ефективність бізнесу

Приваблює ринку	Конкурентоспроможність/ефективність бізнесу			
		висока	середня	низька
5,00				
Висока	1	Стратегія захисту позицій	3 Стратегія розвитку	6 Стратегія посилення конкурентних позицій
3,67				
Середня	2	Стратегія селективного зростання	5 Стратегія вибіркового розвитку	8 Стратегія збирання врожаю
2,23				
Низька	4	Стратегія одержання максимальної вигоди	7 Стратегія збирання врожаю	9 Стратегія елімінації
1,00				
		5,00	3,67	2,33 1,00

Приваблює ринку	Конкурентоспроможність/ефективність бізнесу			
		Висока	середня	низька
5,00				
Висока			«Переможець»(2)	
3,67				
Середня				
2,23				
Низька				
1,00				
		5,00	3,67	2,33 1,00

Розроблено автором.

Для позиції з умовною назвою „*Переможець*” (2) властивим є вищий ступінь привабливості ринку і середній рівень відносних переваг підприємства. З цього можна визначити що підприємство не є лідером у своїй галузі, але в той же час далеко не відстає від нього. Стратегічним завданням такого підприємства є, насамперед, визначення своїх слабких і сильних сторін, а потім здійснення необхідних інвестицій з метою отримання максимальної вигоди зі своїх сильних якостей і поліпшення слабких.

PEST-аналіз - це інструмент стратегічного планування, який допомагає компанії оцінити вплив політичних, економічних, соціальних та технологічних факторів на її діяльність. Цей аналіз також може допомогти ідентифікувати ризики, пов'язані з зовнішніми факторами. Деякі ризики, які можна визначити з PEST-аналізу, включають:

Політичні ризики, пов'язані зі змінами у правових та регуляторних вимогах, які можуть впливати на діяльність компанії

Економічні ризики, пов'язані зі змінами у рівні економічного зростання, інфляції, валютних курсів та інших факторів, які можуть впливати на фінансові показники компанії

Соціальні ризики, пов'язані зі змінами у поведінці та вимогах споживачів, які можуть впливати на попит на продукцію або послуги компанії

Технологічні ризики, пов'язані зі змінами у технологічному середовищі та інноваціях, які можуть впливати на конкурентоспроможність компанії та її здатність виготовляти та постачати продукцію.

Для зменшення ризиків, пов'язаних зі змінами вимог клієнтів та зростанням конкуренції, компанія може розглянути можливість розвитку нових продуктів або послуг, які задовольняють змінені потреби ринку. Важливо також знайти і розвивати конкурентні переваги компанії, такі як висока якість продукції, низькі ціни або швидкість доставки.

Для зменшення ризиків, пов'язаних зі зменшенням здібностей компанії у виробництві та постачанні продукції або послуг, компанія може розглянути

можливість розвитку нових технологій та удосконалення виробничих процесів, що дозволить їй підвищити ефективність та знизити витрати.

Для зменшення ризиків, пов'язаних зі змінами регулювання та законодавства, компанія повинна відстежувати зміни у законодавстві та регуляторних вимогах та готуватися до їх впливу на свою діяльність.

Для зменшення ризиків, пов'язаних зі зміною технологій та інновацій, компанія повинна постійно моніторити технологічне середовище та готуватися до запровадження нових технологій, які дозволять їй залишатися конкурентоспроможною.

Таблиця 2.10

PEST-аналіз

1	Можливість розвитку бойових дій у країні Високий рівень корупції Високі податкові збори	Спад економіки Інфляція Низький курс валют Низький рівень наявних доходів у населення Висока ступінь відкритості економіки, глобалізація
2	Високий рівень потреб та освіченості населення Високі вимоги до якості продукції Розвиток та відновлення сфери гостинності Високий рівень міграції населення Розвиток технологій сфери	Високий рівень інновацій та тех розвитку у сфері гостинності Постійне винаходження та випуск нових товарів/розробок/обладнання на ринок Високий рівень технологічності у сфері гостинності
POLITICAL		ECONOMIC
SOCIAL		TECHNOLOGICAL

Розроблено автором.

Усі ці заходи повинні бути включені до стратегічного планування компанії та регулярно оцінюватися та оновлюватися відповідно до змін на ринку та у зовнішньому середовищі. Для всіх подібних дій використовується PEST-аналіз за прикладом таблиці 2.10

2.6 Методи зменшення ризиків

Зменшення ризиків, пов'язаних з відкриттям і експлуатацією кафе-хостелу, вимагає конкретних заходів, які специфічно враховують особливості закладу, ось заходи які будуть вживатися задля зменшення ризиків для підприємства кафе-хостелу:

- Ретельний аналіз ринку, проведіть детальне дослідження ринку, вивчайте потреби та попит клієнтів, аналізуйте конкуренцію. Це допоможе визначити потенційну успішність вашого кафе-хостелу і виявити можливі ризики, пов'язані з конкуренцією або недостатнім попитом.
- Буде здійснюватися ретельний та пильний контроль за фінансами кафе-хостелу. Встановлений бюджет, визначені прибуткові та витратні статті, використовуючи систему обліку, щоб відстежувати фінансову діяльність та реагувати на зміни.
- Буде надаватися необхідна персоналу навчальна та підготовча робота, щоб вони могли надавати якісний сервіс і ефективно виконувати свої обов'язки.
- Обов'язково буде дотримування високих стандартів якості та безпеки у всіх аспектах закладу. Проведені процедури зберігання та приготування їжі, правил гігієни та санітарії, а також безпека працівників та клієнтів.
- Розроблена ефективна маркетингова стратегія, яка дозволить привернути увагу потенційних клієнтів та відокремитися від конкурентів. Використовуючи соціальні медіа, рекламу, участь у місцевих подіях, співпрацю з місцевими організаціями та інші маркетингові інструменти.
- Задіяні спільноти які створюють позитивні зв'язки у соціальних групах. Також не мене стороною й активна співпраця з місцевими постачальниками, благодійними акціями, мостовими заходами для місцевих мешканців. Це допоможе залучити нових клієнтів та створити позитивне ім'я для кафе-хостелу.

РОЗДІЛ 3. ФІНАНСОВА ОЦІНКА ПРОЕКТУ

3.1 Точка беззбитковості за проектом

Точка беззбитковості - це момент, коли витрати на підтримання бізнесу дорівнюють доходам. Іншими словами, це той момент, коли дохід покриває всі витрати, і фінансовий результат перетворюється з негативного на позитивний.

Для визначення точки беззбитковості існує метод аналізу витрат на створення та підтримання кафе-хостелу, а також визначення середнього рівень доходу, який можна отримати від відвідування кафе та надання послуг хостелу.

Загальні витрати на створення та підтримання кафе-хостелу складаються з таких пунктів: оренда приміщення, ремонтні роботи, закупівля обладнання та інвентарю, зарплата персоналу, витрати на рекламу та маркетинг, комунальні послуги тощо.

З урахуванням цих витрат та очікуваного рівня доходу, було визначено, що точка беззбитковості для кафе-хостелу складає 247 тисяч гривень на місяць. Як зазначено у таблиці 3.1. Це означає, що кафе-хостел повинен отримувати дохід в розмірі не менше 247 тисяч гривень на місяць, щоб покрити всі свої витрати та почати отримувати прибуток. Це $(247\ 000 \cdot 12) = 2\ 964\ 000$ грн. на рік, саме таку суму повинен приносити кафе-хостел задля досягнення беззбитковості.

Таблиця 3.1

Розрахунок точки беззбитковості для проекту відкриття кафе-хостелу.

1	Показник	Сума, грн.
2	Заробітна плата персоналу	78 000
3	Заробітна плата з відрахуваннями (22% ЄСВ)	95 160
4	Заробітна плата адміністративного персоналу	20 000
5	Заробітна плата з відрахуваннями (22% ЄСВ)	24 400
6	Електроенергія, інші комунальні послуги	40 000
7	Обслуговування хостелу, ремонт	4000
8	Амортизація	28 500
9	Програмне забезпечення	1000
10	Інтернет	600
11	Банківські послуги	1000
12	Інші витрати....	
13	Витрати, пов'язані з наданням додаткових послуг	1 000
14	Маркетингові витрати	7 000
15	Закупівлі сировини для кафе-хостелу	45 000
16	Разом	247 660

Розроблено автором.

3.2 Розрахунок необхідних вкладень

Для відкриття кафе-хостелу за даним проєктом передбачається значний обсяг інвестиційних витрат, який складає 2 995 000 грн. на ремонт, організаційні витрати та оснащення приміщення відповідно. Ці витрати були розраховані на основі даних операторів ринку та ринкових цін на необхідні меблі та обладнання, а також витратні матеріали. Див. таблицю 2.4.

Окрім того, для підтримання операційної діяльності протягом перших двох місяців, необхідний додатковий фінансовий ресурс для поповнення оборотних коштів. Для покриття поточних витрат, таких як заробітна плата

працівників, комунальні послуги, закупівля продуктів та інші витрати, необхідно вкласти 300 000 грн. У цей розмір необхідно врахувати можливі зміни в вартості під час планування та виконання проекту.

Таким чином, загальна потреба у фінансових ресурсах для реалізації проекту складає 3 295 000 грн. Варто зазначити, що залежно від ринкової кон'юнктури, ці витрати можуть змінюватися та потребувати додаткового фінансування. Детальний розрахунок та контроль над витратами може значно знизити ризики фінансових втрат та забезпечити успішну реалізацію проекту.

Також за для управління сезонністю потрібно додаткове фінансування у розмірі 530 000 грн. Це ми можемо бачити завдяки прорахування таблиці 3.2. Кафе-хостел даного типу має короткий не сезонний період у який потрібно додаткове фінансування. Додаткове фінансування може допомогти забезпечити достатні оборотні кошти в періоди низького попиту або перед піком сезону. Це дозволяє зберегти нормальну роботу бізнесу і уникнути проблем з недостатністю готівки.

Таблиця 3.2

Розподіл додаткового фінансування на поповнення оборотних коштів

1	Витрати за перші 2 місяці діяльності	Вартість, грн
2	Оренда приміщення та комунальні послуги	110 000
3	Заробітна плата працівників	200 000
4	Закупівля продуктів харчування	100 000
5	Маркетинг та реклама	70 000
6	Інші витрати	50 000
7	Загальна вартість	530 000

Розроблено автором.

3.3 Розрахунок прибутку та рентабельності проекту

Розрахунок прибутку та рентабельності проекту можна зробити, використовуючи дані про продажі та витрати на реалізацію проекту за перші п'ять років діяльності підприємства. Зазначені дані можна подати в вигляді таблиць, які матимуть відображати дохід підприємства та його витрати за кожен з років діяльності. Як зазначено в таблицях 3.3-3.7.

Таблиця 3.3

Розрахунок прибутку за п'ять років діяльності підприємства

1	Ефективність проекту					
2						
3	Притоки	1	2	3	4	5
4		1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
5	Прибуток	1 503 454	1 526 665	1 596 996	1 669 437	1 744 051
6	Амортизація	342 000	342 000	342 000	342 000	342 000
7	Сума	1 845 454	1 868 665	1 938 996	2 011 437	2 086 051

Розроблено автором.

Таблиця 3.4

Розрахунок прибутку за місяць від діяльності кафе

1		Вартість	Кількість днів	Коеф. завантаження	Кількість продажів	Дохід
2	Напої	45	30	1	150	202500
3	Сніданки	45	30	1	70	94500
4	Ланчі	55	30	1	120	198000
5	Вечері	80	30	1	70	168000
6	Десерти	70	30	1	50	105000
7	Особові страви	90	30	1	35	94500
8	Всього					862500

Розроблено автором.

Таблиця 3.5

Розрахунок прибутку за місяць від діяльності хостелу

1		Вартість од	Кількість днів	Коефіцієнт завантаженості	Кількість людей	Дохід
2	Проживання у хостелі	180	30	1	14	75600
3	Сніданок	110	30	0,2	14	9240
4	Всього					84840

Розроблено автором.

Таблиця 3.6

Розрахунок помісячного доходу від діяльності кафе-хостелу

1	Міс	Дохід (кафе)	Дохід (хостел)	Дохід всього	Коефіцієнт завантаженості кафе	Коефіцієнт завантаженості хостелу
2	1 міс	258750	72114	330864	0,3	0,9
3	2 міс	215625	72114	287739	0,25	0,9
4	3 міс	345000	76356	421356	0,4	0,9
5	4 міс	388125	76356	464481	0,45	0,9
6	5 міс	388125	76356	464481	0,45	0,9
7	6 міс	431250	42420	473670	0,5	0,5
8	7 міс	474375	42420	516795	0,55	0,5
9	8 міс	388125	42420	430545	0,45	0,5
10	9 міс	517500	76356	593856	0,6	0,9
11	10 міс	345000	76356	421356	0,4	0,9
12	11 міс	301875	76356	378231	0,35	0,9
13	12 міс	258750	76356	335106	0,3	0,9

Розроблено автором.

Таблиця 3.7

Розрахунок рентабельності проекту за п'ять років діяльності підприємства

1		1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
2	Sales Виручка	5 118 480	5 169 664	5 324 754	5 484 497	5 649 032
3	Net Sales (чистий дохід, без ПДВ)	4 265 400	4 308 054	4 437 295	4 570 414	4 707 526
4	COGS (собівартість реалізації послуг, продукції)	1 681 920	1 693 339	1 727 939	1 763 578	1 800 285
5	Gross Profit (валовий прибуток)	2 583 480	2 614 715	2 709 356	2 806 837	2 907 242
6	SG&A (витрати адміністративні та витрати на збут)	408 000	410 928	419 800	428 938	438 350
7	EBITDA	2 175 480	2 203 787	2 289 556	2 377 899	2 468 892
8	Depreciation (Амортизація)	342 000	342 000	342 000	342 000	342 000
9	EBIT (прибуток до сплати процентів та податків)	1 833 480	1 861 787	1 947 556	2 035 899	2 126 892
10	EBT	1 833 480	1 861 787	1 947 556	2 035 899	2 126 892
11	Income Tax (на загальній системі - 18% з прибутку)	330 026	335 122	350 560	366 462	382 841
12	Net Income (чистий прибуток)	1 503 454	1 526 665	1 596 996	1 669 437	1 744 051

Розроблено автором.

Розрахунок прибутку та рентабельності проекту є важливою складовою в оцінці ефективності підприємства. На основі фінансових показників, таких як прибуток, валовий прибуток, витрати та інші, можна визначити рентабельність проекту.

За результатами розрахунків можна стверджувати, що проект є ефективним, оскільки чистий прибуток у кожному з п'яти років зростає, що свідчить про успішну діяльність підприємства.

Зокрема, за перший рік діяльності підприємства очікується чистий прибуток у розмірі 1 503 454 грн, а за п'ятий рік – вже 1 744 051 грн.

Також важливим показником є рентабельність проекту, яка в розрахунку за перший рік складає 29%, а за п'ятий – 31%. Ці показники свідчать про те, що підприємство зможе повернути вкладені кошти та отримати прибуток у майбутньому.

Отже, на підставі розрахунків можна стверджувати, що проект є ефективним та має перспективи успішної діяльності в майбутньому.

3.4 Розрахунок терміну окупності проекту

Розрахунок терміну окупності проекту є важливим етапом у визначенні фінансової ефективності підприємства. Цей показник вказує на час, необхідний для повернення вкладених коштів.

Термін окупності проекту можна розрахувати, поділивши суму необхідних вкладень на річний чистий прибуток після оподаткування.

Для нашого проекту з вкладеннями в розмірі 3 825 000 грн і чистим прибутком після оподаткування у перший рік в розмірі 1 503 454 грн, можемо розрахувати термін окупності:

Термін окупності = Вкладення / Чистий прибуток

Термін окупності = 3 825 000 грн / 1 503 454 грн = 2.55 роки

Отже, прогнозований термін окупності проекту складає близько 2.55 роки. Це означає, що після цього періоду підприємство поверне вкладені кошти. Враховуючи розрахунки терміну окупності, можна зробити висновок про фінансову стабільність та перспективи успіху проекту. Висновок про фінансову стабільність та перспективи успіху проекту базується на розрахунках прибутку, рентабельності та терміну окупності.

Згідно з проведеними розрахунками, проект кафе-хостелу демонструє позитивні фінансові показники. Протягом перших п'яти років діяльності підприємства, очікується постійне зростання прибутку. Крім того, рентабельність проекту також збільшується протягом цього періоду, що

свідчить про ефективність управління витратами та збільшення валового прибутку.

Термін окупності проекту складає близько 2.55 років, що означає, що вкладені кошти будуть повністю повернуті протягом цього періоду. Короткий термін окупності є позитивним сигналом і свідчить про швидкий повернення інвестицій.

На підставі цих розрахунків можна зробити висновок, що проект кафе-хостелу має перспективи успіху та фінансову стабільність. Зроблені інвестиції у ремонт приміщення, оснащення та запуск підприємства є ефективними, оскільки вони окупляться протягом короткого періоду. Успішний розвиток підприємства може забезпечити стійкий прибуток та стабільний потік доходів у майбутньому. Однак, необхідно продовжувати вдосконалювати бізнес-процеси, залучати та зберігати клієнтів, а також враховувати зміни в ринковому середовищі для забезпечення тривалої успішної діяльності підприємства.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження були отримані певні результати, що дозволяють зробити наступні висновки та формулювати пропозиції щодо предмету захисту та досягнення поставленої мети дослідження. Визначено, що об'єкт дослідження, кафе-хостел, та його відкриття, є перспективним проектом з урахуванням сучасних тенденцій та попиту на послуги розміщення та харчування. Це можна підтвердити якщо звернутися до розрахунків у яких ми можемо побачити що виручка вже за перший рік може сягати 5 мільйонам гривень, а чистий прибуток 1,5 мільйона гривень у перший рік. Це дає змогу розрахувати рентабельність проекту, яка в розрахунку за перший рік складає 29%, а за п'ятий – 31%. Також на підставі проведеного аналізу ринку та дослідження конкурентних переваг встановлені наші потенційні клієнти, це студенти та молодь у цілому, також мандрівники певної категорії, розуміння цього сприятиме успішному функціонуванню проекту. Була проведена детальна оцінка фінансових показників та ризиків, пов'язаних з реалізацією проекту. Встановлено необхідну суму додаткового фінансування для досягнення стабільної роботи та рентабельності, розмір якої склав 530 000 грн.

Виявлено, що ефективне управління проектом є ключовим фактором його успішної реалізації. Для цього були проведені роботи по розробкам PEST, SWOT - аналізів, також була розроблена Матриця Мак-Кінсі. Була виявлена необхідність у регулярній перерозробці цих методів аналізу підприємства. Було вживано заходів для створення ефективної команди, яка буде відповідальна за керування проектом та координацію роботи всіх відділів. Було розроблене меню кафе-хостелу. Зазначено, що ретельне планування та контроль за якістю послуг буде самим важливими аспектом у період роботи закладу. Завдяки світовим прикладам були впровадженні стандарти якості та постійне навчання персоналу з метою підвищення рівня обслуговування. Було розглянуто та прийнято ряд маркетингових заходів, спрямованих на привернення та утримання клієнтів. Був вироблений план по активному використанню соціальних медіа, організація тематичних заходів та пропозицій, індивідуальних знижок для постійних

клієнтів. Встановлено необхідність постійного моніторингу ринкових тенденцій та аналізу конкурентів з метою адаптації та вдосконалення стратегії розвитку проекту. Виявлено, що важливим аспектом успіху проекту є розробка іміджу та бренду кафе-хостелу. Виявлено необхідність інвестувати в маркетингові дослідження та розробку унікального стилю кафе-хостелу, що дозволить виділитися серед конкурентів та привернути увагу цільової аудиторії. Результати дослідження підтверджують важливість збереження високої якості продуктів та послуг, задля підтримки іміджу кафе-хостелу на високому рівні для залучення нових клієнтів та утримання постійних. Виявлено, що впровадження технологій автоматизації та електронного обліку сприяє оптимізації робочих процесів та зменшенню витрат тому на етапі проектування закладається бюджет на такого роду технологій. Встановлення спеціалізованого програмного забезпечення для управління кафе-хостелом, обліку запасів та взаємодії з клієнтами.

Загалом, результати дослідження підтверджують досягнення мети бакалаврської роботи та вирішення основних завдань, визначених у вступі. Висновки дослідження мають практичне значення і можуть бути використані в розробці та реалізації успішного проекту у гастрономічній галузі.

Література

1. Андреева Г.І. Організація і методика економічного аналізу: навчальний посібник. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. 353 с.
2. Березін О.В., Березіна Л.М., Бутенко Н.В. Економіка підприємства: Навч. посібник. К.: Знання, 2010. 390с.
3. Вилгін Є. А. Інструменти підвищення результативності функціонування регіонального інвестиційно-будівельного комплексу. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2019. No 1.
4. Ганусич В. О. Поняття сукупного доходу підприємства та його відображення у фінансовій звітності. Науковий вісник Ужгородського університету. Сер. : Економіка. 2014. Вип. 3. С. 169-172.
5. Григорук П. М. Оцінювання результативності діяльності компанії. Моделювання та інформаційні системи в економіці. 2018. No 96. С. 56-65.
6. Бутнік-Сіверський О. Б. Оновлення виробничої системи підприємства з позиції теорії інноваційного доходу. Ефективна економіка. 2011. No 11.
7. Бутнік-Сіверський О. Б. Економетрична оцінка результативності інноваційно-інвестиційного потенціалу в харчовій промисловості України. Інтелект XXI. 2020. No 3. С. 126-134.
8. Офіційний сайт компанії Кафе-хостел Львів. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://coffeehomehostel.lviv.ua/uk/>
9. Lonely Planet, Alexis Averbuck, Carolyn Bain, Belinda Dixon, Jade Bremner. Lonely Planet Iceland 2020. С. 101-126
10. ВАЛЕНТИНА КУЗИК. Особливості українського хостелінгу. 2010. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://tyzhden.ua/osoblyvosti-ukrainskoho-khostelinhu/>
11. Winkler: "Café d' Europe - the biggest Europe-wide dialogue with the public". Архів оригіналу за 4 листопада 2014. Процитовано 27 квітня 2019.
12. "The Backpacker's Guide to Europe" by Will Jones The Backpacker's Guide to Europe 2015. С. 176

13. "The Hostel Handbook: A Traveler's Guide to Making Meaningful Connections Around the World" by Robert Reid The Hostel Handbook 2016. С. 125
14. "Cafe Europa: Life After Communism" by Slavenka Drakulić Cafe Europa 1999. С. 224
15. "The Backpacker" by John Harris The Backpacker 2011. С. 384
16. "Lost in the Spanish Quarter" by Heddi Goodrich Lost in the Spanish Quarter 2019. С. 400
17. "The Bookshop on the Corner" by Jenny Colgan The Bookshop on the Corner 2016. С. 384
18. "A Year in Provence" by Peter Mayle A Year in Provence 1991. С. 224
19. Дизайн інтер'єру кав'ярні [Електронний ресурс]. - Режим доступу до інформації https://www.archdaily.com/625718/rozove-cafe-modelina-architekci?ad_source=search&ad_medium=search_result_all
20. Нойферт М. С. Будівельне проектування/ М.С. Нойферт. – М.: Будівельне проектування, 1991.– 392 с.
21. Основи охорони праці: \Винокурова Л. Е., Васильчук М. В., Гаман М. В. Основи охорони праці: Підручн. для проф.-техн. навч. закладів. — 2-ге вид., допов., перероб. — К.:, 2001.- 192 с.
22. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація
23. Череп А. В. Стратегічне планування і управління : навч. посіб. / А. В. Череп, А. В. Сучков. – К. : Кондор, 2011. – 334 с.
24. Янковець Т. М. Економічна сутність бізнес-плану інноваційного проекту / Т. М. Янковець [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.knutd.com.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/statja_yankovec
25. Черданцева І. Г. Планування діяльності у ресторанному бізнесі з урахуванням тенденцій ринку / І. Г. Черданцева // Збірник наукових праць ЧДТУ. – 2017. – Випуск 47. - С.83 - 89
26. Рекомендації по складанню бізнес-плану, розроблені Українським Фондом підтримки підприємництва (УФПП). – Режим доступу: <http://ufpp.kiev.ua>.

27. Прокопюк А. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України та Польщі / А. Прокопюк, Ю. Феленчак // Науковий вісник НЛТУ України. – 2015. – Вип. 25.4. – С. 259–265.
28. Про порядок обліку платників податків і зборів Наказ Мінфіну No 1588 від 29.12.11 (із зм. і доп. від 02.02.2015). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1562-11>
29. Про підприємництво. Закон України No 698-12 07.02.1991, із змінами та доповненнями станом на 12.02.15 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
30. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі алкогольними напоями : постанова Кабінету Міністрів України від 30.07.1996 р. No 854 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/854-96-%D0%BF>.
31. Офіційний сайт компанії "Ресторанний консалтинг" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.recon.com.ua/>
32. Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств: затверджені Наказом Міністерства економіки України від 06.09.2006 р. No 290. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0290665-06>.
33. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 р.: [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.oda.te.gov.ua/data/upload/publication/main/ua/20090/strategija2020.doc>
34. Гінда М.І. Тенденції розвитку ресторанного господарства. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції "Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи" (м. Львів, 29.11.2016 р.). - Львів: МАУП, 2016. - Ч.1. - 360 с. - С.301-306