

БИЗНЕС-ПЛАН ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

СОЗДАНИЕ ЖЕНСКОГО ФИТНЕС-КЛУБА И САЛОНА КРАСОТЫ



СОДЕРЖАНИЕ

1 РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА	3
2 ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА	4
3 ОПИСАНИЕ УСЛУГ	6
4 АНАЛИЗ РЫНКА	7
5 ПЛАН ПРОДАЖ И СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА	10
6 РЕСУРСЫ ПРОЕКТА	11
7 ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	13
8 АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ И ПРОЕКТНЫХ РИСКОВ	17

1 РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Суть Проекта	Открытие женского фитнес-клуба и салона красоты.
Организационно правовая форма реализации проекта	Общество с ограниченной ответственностью
Оптимальная система налогообложения	УСН 15% (доходы минус расходы)
Этапы реализации Проекта	1 - аренда и ремонт помещения общей площадью не менее 500 кв.м.; 2 - закупка и установка оборудования, прием на работу специалистов; 3 - открытие клуба и проведение рекламной кампании с целью привлечения новых клиентов, выход на плановые объемы предоставления услуг.
Показатели эффективности Проекта	NPV - 3 741 тыс. руб.; IRR - 31%; период окупаемости - 32 месяца.
Финансирование Проекта	Инвестиционные затраты составят 5 000 тыс. руб., в том числе: <ul style="list-style-type: none">• 4 500 тыс. руб. - оборудование и мебель;• 50 тыс. руб. - монтаж оборудования;• 450 тыс. руб. - рекламная кампания. Источники финансирования инвестиционного Проекта: Собственные средства / инвестиции - 5 000 тыс. руб.

2 ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

2.1 ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

- **Суть ПРОЕКТА**

Проект направлен на открытие женского фитнес-клуба и салона красоты, удовлетворяющего потребности населения в качественных спортивно-оздоровительных и косметических услугах.

- **ПРОИЗВОДИМЫЕ УСЛУГИ**

В клубе планируется предлагать следующие основные услуги:

- Фитнес (в том числе детский);
- Тренажерный зал;
- Косметология:
 - солярий;
 - маникюр;
 - депиляция;
 - оформление бровей;
 - наращивание ресниц;
- Массаж.

- **ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА**

- Аренда и ремонт помещения.
- Закупка и установка оборудования, прием на работу специалистов.
- Открытие клуба и проведение рекламной кампании с целью привлечения клиентов, выход на плановые объемы предоставления услуг.

- **РЕГИОН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА**

Орловская область, г. Орел

- **ИНИЦИАТОР ПРОЕКТА**

Т.1 Сведения об инициаторе проекта

Полное наименование
Краткое наименование
Местонахождение
Телефон
E-mail
Адрес в интернет
Руководитель
ОГРН
ИНН
Уставный капитал

Примечание: Заполняется инвестором

- **ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ УСЛУГ**

Женщины, занимающиеся фитнесом и посещающие салоны красоты, а также дети.

- **ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОЕКТА**

Объединение фитнес-клуба и салона красоты, что экономит время клиенток и более удобно для них.

- **ВОЗДЕЙСТВИЕ ПРОЕКТА НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ**

Проект не оказывает воздействие на окружающую среду.

2.2 ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Т.2 График реализации Проекта

ВИД РАБОТЫ	ГРАФИК РАБОТ ПО МЕСЯЦАМ					
	1	2	3	4	5	6
Заключение договора аренды помещения						
Ремонт помещения						
Оплата оборудования						
Поставка оборудования						
Монтаж оборудования						
Найм и обучение персонала						
Открытие клуба и работа в техническом режиме						
Выход на проектную мощность						

2.3 РАЗРЕШИТЕЛЬНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

Деятельность не требует лицензирования.

3 ОПИСАНИЕ УСЛУГ

Все услуги в рамках проекта были разделены на следующие группы:

- фитнес;
- тренажерный зал;
- косметология.

Цены на фитнес услуги представлены в таблице:

Т.3 Цены на фитнес услуги и тренажерный зал

Абонемент	Стоимость, руб.	Стоимость квартального абонемента	Стоимость полугодового абонемента	Стоимость годового абонемента
4 занятия	1200	3240	6500	12240
8 занятий	1950	5500	10500	20000
12 занятий	2200	6200	12000	22500
Безлимит	2700	6900	12900	24000

Цены на услуги салона красоты.

Оказываемые услуги и принятые в рамках проекта средние цены:

- солярий – 28 руб./мин.;
- маникюр - 1100 руб.;
- депиляция – 1000 руб.;
- оформление бровей - 700 руб.;
- наращивание ресниц - 1600 руб.;
- в женском фитнес-клубе также оказываются услуги по дарсонвализации, массажу и др. В рамках проекта средняя цена прочих услуг принята в размере 1000 руб.

4 АНАЛИЗ РЫНКА

4.1 ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

Фитнес - направление спортивных услуг, которое начало активно развиваться в России с конца 90-х - начала 2000-х годов. Первые фитнес-клубы появились в Москве еще в начале 90-х годов. В узком и общепринятом смысле фитнес - это оздоровительная методика, позволяющая изменить формы тела и его вес и надолго закрепить достигнутый результат. Она включает в себя физические тренировки, в некоторых случаях в сочетании с правильно подобранной диетой. К основным и наиболее популярным видам фитнеса можно отнести следующие:

- Степ-аэробика
- Аквааэробика
- Фитнес-катание на роликовых коньках
- Танец на пилоне (pole dance)
- Памп-аэробика
- Босу
- Танец-живота
- Калланетика
- Скандинавская ходьба
- Кроссфит
- Фитбол-аэробика
- Пилатес
- Фитнес-йога
- Слайд-аэробика
- Фитбокс
- Стрейтчинг
- Зумба-аэробика

Фитнес - это часть рынка спортивно-оздоровительных услуг, который, в свою очередь, является частью рынка платных услуг. Платные услуги являются важной частью в структуре расходов населения. Однако, по доле платных услуг в структуре валовых расходов на душу населения, Россия значительно отстает от развитых стран. В первую очередь, это происходит по причине относительно низкого уровня доходов и большой доли в них затрат на продукты питания. С увеличением доходов, доля расходов на продовольствие будет снижаться, а доля расходов на платные услуги увеличиваться.

Эксперты отмечают постоянное падение реальных располагаемых доходов населения с 2014 года; только в I квартале 2016 года они упали на 3,7%. Это падение вызвало сокращение расходов домашних хозяйств на 4,3%, что, в свою очередь, отрицательно сказалось на динамике ВВП - оно привело к падению валового внутреннего продукта на 1,2% в годовом выражении.

При этом, по словам аналитиков (Росстат и Аналитический центр при Правительстве РФ), потребление платных услуг отличается высокой стабильностью на фоне падения спроса на товары (в первую очередь длительного пользования) - в 2015 году спрос на услуги упал всего лишь на 2%, в то время как сжатие розничной торговли составило 10%. Объем рынка платных услуг в 2015 году составил 7,9 трлн руб., что соответствует 17,3% добавленной стоимости всего рынка услуг страны.

Рынок спортивных услуг в целом испытывает определенные трудности, ведущие к спаду его объемов. Падение, начавшееся в 2014 году, продолжается до сих пор. Это вызвано общим ухудшением экономической обстановки в стране. Ежегодный прирост до 2014 года составлял более 25%, а потенциальная емкость рынка оценивалась в 2 млрд долларов, при том, что рынок очень далек от насыщения.

Все действующие в отрасли спортивно-оздоровительных услуг организации можно разделить на две категории: коммерческие и некоммерческие. Первые создаются с целью получения прибыли, вторые направлены на то, чтобы сделать спортивные услуги доступными для малоимущих слоев населения. В настоящий момент на рынке существует дисбаланс. Государственное финансирование направлено в первую очередь на реализацию масштабных проектов, а также на небольшие спортивные структуры и заведения (обычно финансируются из регионального бюджета). Частные инвесторы вкладывают деньги в фитнес-клубы, доля которых достигает 75% в общем объеме инвестиций.

Финансовый кризис и падение реальных доходов населения в 2016 году оказали влияние и на сферу фитнес-услуг. Тем не менее, несмотря на такое негативное влияние, рынок продолжил расти. При этом его темпы роста, по некоторым оценкам, весьма значительны для российской экономики. Согласно данным РБК Исследования рынков, в 2015 году рынок фитнес-услуг вырос на 14,1% в денежном выражении и на 3,6% в реальном (натуральном). Совокупный объем рынка, включая сопутствующие направления (кроссфит, индивидуальные тренировки) составил по итогам года около 101,5 млрд рублей.

Согласно опросу экспертов РБК, на сегодняшний день фитнесом занимаются 12,5% жителей Москвы и Московской области. В то же время, вовлеченность жителей других мировых столиц (в первую очередь, развитых стран) достигает 20-25%. Это говорит о том, что рынок фитнес-услуг в России обладает значительными перспективами развития, а его объем может быть увеличен не менее, чем в два раза.

По разным оценкам, на сегодняшний день в России действуют 3,5-3,7 тысяч фитнес-клубов, а объем российского рынка фитнес-индустрии составляет не более 1% от общемирового рынка.

Рынок фитнес-услуг в России имеет выраженную географическую диверсификацию. Выделяют четыре основных направления: столичный регион, где рынок развит более всего, Санкт-Петербург с высоким уровнем развития, города-миллионники с молодым и относительно слабо развитым рынком и остальные города России.

К наиболее перспективным для развития сферы фитнес-индустрии относят города с большой численностью населения. Рынок городов-миллионников (без Москвы и Санкт-Петербурга) оценивается по итогам 2016 года 28,4 млрд рублей или 28% от совокупного объема. Это говорит о том, что региональный рынок еще далек от насыщения и имеет существенные перспективы развития.

Характерной особенностью для Московского региона является значительная степень консолидации рынка - значительная его часть поделена между несколькими крупными игроками. В регионах ситуация пока что отличается - рынок диверсифицирован, присутствует большое количество небольших игроков, в том числе региональных. Однако, при дальнейшем развитии рынка в регионах следует ожидать развития столичного сценария с консолидацией рынка и его разделом между несколькими крупными сетевыми игроками.

Также популярным сценарием развития фитнес-индустрии в регионах является высокая доля франчайзинга. Доля фитнес-клубов, открытых по франшизе, в регионах составляет около 25%. Роль франчайзинга может стать определяющей в условиях насыщения столичных рынков и необходимости развития региональных рынков. Преимущества работы по франшизе очевидны: узнаваемый бренд, лояльность арендодателей, помощь франчайзера с поставками оборудования и обучением персонала, автоматизация системы управления, помощь в организации отдела продаж и даже, в некоторых случаях, рекламная поддержка.

Преимущество франшизы - как и крупных сетей - заключается также в том, что они имеют больше инструментов для решения возникающих проблем, например, более гибкую систему ценообразования, систему скидок по клубным картам и прочие, что позволяет привлечь большее количество клиентов.

Одним из основных факторов, ограничивающих развитие фитнес-индустрии в регионах, долгое время было отсутствие пригодных площадей для аренды, слабой заинтересованностью и низким уровнем доходов населения. С конца 2000-х годов стало появляться все больше помещений, соответствующих требованиям арендаторов - как за счет строительства новых объектов коммерческой недвижимости, так и за счет ремонта старого фонда; доходы населения достигли уровня, достаточного для потребления услуг фитнес-индустрии при том, что на рынок стали выходить игроки низких ценовых сегментов.

Уровень инвестиций в открытие фитнес-клуба значительно отличается в зависимости от ценового сегмента, в котором он планирует работать. На запуск проекта в сегменте «Премиум» может потребоваться более 200 млн рублей, для сегментов «Бизнес» и «Комфорт» эта сумма может находиться в пределах 80-100 млн рублей, а для небольшой фитнес-студии - 5-7 млн рублей.

К актуальным событиям и изменениям рынка фитнес-индустрии можно отнести многочисленные закрытия и открытия клубов, а также смену локаций, которая связана с изменением условий аренды, стоимости и другими факторами. Многие арендодатели не идут навстречу якорным клиентам, которыми зачастую являются фитнес-клубы. Цены часто фиксируют в условных единицах, что привело к росту стоимости аренды только в 2015 году на 25-30%. Разумеется, что далеко не все игроки могут компенсировать такой рост за счет собственной рентабельности или транслировать повышение через повышение цен на свои услуги, и вынуждены уходить с рынка.

К факторам, способствующим дальнейшему росту рынка можно отнести следующие:

- слабая степень проникновения фитнес-услуг на отечественный рынок - по последним данным, только 3% населения России занимаются фитнесом, в то время как в развитых странах этот показатель достигает 15%;
- рост популярности фитнеса как общемировой тренд; ежегодные темпы прироста аудитории опережают общемировые показатели;
- государственная политика в области спорта пропагандирует здоровый образ жизни, что способствует проникновению фитнес-услуг;
- слабое развитие фитнес-услуг в регионах;
- для значительной части целевой аудитории посещение фитнес-клуба и приобретение годового абонемента;
- это демонстрация социального статуса и принадлежности к определенной социальной группе; даже в условиях кризиса эта группа людей не готова отказываться от услуг фитнес-центров; в первую очередь это касается сегментов «Люкс» и «Премиум».

4.2 СЕЗОННОСТЬ РЫНКА

Наблюдается сильная сезонность на рынке фитнес-услуг. В частности, наблюдается серьезный спад в декабре и январе, а также в июле и августе. На рынке косметических услуг сезонность менее выражена. Единственной услугой, подверженной сильным сезонным колебаниям, является солярий.

В рамках проекта планируется следующая сезонность, которая рассчитана на основе уже имеющейся деятельности.

Т.4 Коэффициенты сезонности на услуги Клуба

Услуга	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
Фитнес абонементы	61%	106%	122%	122%	122%	106%	61%	61%	122%	122%	122%	76%
Фитнес абонементы социальные	62%	99%	123%	123%	123%	99%	62%	62%	123%	123%	123%	74%
Фитнес абонементы детские	60%	100%	120%	120%	120%	100%	60%	60%	120%	120%	120%	80%
Солярий	38%	63%	76%	126%	164%	164%	126%	101%	101%	101%	76%	63%
Шугаринг	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Оформление бровей	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Наращивание ресниц	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Маникюр	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Прочие	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

4.3 СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Т.5 Результаты сравнительного анализа конкурентных преимуществ основных конкурентов на рынке

Наименование критерия	Вес	ООО		Конкурент №1	
		оценка по 5-ти балльной шкале	ср. оценка (вес*оценка)	оценка по 5-ти балльной шкале	ср. оценка (вес*оценка)
Цена	0,20				
Разнообразие спортивного инвентаря	0,10				
Квалификация инструкторов	0,15				
Качество услуг	0,20				
Удобство расположения	0,20				
Сервис / приятная среда	0,15				
Итого	1				

Примечание: Заполняется инвестором

5 ПЛАН ПРОДАЖ И СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

5.1 ПРОГНОЗНЫЙ ОБЪЕМ ПРОДАЖ

В рамках Проекта предполагается предоставлять несколько видов услуг. Единицей измерения услуг является условная единица, представляющая собой среднюю по стоимости услугу. Помесячные значения объема услуг представлены в таблице.

Т.6 Прогнозный объем услуг Клуба по месяцам, усл.ед.

Наименование	янв	фев	мар	апр	май	июнь	июль	авг	сен	окт	ноя	дек
Фитнес абонементы	200	350	400	400	400	350	200	200	400	400	400	250
Фитнес абонементы социальные	50	80	100	100	100	80	50	50	100	100	100	60
Фитнес абонементы детские	15	25	30	30	30	25	15	15	30	30	30	20
Солярий	756	1 260	1 512	2 520	3 276	3 276	2 520	2 016	2 016	2 016	1 512	1 260
Шугаринг	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Оформление бровей	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
Наращивание ресниц	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
Маникюр	1 400	1 400	1 400	1 400	1 400	1 400	1 400	1 400	1 400	1 400	1 400	1 400
Прочие	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144

Прогнозный объем производства по годам реализации проекта представлен в следующей таблице.

Т.7 Прогнозный объем услуг Клуба по годам

Наименование	1	2	3	4	5	6	7	ИТОГО
Фитнес абонементы	3950	3950	3950	3950	3950	3950	3950	27650
Фитнес абонементы социальные	970	970	970	970	970	970	970	6790
Фитнес абонементы детские	295	295	295	295	295	295	295	2065
Солярий	23940	23940	23940	23940	23940	23940	23940	167580
Шугаринг	480	480	480	480	480	480	480	3360
Оформление бровей	912	912	912	912	912	912	912	6384
Наращивание ресниц	636	636	636	636	636	636	636	4452
Маникюр	16800	16800	16800	16800	16800	16800	16800	117600
Прочие	1728	1728	1728	1728	1728	1728	1728	12096

5.2. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

Для привлечения клиентов предполагается запустить рекламную кампанию и акцию скидок на фитнес абонементы. В рекламном бюджете запланированы дополнительные расходы в первый год в размере 450 тыс. руб.

6 РЕСУРСЫ ПРОЕКТА

6.1 ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗАКУПАЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Основные затраты связаны в рамках проекта будут связаны с приобретением спортивного оборудования и инвентаря для тренажерного зала, мебели и офисного оборудования. Предполагается приобретение следующего оборудования.

Т.8 Список приобретаемого спортивного оборудования

Наименование	Цена, руб.	Кол- во	Сумма, тыс. руб.
Боди - памп	5800	8	46,4
Степ-платформа	4000	15	60
Полусфера	4900	2	9
Бодибар	1700	34	57,8
Гантель в винил.оболочке	600	76	45,6
Стойка для аэробных гантелей	17000	1	17
Мяч	1000	59	59
Кольцо для пилатес, пластик	1800	24	43,2
Цилиндр	2300	24	55,2
ИТОГО		294	394

Кроме указанных статей расходов планируется приобрести следующие основные средства.

Т.9 Закупаемые объекты основных средств

Наименование	Сумма, тыс. руб.	Наименование	Сумма, тыс. руб.
Солярий	280	Кушетка	60
Мойка парикмахерская	50	Диван в трен. зал	20
CRM-система	70	Детская комната	50
1С фитнес	70	Оргтехника	130
Звукооборудование, видеонаблюдение	425	Бытовая техника	10
Зеркала	200	Пылесос, швабры	10
Жалюзи	85	Кассовый аппарат	15
Мебель ДСП	470	Телефоны	10
Мебель в салон	211	Прочее	1 900
Барные стулья	40	ИТОГО	4 106

Таким образом, совокупные расходы на основные средства составят 4 500 тыс. руб.

6.2 ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ

Ниже в таблице представлено планируемое штатное расписание Клуба.

Т.10 Штатное расписание предприятия

№	Должность	Номер года принятия на работу	Заработная плата, руб./мес.	Численно- сть, чел.	ФОТ, руб./мес.	ФОТ, тыс. руб./год
Административный персонал						
1	Директор	1	25 000	1	25 000	300 000
2	Администратор	1	15 000	7	105 000	1 260 000
Итого				8	130 000	1 560 000
Основной производственный персонал						
2	Фитнес-тренер	1	21 400	20	428 000	5 136 600
3	Мастер	1	48 000	18	865 200	10 382 400
Итого				38	1 293 000	15 521 000
ИТОГО				46	1 423 000	17 081 000

Таким образом, планируемая численность персонала предприятия составит 46 человек, из которых 8 относятся к административно-управленческому персоналу, 38 - к основному производственному.

Трудоустройство сотрудников будет осуществляться в соответствии с трудовым законодательством. Работники будут иметь право на ежегодный оплачиваемый отпуск, больничный и другие социальные льготы и выплаты.

Средняя заработная плата на предприятии составит 30 935 руб./мес.

Деятельность предприятия в рамках проекта предполагает сезонность производства, однако, штатное расписание в течение года меняться не будет, но будет уровень меняться оплаты труда.

Персонал принимается на работу в первый год реализации Проекта.

7.4 ТЕКУЩИЕ РАСХОДЫ

7.4.1 КАЛЬКУЛЯЦИЯ ПРЯМЫХ МАТЕРИАЛЬНЫХ ЗАТРАТ

Прямые материальные затраты отсутствуют в фитнес-услугах, а в косметических услугах они составляют 20%. Ниже приведена калькуляция прямых материальных затрат на производство ед. услуги.

Т.14 Расчет расходов прямых материальных затрат на производство 1 ед. услуги

Услуга	Ед. изм.	Средняя стоимость, руб.	% материальных затрат	Сумма затрат на ед., руб.
Фитнес абонементы	ед.	3000	0	0
Фитнес абонементы социальные	ед.	1500	0	0
Фитнес абонементы детские	ед.	2000	0	0
Солярий	мин.	28	20	5,6
Шугаринг	ед.	800	20	160
Оформление бровей	ед.	700	20	140
Наращивание ресниц	ед.	1600	20	320
Маникюр	ед.	1100	20	220
Прочие	ед.	1000	20	200

Кроме материальных затрат к прямым относится сдельная оплата труда. Ниже приведена калькуляция прямых затрат на оплату труда на производство ед. услуги.

Т.15 Расчет расходов на сдельную оплату труда на производство 1 ед. услуги

Услуга	Ед. изм.	Средняя стоимость, руб.	% сдельной оплаты труда	Сумма затрат на ед., руб.
Фитнес абонементы	ед.	3000	40	1200
Фитнес абонементы социальные	ед.	1500	40	600
Фитнес абонементы детские	ед.	2000	40	800
Солярий	мин.	28	0	0
Шугаринг	ед.	800	50	400
Брови	ед.	700	50	350
Ресницы	ед.	1600	50	800
Маникюр	ед.	1100	50	550
Прочие	ед.	1000	50	500

С учетом объемов производства ниже в таблице приведены расходы на материалы и сдельную оплату труда в течение реализации проекта.

Т.16 Прямые расходы на материалы и сдельную оплату труда по месяцам, тыс. руб.

Наименование	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
Фитнес абонементы	240	420	480	480	480	420	240	240	480	480	480	300
Фитнес абонементы социальные	30	48	60	60	60	48	30	30	60	60	60	36
Фитнес абонементы детские	12	20	24	24	24	20	12	12	24	24	24	16
Солярий	4,2	7,1	8,5	14,1	18,3	18,3	14,1	11,3	11,3	11,3	8,5	7,1
Шугаринг	22,4	22,4	22,4	22,4	22,4	22,4	22,4	22,4	22,4	22,4	22,4	22,4
Оформление бровей	37,2	37,2	37,2	37,2	37,2	37,2	37,2	37,2	37,2	37,2	37,2	37,2
Наращивание ресниц	59,4	59,4	59,4	59,4	59,4	59,4	59,4	59,4	59,4	59,4	59,4	59,4
Маникюр	1078	1078	1078	1078	1078	1078	1078	1078	1078	1078	1078	1078
Прочие	100,8	100,8	100,8	100,8	100,8	100,8	100,8	100,8	100,8	100,8	100,8	100,8
ВСЕГО	1584	1793	1870	1876	1880	1804	1594	1591	1873	1873	1870	1657

Т.17 Прямые расходы на материалы и сдельную оплату труда по годам, тыс. руб.

Наименование	1	2	3	4	5	6	7	ИТОГО
Фитнес абонементы	4 740	4 740	4 740	4 740	4 740	4 740	4 740	33 180
Фитнес абонементы социальные	582	582	582	582	582	582	582	4 074
Фитнес абонементы детские	236	236	236	236	236	236	236	1 652
Солярий	134	134	134	134	134	134	134	938
Шугаринг	269	269	269	269	269	269	269	1 883
Оформление бровей	447	447	447	447	447	447	447	3 129
Наращивание ресниц	712	712	712	712	712	712	712	4 984
Маникюр	12 936	12 936	12 936	12 936	12 936	12 936	12 936	90 552
Прочие	1 210	1 210	1 210	1 210	1 210	1 210	1 210	8 470
ВСЕГО	21 266	21 266	21 266	21 266	21 266	21 266	21 266	148 862

7.4.3 НАКЛАДНЫЕ РАСХОДЫ

Деятельность предприятия связана с осуществлением широкого перечня накладных расходов. Кроме этого, в проекте заложены расходы на техническое обслуживание и ремонт, коммерческие расходы и прочие накладные расходы.

Т.18 Прочие текущие и накладные расходы, руб.

Статья затрат	Сумма в месяц, руб.	Сумма в год, руб.
Техническое обслуживание и ремонт зданий и сооружений	10000	120 000
Техническое обслуживание и ремонт оборудования	19000	228 000
Хозяйственные нужды	39000	468 000
Аренда помещений	300000	3 600 000
Бухгалтерия	10000	120 000
Услуги банка	4000	48 000
Реклама	20000	240 000
ИТОГО		4 824 000

Т.19 Текущие расходы, тыс. руб.

ТЕКУЩИЕ ЗАТРАТЫ	1	2	3	4	5	6	7	Итого
Прямые производственные расходы								
Расходы на материалы	4584	4584	4584	4584	4584	4584	4584	32088
Зарплата основного производственного персонала	16682	16682	16682	16682	16682	16682	16682	116774
Начисление взносов на зарплату основного произв. персонала	5038	5038	5038	5038	5038	5038	5038	35266
Общие производственные расходы								
Амортизация	1517	1517	1264	0	0	0	0	4298
Техническое обслуживание и ремонт зданий и сооружений (1%)	120	120	120	120	120	120	120	840
Техническое обслуживание и ремонт оборудования (5%)	228	228	228	228	228	228	228	1596
Прочие расходы (2% от материальных затрат)	458	458	458	458	458	458	458	3206
Административные расходы								
Зарплата административного персонала	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	10920
Взносы на зарплату административного персонала	471	471	471	471	471	471	471	3297
Аренда помещений	3615	3615	3615	3615	3615	3615	3615	25305
Бухгалтерия	120	120	120	120	120	120	120	840
Услуги банка	42	42	42	42	42	42	42	294
Коммерческие расходы								
Реклама	240	240	240	240	240	240	240	1680
ИТОГО ТЕКУЩИХ ЗАТРАТ	34674	34674	34422	33158	33158	33158	33158	236402

7.5 КАПИТАЛЬНЫЕ РАСХОДЫ И АМОРТИЗАЦИЯ

В рамках проекта планируется приобретение основных средств на сумму 4 500 тыс. руб. В первоначальную стоимость основных средств также будут включены расходы на монтаж оборудования в сумме 50 тыс. руб. Кроме того, планируется произвести рекламные расходы в сумме 450 тыс. руб.

Срок амортизации основных средств (в том числе тренажеров) принят за 3 года (2-я амортизационная группа). По всем объектам используется линейный метод амортизации.

7.6 ПРОГНОЗ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ

Т.20 Прогноз прибылей и убытков по проекту, тыс. руб.

СТАТЬЯ	1	2	3	4	5	6	7	ИТОГО
Выручка	35133	35133	35133	35133	35133	35133	35133	245931
- Себестоимость проданных товаров	30658	30658	30658	29141	29141	29141	29141	208537
материалы и комплектующие	4584	4584	4584	4584	4584	4584	4584	32088
оплата труда	18242	18242	18242	18242	18242	18242	18242	127694
налоги, относимые на текущие затраты	5509	5509	5509	5509	5509	5509	5509	38563
производственные расходы	806	806	806	806	806	806	806	5642
амортизация	1517	1517	1517	0	0	0	0	4550
Валовая прибыль	4475	4475	4475	5992	5992	5992	5992	37394
- Коммерческие расходы	240	240	240	240	240	240	240	1680
- Административные расходы	3777	3777	3777	3777	3777	3777	3777	26439
Прибыль (убыток) от продаж	458	458	458	1975	1975	1975	1975	9275
Прибыль до налогообложения	458	458	458	1975	1975	1975	1975	9275
- Налог на прибыль	69	69	69	296	296	296	296	1391
Чистая прибыль (убыток)	390	390	390	1679	1679	1679	1679	7884
Чистая прибыль нарастающим итогом	390	779	1169	2848	4526	6205	7884	

Как видно из таблицы, совокупный доход от проекта за 7 лет составит 246 млн. руб. Накопленная чистая прибыль составит 7,9 млн. руб.

7.7 ПЛАН ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Источниками финансирования инвестиционных затрат являются инвестиции в размере 5 000 тыс. руб.

Т.21 Структура финансирования проекта, тыс. руб.

СТАТЬЯ	ИТОГО
Потребность в инвестициях:	5 000
Инвестиции в оборудование	4 550
Подготовительные затраты	450
Источники финансирования:	5 000
Инвестиции / собственные средства	5 000

Таким образом, для реализации проекта необходимо вложение средств на сумму 5 000 тыс. руб.

8 АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ И ПРОЕКТНЫХ РИСКОВ

8.1 АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

Т.22 Показатели эффективности Проекта

СТАТЬЯ	0	1	2	3	4	5	6	7	ИТОГО
Денежный поток по проекту, тыс. руб.	-5000	1907	1907	1907	1679	1679	1679	1679	7437
Чистый дисконтированный денежный поток, тыс. руб.	-5000	1734	1576	1433	1147	1043	948	862	3741
Накопленный чистый дисконтированный денежный поток, тыс. руб.	-5000	-3266	-1690	-258	889	1932	2879	3741	
NPV, тыс. руб.		3741							
IRR, %		31							
Срок окупаемости, мес.		32							

Оценка Проекта производилась на горизонте 7 лет.

Норма дисконта принята на уровне 10%.

По итогам анализа Проекта получены следующие основные показатели эффективности Проекта:

NPV денежного потока 3 741 тыс. руб.

NPV - это текущая стоимость всех денежных потоков от Проекта, не включая постпрогнозную стоимость. Иными словами, NPV включает дисконтированную стоимость денежных потоков каждого периода (с учетом инвестиционных затрат).

Положительный NPV свидетельствует, что Проект имеет доходность более высокую, чем ставка дисконтирования и показывает массу полученного дохода.

Положительное значение NPV говорит о том, что Проект может быть принят, так как в результате осуществления Проекта будет получен доход, которого будет достаточно для:

- а возмещения инвестиционных затрат;
- б обеспечения стоимости капитала (в размере ставки дисконтирования);
- в получения прироста капитала в размере NPV.

Простой срок окупаемости 32 месяца

Срок окупаемости Проекта - период с момента первых инвестиций до момента окупаемости. Момент окупаемости - наиболее ранний момент времени, когда накопленный чистый доход становится неотрицательным.

Чем выше срок окупаемости, тем менее инвестиционно привлекателен Проект.

IRR - внутренняя норма доходности Проекта 31 %

IRR - это ставка дисконтирования, при которой NPV Проекта равен нулю. Для того чтобы Проект считался эффективным, IRR должна быть выше используемой ставки дисконтирования. Чем в большей степени IRR превышает ставку дисконтирования, тем лучше характеристики Проекта и тем он более устойчив к колебаниям рынка и ошибкам прогнозов.

Также IRR можно интерпретировать как максимальную стоимость капитала, при которой Проект не становится убыточным.

Полученная величина IRR соответствует ставке дисконтирования, что говорит о возможности реализации Проекта.

8.2 АНАЛИЗ ПРОЕКТНЫХ РИСКОВ

Идентификация рисков - это процесс систематического выявления источников и классификация рисков, определения факторов, влияющих на их проявление, и предварительные оценки прогнозируемой значимости различных факторов для реализации инвестиционного Проекта.

Источники рисков - это незапланированные события, способные потенциально осуществиться и оказать влияние на инвестиционный Проект.

В таблице далее приведена идентификация рисков, которые могут оказать влияние на разработанный инвестиционный Проект.

Из полученных данных следует, какие показатели наиболее подвержены рискам. Самыми чувствительными показателями являются: объемы продаж и переменные затраты. Наиболее значимыми рисками являются инфляция и задержка сроков введения объекта в эксплуатацию.

Т.23 Влияние рисков инвестиционного Проекта на изменение основных показателей инвестиционного Проекта

Виды риска инвестиционного Проекта	Факторы рисков, которые в результате могут повлечь за собой: снижение доходности, сроков окупаемости Проекта								ИТОГО баллов	
	объем выручки	цена реализации	затраты на материалы	переменные затраты	постоянные затраты	инвестиции в основные фонды	оборотный капитал	Налоги		
Внешние:										
Усиление деятельности основных конкурентов	уменьшение	уменьшение								2
Появление на рынке новых конкурентов	уменьшение	уменьшение								2
Инфляция			увеличение	увеличение	увеличение		увеличение	увеличение		5
Резкое изменение курса рубля						увеличение				1
Изменения в налоговом законодательстве								увеличение		1
Внутренние:										
Задержка сроков введения объекта в эксплуатацию	уменьшение			увеличение		увеличение				3
Низкая квалификация персонала	уменьшение									1
Потери рабочего времени	уменьшение			увеличение						2
ИТОГО баллов	5	2	1	3	1	2	1	2		

КОНТАКТЫ:

АО «Корпорация развития Орловской области»

Адрес: 302028, г. Орел, ул. Салтыкова-Щедрина, д. 34

Время работы офиса: с 9:00 до 18:00

Телефон +7 (4862) 76-00-18

Факс: +7 (4862) 44-30-18

E-mail: web@park57.ru