

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт общественных наук
Кафедра экономики и менеджмента

Разработка бизнес-плана открытия фитнес-клуба в г. Дегтярск

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой
_____ С.Л. Фоменко

Исполнитель:
Гарбуз Дарья Олеговна,
обучающийся БУ-42Z группы
4 курса заочного отделения

подпись

Научный руководитель:
Трофимова Оксана Александровна,
канд.пед.наук, доцент кафедры
ЭиМ

Екатеринбург 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ.....	6
1.1 Сущность бизнес-планирования деятельности фирмы.....	6
1.2 Принципы и требования написания бизнес-плана.....	9
1.3 Содержание разделов бизнес-плана.....	14
Выводы по первой главе.....	22
ГЛАВА 2. БИЗНЕС-ПЛАН ФИТНЕС-КЛУБА «SPORT LIFE».....	24
2.1 Резюме.....	24
2.2 Описание предприятия и отрасли.....	25
2.3 Описание продукции.....	28
2.4 Маркетинговый план.....	29
2.5 Производственный план.....	33
2.6 Организационный план.....	40
2.7 Финансовый план.....	43
2.8 Оценка рисков и их страхование.....	51
Выводы по второй главе.....	52
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	54
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	56
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	59
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....	61
ПРИЛОЖЕНИЕ 3.....	63

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Несмотря на все сложности малые предприятия развиваются и для того чтобы их деятельность была более эффективной нужно организовать предприятие малого бизнеса. Зачастую деятельность малого предприятия осуществляется без бизнес-плана, хотя организовывать деятельность предприятия нужно на основе бизнес-плана.

Проведя анализ аналитической и статистической информации о динамике развития малого бизнеса и о его текущем состоянии, можно сделать вывод, что в России на сегодняшний день имеются необходимые условия для реализации эффективной государственной поддержки развития малого предпринимательства, так как на это обращается большое внимание в последнее время.

Такие улучшения обусловлены рядом предпосылок:

- появление конституционных гарантий и возможностей свободного осуществления предпринимательской деятельности;
- закрепление статуса малого предпринимательства на законодательном уровне как особого вида экономической деятельности, в отношении которого действуют особые меры государственной поддержки.

При этом существует негативное влияние на эффективное развитие малого предпринимательства в России, связанное с рядом факторов: экономических, общественных и политических:

- большое количество административных барьеров и наличие коррупции в государственных и контролирующих органах;
- отрицательное восприятие предпринимателей малого бизнеса различными представителями власти;

- недоверие населения к государственной политике в сфере малого предпринимательства, которая выражается в «консервации» личных сбережений и осуществлении предпринимательской деятельности;
- низкий уровень предпринимательской активности и культуры;
- низкая эффективность консолидации предпринимателей для защиты собственных интересов и прав;
- отсутствие знаний по разработке бизнес-плана.

Сложилось противоречие между необходимостью открытия нового предприятия для удовлетворения спроса потребителей и отсутствия разработанного бизнес-плана.

Проблема исследования: как разработать бизнес-план для открытия нового предприятия удовлетворяющего спрос потребителя.

Объект исследования: бизнес-план открытия нового предприятия, удовлетворяющего спрос потребителя.

Предмет исследования: процесс разработки бизнес-плана открытия нового предприятия.

Цель исследования: разработка бизнес-плана фитнес-клуба «Sport life» в г. Дегтярск.

Задачи исследования:

1. Изучить теоретические основы бизнес-планирования в деятельности фирмы.
2. Раскрыть принципы и требования написания бизнес-плана.
3. Разработать бизнес-план открытия фитнес-клуба «Sport life» в г. Дегтярск.
4. Оценить риски открытия фитнес-клуба.

В работе используется комплекс взаимодополняющих методов исследования:

- теоретические: изучение литературы по теме исследования, нормативных документов, обобщение подходов;

– эмпирические: опрос, наблюдение, экономико-статистические методы сбора и обработки информации, проектирование, экономико-математические расчеты.

Теоретическая и методологическая основа исследования. В работах, посвященных бизнес-планированию заслуживают внимание труды таких российских ученых, как Веснин В.Р., Кочеткова А.И., Морошкин В.А., Парахина В.Н., Басовский Л.Е., Волгина В.В. Различные аспекты бизнес-планирования на малых предприятиях нашли своё отражение в трудах авторов: С. В. Петуховой, А. Н. Петрова, В. П. Бурова, А. Л. Ломашкина, А. С. Пелиха. Среди зарубежных авторов представляют интерес работы таких авторов, как Поли Берд, Фил Стоун и др.

Теоретической основой для данного исследования послужили также учебные и методические пособия таких ведущих авторов, как: П. Барроу, Байкалова А. И., Берд П., Бухалков М. И., Буров В. П., Булатова Н. Н., Гайворонская С. А.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы из 36 источников. Текст работы проиллюстрирован 3 рисунками, 8 таблицами, 3 приложениями.

Во введении представлен научный аппарат работы. В первой главе раскрывается необходимость, сущность и структура бизнес-плана; во второй главе разработан бизнес-план фитнес-клуба в г. Дегтярске. Заключение содержит основные выводы и предложения работы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ

1.1 Сущность бизнес-планирования деятельности фирмы

Без эффективного, высококвалифицированного управления невозможен успех работы любой организации, так как каждая функция менеджмента влияет на сам процесс управления. Базовой функцией в менеджменте выделяют – планирование [32].

В современном управлении принята классификация управленческих функций, разработанная Г. Эмерсоном, А. Файолем, Ф. Тейлором, позднее дополненная другими отечественными и иностранными исследователями. Данная классификация представляет собой систему организационно-экономических функций, относящейся ко всем сторонам осуществления деятельности предприятия: целеполагание, планирование деятельности, определение стратегии, проектирование бизнес-процессов, организация, координация деятельности, мотивация персонала, контроль за выполнением работы, оценка деятельности, корректировка конечной цели и т. д.

Понятие «бизнес-планирование» состоит из двух составляющих.

Бизнес – это деятельность, направленная на получение дохода гражданами, располагающими некой собственностью [11].

Планирование – это целенаправленная деятельность предприятия, представляющая собой взаимосвязь внутрихозяйственных проблем (экономические, социальные, организационные, инвестиционные, управленческие и другие) в виде единой системы. Следовательно, планирование в организации – основа создания и управления, нормативная база для разработки и принятия управленческих решений [7].

Объединив данные понятия в одно, можно сформулировать следующее понятие бизнес-планирования – это последовательная разработка

мероприятий, включающих в себя определение цели, содержания, сбалансированного взаимодействия ресурсов, объемов, методов, последовательности и сроков выполнения деятельности по производству, реализации товаров или оказанию услуг [2].

Следовательно, бизнес-планирование является не только способностью прогнозирования предстоящих действий, но и способностью определения вероятных рисков, возникающих в ходе реализации деятельности, а также умением их предотвращать. Предприятия не могут полностью устранить риск, но способны управлять им с помощью тщательного планирования [11].

Принято выделять следующие планы деятельности организации: наступательные и оборонительные. Первые направлены на развитие организации (освоение новых рынков, производство новых товаров и оказание новых услуг, увеличению доли рынка), вторые же способствуют удержанию позиций на действующем рынке с целью предупреждения банкротства организации [9].

Под развитием организации понимается такой процесс принятия решения, при котором достигается целевое (желательное и более совершенное) состояние деятельности и путь его достижения с учетом внутренних возможностей и внешних факторов (условий) [22].

В годы существования Советского Союза у всех на слуху были такие выражения как «Выполним и перевыполним план!», «Пятилетку - в четыре года!». Для любой хозяйственной деятельности существовали плановые показатели - количество тонн зерна, стали или чугуна. План был и у каждого предприятия. Существовал он и для каждой территориальной единицы - области или союзной республики.

Действовал отдельный орган - Госплан СССР, работали плановые органы республиканского и местного уровня, а также комиссии при министерствах. Система этих учреждений была запутанной, часто с двойным подчинением. Крупные предприятия всесоюзного значения контактировали с Госпланом напрямую. При этом политические цели и высокие показатели

были важнее экономической целесообразности. А исследования причин невыполнения плана находились под негласным запретом, так как «подрывали социалистическую экономику».

В современном бизнесе можно ставить реалистичные задачи и при этом рассчитывать, что их действительно постараются выполнить. В СССР зачастую в план вносились показатели, которых нереально было достичь, а основным призывом было не просто выполнить, а перевыполнить этот план. Интересно, что при плановом хозяйстве предприятия оказывались в двойственном положении. Выполнение и перевыполнение плана влекло за собой почет, награды и преференции, а для руководителей - карьерные возможности. Однако это означало, что план на следующий период будет повышен и предприятию придется приложить еще больше усилий для его выполнения. Те же, кто не мог выполнить план, решительно осуждались, но на следующий год планка для них оставалась на прежнем уровне. Поэтому руководители не всегда так уж старались добиться сверхвысоких показателей.

Инструменты, которые помогут в процессе бизнес-планирования:

1. Планирование сбыта – установка плана на долгосрочную перспективу, исходя из имеющегося в данный момент спроса, с учетом разных сегментов рынка.
2. Планирование производства – расчет по данным планирования сбыта.
3. Планирование появления новых производственных мощностей.
4. Планирование деятельности в сфере инвестиций.
5. Планирование по работе с персоналом.
6. Планирование материально-технического обеспечения.
7. Планирование материальных запасов.
8. Финансовое планирование.
9. Планирование ликвидности.
9. Планирование рекламы.

10. Балансировка плана – по факту, представляет собой сравнение состояние экономики и финансов организации с обязательством.

11. Планирование результата включает в себя расчет всех показателей, которые оценивают планируемую результативность: экономическую, финансовую, производственную, трудовую, социальную, экологическую.

12. Экологическое планирование.

13. Планирование бюджета – ключевой инструмент в управлении организацией. При использовании данного метода вся деятельность компании представляет из себя процесс балансировки дохода и расхода по четко обозначенным пунктам. Также в нем обязательно прописывается индивидуальная ответственность.

Таким образом, бизнес-планирование является процессом объективной оценки индивидуальной предпринимательской деятельности организации, а также инструментом инвестиционных и проектных решений с учетом рыночных потребностей и экономической ситуацией.

1.2 Принципы и требования написания бизнес-плана

Бизнес-план – это документ, в котором формулируется цель предполагаемой экономической деятельности, описываются работы, услуги, содержится анализ рынка, а также рассматриваются организационно-правовые вопросы и функции производства, дается технико-экономическое обоснование эффективности планируемой работы [20].

Вследствие этого бизнес-планы по объектам бизнеса можно классифицировать в соответствии с рисунком 1.

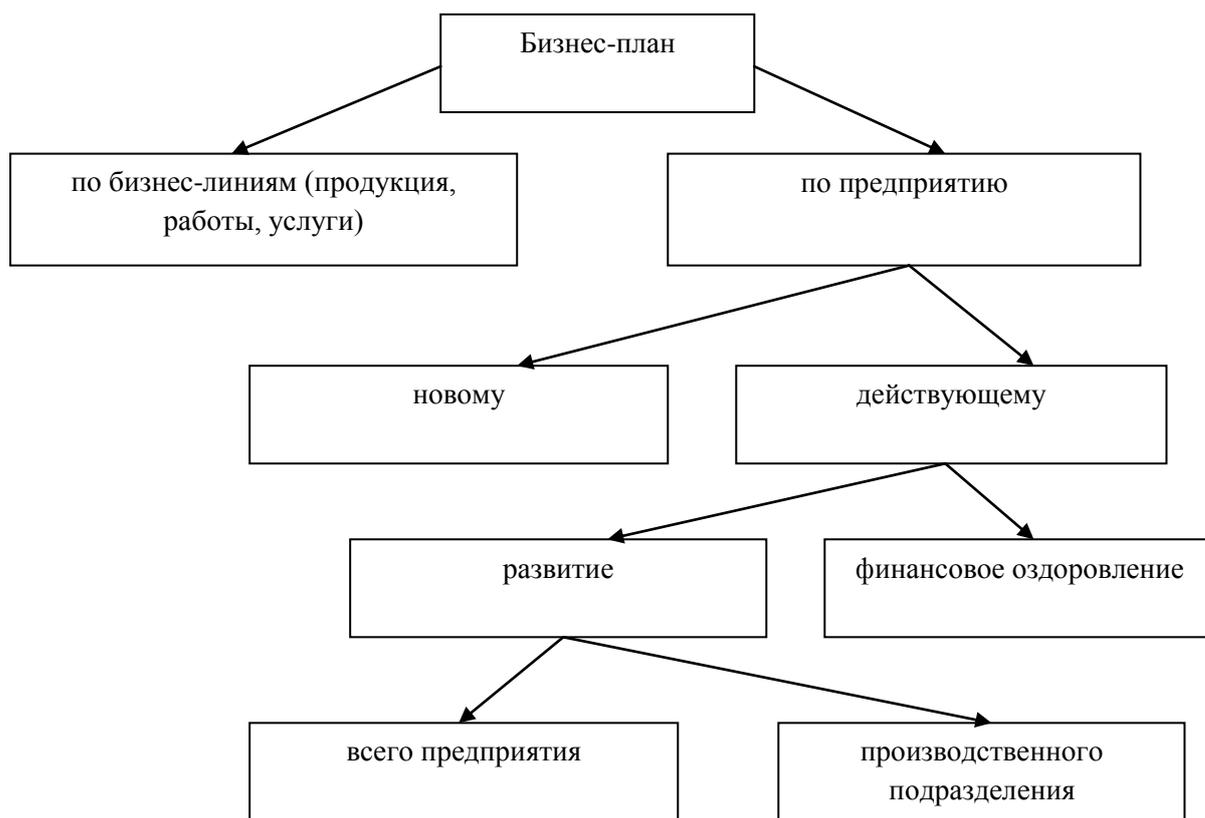


Рис. 1. Типология бизнес-планов по объектам бизнеса

Составление бизнес-плана должно основываться на исследовании конкурентной области, анализе направления и эффективности проекта. Следует учитывать, что впоследствии план будет представляться вашим клиентам и партнерам как обоснование надежности, и рентабельности бизнеса [12].

План для развития бизнеса разрабатывается с учетом особенностей и характеристик конкретного предприятия, однако, существуют общие стандарты написания.

В первую очередь, данный документ должен представлять компанию – ее название, фактический и юридический адреса, контактную информацию, реквизиты и сферу деятельности – эти сведения пишутся на титульном листе. Далее следует резюме, которое содержит краткое описание проекта. Эта часть не должна занимать более 2-3 страниц, главная её цель – заинтересовать в дальнейшем ознакомлении с документом.

Требования, предъявляемые к бизнес-плану.

1. Бизнес-план – предназначен для того, чтобы потенциальный инвестор или кредитор ознакомился с проектом и заинтересовался в его реализации. Бизнес-план должен быть написан в стиле рекламного проекта, информация в нем должна быть объективна и достоверна. Все выводы и гипотезы, описанные в бизнес-плане, должны быть основаны на доказательствах, которые подкреплены достоверными фактами и примерами из реальной практики бизнеса. В бизнес-плане должна быть предусмотрена система показателей, с помощью которых можно отслеживать сроки выполнения работ, объем производства, план продаж, а так же проведение план-факт анализа. Объем бизнес-плана, как правило, не должен превышать 60-80 страниц текста формата А4 [13].

2. Финансовый план – это раздел бизнес-плана, в котором прогнозируются доходы и расходы по проекту. Вместе с анализом рынка и маркетинговым планом, финансовый план является неотъемлемой частью бизнес-плана.

3. Презентация бизнес-планов. Презентация – это последовательный набор слайдов, которые содержат текст, таблицы, графики и т.п. Назначение презентации состоит в том, что бы быстро отразить суть проекта и показать коммерческую эффективность.

Кроме того любая дополнительная информация, относящаяся к прорабатываемому проекту так же должна быть подготовлена для возможного дальнейшего рассмотрения.

4. Бизнес-план не предполагает каких-либо догадок, сомнительных или неопределенных допущения и выводы, которые не основаны на расчетах и экспертных оценках [13, с. 239].

Основная часть бизнес-плана начинается характеристикой компании – её истории, целей, достижений, положение бизнеса на конкурентном рынке, организационной структуры и т.д. Ключевую роль играет объективность предоставления информации, она свидетельствует о надежности и серьезном

положении бизнеса. Описание предприятия продолжается исследованием целевой аудитории и рынка сбыта продукции и услуг.

План обязательно должен включать маркетинговый анализ рекламных компаний, исследования потребительской мотивации и др. Сведения о финансовой и кадровой политике представляют план производства и схема структурных подразделений компании.

Любые параметры бизнес-планов содержат финансовый отчет, показывающий, какой объем ресурсов потребуется для реализации проекта, и определяющий сроки его окупаемости [13].

Процесс бизнес-планирования. Перед созданием самого бизнес-плана, важно собрать всю необходимую информацию. Для этого существуют следующие этапы:

Этап 1. Определяем источники нужной информации. Этими источниками могут быть как учебники по планированию, так и госучреждения, которые занимаются проблемами малого бизнеса. Кроме того, это могут быть консалтинговые компании, издания или обучения по корректному формированию бизнес-планирования. Даже друзья и знакомые могут послужить источником информации.

Этап 2. Определяем цели разработки бизнес-плана. Оцените тот перечень задач и проблем, на решение которых направлен ваш бизнес-план. Исходя из него и определяются ваши цели. Лишь при создании добротного и качественного плана, можно добиться достижения всех поставленных целей.

Этап 3. Определяем цели читателей. Кто будет входить в круг читателей – внутренние сотрудники компании или еще и внешние? Возможно, это будут потенциальные инвесторы и акционеры, может даже банки.

Этап 4. Устанавливаем общую структуру создаваемого документа.

Этап 5. Собираем информацию, чтобы подготовить все разделы нашего бизнес-плана. Данный этап обеспечивает нас поддержкой тех, у кого уже есть опыт и знания в бизнес-планировании. Это могут быть как внутренние

сотрудники, которые уже имеют опыт и знание внутренних процессов. Важно привлекать внешних консультантов, которые смогут провести грамотную оценку рынка и спрогнозировать все важные процессы в сфере финансирования. Помимо финансистов, важно вовлекать еще и экономистов широкого профиля, консультантов по управленческим вопросам. План продаж: нюансы составления и реализации

Этап 6. Пишем бизнес-план. Основное правило этого этапа – самостоятельное составление бизнес-плана самим предпринимателем, вне зависимости от наличия у него опыта и навыков. Консультанты уже не будут требоваться на этом этапе, так как на предыдущем они всю задачу выполнили – собрали информацию и первично обработали.

Вот некоторые причины, почему бизнес-план может быть делегирован:

1. Отсутствие полных и систематичных знаний всех положительных и отрицательных сторон компании, направления деятельности самой организации и возможных в будущем проектов.

2. Отсутствие обучения бизнес-планированию, что может отрицательно сказаться на всех действиях организации в будущем (так как планирование – ключевая задача любого руководителя).

3. Отсутствие способностей в продажах и демонстрации конкурентных преимуществ проекта в защите перед инвесторами. Кроме того, возможна даже потеря доверия со стороны инвесторов.

Последний этап может завершить процесс написания бизнес-плана, но лучше добавить еще один – седьмой. Его задача будет состоять в том, чтобы дать план на ознакомление авторитетным бизнесменам, которые никоим образом не заинтересованы и являются сторонними лицами. Это позволит произвести оценку, основываясь на конструктивной критике.

1.3 Содержание разделов бизнес-плана

Важное значение имеет структура бизнес-плана, поскольку этот документ иногда играет решающую роль в становлении нового или развитии существующего бизнеса. Содержание, объем и стиль написания некоторых разделов в разных бизнес-планах могут существенно отличаться друг от друга, при этом состав разделов в обобщенном виде сводится к следующим:

1. Резюме.
2. Описание предприятия и отрасли.
3. Описание товара или услуги.
4. Маркетинговый план.
5. Производственный план.
6. Организационный план.
7. Финансовый план.
8. Оценка рисков и их страхование.

Сфера услуг является одной из основных отраслей общественного производства, призванной чутко реагировать на потребности и спрос населения.

На сегодняшний день сфера услуг испытывает необходимость нового подхода к планированию и организации предприятия. Комплексный подход в обслуживании, ориентация на клиентов со средним уровнем дохода при соблюдении достаточного качества услуг и сервиса может обеспечить предприятию стабильный доход.

Бизнес-план открывается титульным листом. Титульный лист бизнес-плана должен привлечь внимание адресата и заставить его ознакомиться с документом.

Содержание должно отразить основные разделы бизнес-плана и помочь будущим инвесторам понять суть вашего предложения.

С резюме начинается изложение содержательной части проекта. Это своего рода реклама проекта, а потому оно должно содержать убедительные доказательства его привлекательности. Резюме пишется в завершение работ над текстом бизнес-плана. Однако, поскольку читать проект начинают с резюме, вполне уместно предварить представление материала очень сжатым изложением существа проекта.

Раздел «Описание предприятия и отрасли» содержит основные сведения о предприятии и сфере его деятельности. Здесь находят отражение главные события, повлиявшие на появление идей предлагаемого бизнеса, а также главные проблемы, стоящие перед организацией в настоящее время. Оценивается фактическое положение предприятия на рынке, указываются направления его развития на перспективу. Давно существующее предприятие приводит краткую историю своей хозяйственной деятельности. Указывается тип предполагаемого бизнеса. Представляются те виды деятельности, которыми предприятие предполагает заниматься или уже занимается.

При описании компании нужно придерживаться только фактов, воздержаться от преувеличений и попыток показать компанию более крупной и успешной, чем она есть на самом деле [35].

В разделе «План маркетинга» дается разъяснение, заключающееся в приведении возможностей предприятия в соответствие с ситуацией на рынке. При составлении бизнес-плана в сфере услуг нужно принимать во внимание, что не все маркетинговые приемы, которые широко используются в сфере материальных товаров, применимы в сфере услуг.

План маркетинга предусматривает следующие подразделы [32].

Маркетинговая стратегия – планирование и организация сил и средств предприятия и использование их в наиболее выгодных и перспективных направлениях. В этом разделе детализируются цели маркетинга по продаже конкретных товаров (услуг), определяются рынки, на которые предприятие будет ориентироваться, основные сегменты рынков по каждому отдельному виду товаров (услуг), тактика конкурентной борьбы, бюджет маркетинга.

После этого определяется конкретная маркетинговая стратегия для достижения сформулированных целей.

Ценообразование. Цена товара может определяться с учетом множества факторов: себестоимости продукции (средних издержек производства), уникальных достоинств товара, его качества, цены конкурентов на аналогичный товар (услугу) или товары-заменители, цены, определяемой спросом на данный товар (услугу). Выбор метода установления цен и уровень планируемой предприятием цены свидетельствуют о выработке предприятием своей ценовой политики. Ценовая политика в маркетинге может включать:

- выход на рынок;
- вытеснение конкурентов с рынка;
- ввод на рынок нового товара;
- получение сверхприбыли на основе стратегии «снятия сливок с рынка»;
- быстрое возмещение затрат, связанных с производством и сбытом продукции;
- сохранение стабильного положения на рынке при нормально-умеренной рентабельности;
- поддержание и расширение доли рынка фирмы и др.

Раздел «План производства» готовится только той фирмой, которая занимается или будет заниматься производством.

Он должен описать путь, на основе которого предприятие планирует в ближайшие 2-3 года (для крупных компаний до 4-7 лет) эффективно изготавливать продукцию [17].

В разделе «Организационный план» указываются организационно-правовая форма предприятия, сведения о партнерах, мера ответственности партнеров, организационная структура фирмы с распределением обязанностей и функций [41].

Финансовый план. В этом разделе мы рассмотрим все вопросы, которые касаются финансовой обеспечительной деятельности компании и варианты самого эффективного применения денег (как своих, так и заемных), основываясь на нынешней информации по финансам и прогнозируемым объемам реализации продукции на рынке в перспективе. Здесь мы получаем достоверную систему данных, которые будут отображать прогноз результатов по финансовой деятельности компании.

Прогнозирование финансовой результативности поможет решить основные вопросы, которые стоят на повестке у каждого менеджера. Именно здесь менеджер увидит прибыль, которую он сможет получать, а кредиторы смогут оценить возможность заемщика обслуживать долги.

В текущем пункте указывается:

- отчет о прибыли и убытке;
- балансировка финансовых трат и доходов;
- прогнозный баланс активов и пассивов (для предприятия);
- анализ безубыточности;
- стратегия финансирования.

Помимо этого, необходимо рассчитывать показатели финансового состояния компании (расчеты ликвидности, платежеспособности, прибыльности, использования активов, акционерных капиталов). Все эти данные можно рассчитывать на основе отчетов и документации.

В этом разделе необходимо указать, сколько капитала хочет получить фирма, форму инвестиций, как будут использоваться полученные фонды и какую долю компании приобретает инвестор. Нужно показать, каким образом по истечении определенного времени инвестор сможет получить обратно свой вклад, стоимость которого пропорционально возрастает; как будут использоваться деньги инвестора [5].

Все расчеты в финансовом разделе должны подтвердить, что, начиная с некоторого уровня производства товара, его выпуск будет приносить прибыль.

Для этого производится расчет точки самоокупаемости (безубыточности) проекта (таблица 1).

Таблица 1. Определение точки безубыточности

Показатели	Товары		
	А	Б	В
Постоянные затраты, руб.			
Цена товара, руб.			
Переменные затраты, руб. на ед. товара			
Прибыль, руб. на ед. товара (п.2 – п.3)			
Точка безубыточности (п.1: п.4)			

Чем выше постоянные затраты, тем больше значение точки безубыточности.

Раздел «Оценка риска и страхование». В этом разделе бизнес-плана нужно перечислить и оценить степень и вероятность возникновения рисков, с которыми может столкнуться предприятие; указать, каким образом конкуренты могут отреагировать на ваше появление на рынке; описать стратегии, которые будут использоваться в том случае, если предположения окажутся ошибочными; описать страховую защиту; описать наиболее серьезные риски, с которыми может столкнуться компания, и указать, как планируется устранять их [4].

Оценка и страхование риска. Риски будут появляться в любом случае в любых хозяйственных отношениях. Вот перечень основных рисков:

1. Суверенный риск. Это риск, который связан с экономикой и финансовой ситуацией в целом государстве. Самая большая проблема, которая может быть – отказ от исполнения обязательств по внешнему долгу страны. Так, например, пострадали иностранные компании, вкладывавшие инвестиции в государственные облигации в канун кризиса 1998 года. Важно учитывать этот риск международным корпорациям, банкам, всем фондам, которые имеют госгарантии, хотя, если говорить откровенно, то вообще каждой международной организации. Основные причины возникновения

ситуации риска – война, катастрофа, спад мировой экономики, неэффективная политика государства в сфере макроэкономики.

2. Политический риск. Зачастую является синонимом предыдущего риска, хотя применяется исключительно в качестве характеристики финансовых отношений экономических агентов и правительством страны, которая имеет отличное от общепринятого политическое устройство или не совсем стабильную политическую ситуацию. В этом случае очень вероятна и гражданская война, и революция, и национализация капитала.

3. Производственный риск. Обуславливается особенностью отрасли бизнеса, в которую вкладываются собственники. Этот капитал используется для любого вида производства. Основная причина, почему происходят финансовые потери – распродажа в убыток всех активов и технической базы в случае, когда ликвидация происходит вынужденно. Получается ситуация, что распродажа проходит в убыток, даже не компенсируя первоначальные затраты. Если же не проводить ликвидацию, а пытаться перепрофилироваться и раскрутиться с нуля, вложения средств будут далеко не маленькими.

4. Финансовый риск. Обуславливается структурой источников поступления средства. В этом случае мы говорим не о риске выбора неверного вложения капитала, а о рискованности политики, отвечающей за привлечение источников финансирования компании. Конечно же, данные источники далеко не дешевые, притом стоимость по каждому источнику может разительно отличаться, исходя из динамики показателей, дополнительных условий и обстоятельств. Помимо этого, обязательства в отношении поставщика различаются в зависимости от источника финансирования. При несоблюдении обязательств по договору, компания может быть представлена процедуре банкротства, что приведет к огромным потерям со стороны собственников.

5. Риск снижения покупательной способности денежной единицы. Данный риск может проявляться в любом виде бизнеса и является

опасным в целом при ведении бизнеса. Его смысл в снижении деловой активности и рентабельности, вследствие инфляции, например.

6. Процентный риск. Представляет собой потери из-за изменения процентных ставок. В этом случае важно учесть этот риск инвесторам и самим субъектам хозяйствования. Например, владельцы облигаций могут понести значительные потери, в случае общей тенденции к снижению средним процентных ставок. Для организации этот риск может проявиться в любом аспекте, притом негативно могут сказаться любые изменения процентной ставки – как регрессивные, так и прогрессивные.

7. Систематический, или рыночный, риск. Это вид риска характерен для всех ценных бумаг, которому не поможет даже диверсификация для элиминирования.

8. Специфический, или несистематический, риск. Проявляется в операциях с финансовыми активами и крайне узко трактуется. По сути, это риск ценных бумаг, не связанный никоим образом с изменением рыночного портфеля, что приводит к элиминированию через комбинирование этой бумаги с иными ценными бумагами в хорошо диверсифицированном портфеле.

9. Валютный риск. Каждый, кто владеет финансовыми активами или обязательствами, которые выражаются в валюте, может понести значительные потери при резком обвале курса валют. Данный риск может быть очень значительным и болезненным. Например, в августе в 90х, в России курс доллара вырос в 4 раза, что привело к банкротству многих предприятий, которые оказались не в состоянии исполнить обязательства перед западными поставщиками и кредиторами.

10. Транзакционный риск. Является операционным риском, т. е. риск потерь, которые связаны с конкретной операцией. Так как операций без риска в бизнесе практически нет, это самый распространенный тип риска. К примеру, поставщик оказывается не в состоянии исполнять периодику и

сроки поставок, дебиторы задерживают оплату счетов, покупаемые активы могут обесцениваться по причине финансовых трудностей эмитента и пр.

11. **Актуарный риск.** Покрывается страховой в обмен на выплату премии. Актуарными называют расчеты в сфере страхования, которые понимаются в качестве системы мероприятий для создания финансовых фондов на основе вкладов участников. Обычно, ущерб, который наносится стихией или несчастными случаями, будет порыв именно из подобного фонда. Так как страхование – добровольная услуга, может возникать тот самый актуарный риск, когда риск переложено на страховую.

Структура раздела, как правило, имеет такой вид: формируется полный список всевозможных рисков; оценивается вероятность появления рисков; ранжируются риски, исходя из вероятности появления; оцениваются ожидаемые размеры убытка при их осуществлении; устанавливаются и обосновываются приемлемые уровни риска (определяют области допустимого риска); выделяются наиболее существенные риски; риски подлежат страхованию. Здесь важно отметить, что подобная структура рассмотрена нами в качестве примера и носит характер рекомендаций. Разделы и их содержание могут быть дополнены или уточнены, исходя из условий функционирования конкретной компании.

После того, как бизнес-план составлен, важно проанализировать его эффективность. Основное внимание стоит обратить на следующие моменты:

1. Дату старта бизнес-проекта важно ставить позже даты рассмотрения. Зачастую это становится серьезной ошибкой в составлении проекта.

2. Чтобы грамотно составить бизнес-план, мы должны использовать такое программное обеспечение (далее – ПО), как **Альт-Инвест** или **Проджект-Эксперт**. Это может гарантировать, что этап рассмотрения не затянется, так как в случае ручных расчетов или расчетов другими видами ПО, рассмотрение значительно удлинится.

3. Важно поставить цены и типы, которые были использованы в расчете. Притом, необходим расчет всего плана в сопоставимых величинах.

Например, текущие величины рассчитывают с НДС и без него. Постоянные - аналогично.

4. Проверить процент ставки кредитования – она должна быть строго ниже ставки ЦБ РФ.

5. Здесь важно оценить внутреннюю норму дохода от проекта. В среднем, эта норма должна превышать % по кредитованию на 13-14%. В случае, если она будет выше 100%, это будет означать, что цены чрезмерно завышены или некорректно рассчитаны.

6. Проводить оценку описания. Общее описание рынка – основа хорошего бизнес-проекта. Особое внимание надо уделять спросу и его обоснованности.

7. Пересматривать переменные, которые участвуют в анализе расчета чувствительности, при проведении расчета безубыточности. Граница безубыточности должна быть точно сопоставима с реальными убытками.

8. При вложении финансов в бизнес, важно проверять наличие кредитного договора и его достоверность (% , срок, объемы)

9. Обращать внимание на наличие расчетов общественной и бюджетной эффективности проекта. Если их нет, план нуждается в доработке.

Выводы по первой главе

Бизнес-планирование играет важную роль, которая заключается в грамотной организации и координации работы управленческого звена компании, а также в обеспечении разработки плана действий от начала до конца. В современных условиях бизнес-планирование – это главная функция

управления любой организации, так как с бизнес-планирования начинаются любые проекты: создание или развитие действующей организации. Это подтверждается многочисленными исследованиями как отечественных, так и зарубежных ученых. Однако неприятие бизнес-планирования как важного управленческого инструмента, неграмотное составление или его игнорирование может привести к снижению показателей эффективности организации, т. е. к неплатежеспособности.

Бизнес-план – это документ, в котором формулируется цель предполагаемой экономической деятельности, описываются работы, услуги, содержится анализ рынка, а также рассматриваются организационно-правовые вопросы и функции производства, дается технико-экономическое обоснование эффективности планируемой работы. Составление бизнес-плана должно основываться на исследовании конкурентной области, анализе направления и эффективности проекта. Следует учитывать, что впоследствии план будет представляться вашим клиентам и партнерам как обоснование надежности, и рентабельности бизнеса.

Бизнес-план – предназначен для того, чтобы потенциальный инвестор или кредитор ознакомился с проектом и заинтересовался в его реализации. Бизнес-план должен быть написан в стиле рекламного проекта, информация в нем должна быть объективна и достоверна. Все выводы и гипотезы, описанные в бизнес-плане, должны быть основаны на доказательствах, которые подкреплены достоверными фактами и примерами из реальной практики бизнеса. В бизнес-плане должна быть предусмотрена система показателей, с помощью которых можно отслеживать сроки выполнения работ, объем производства, план продаж, а также проведение план-факт анализа. В бизнес-плане производится количественное обоснование выбранных стратегических целей и альтернатив, проверка возможностей и эффективности их реализации, расчет ожидаемого финансового эффекта и формулируются предложения по выбору той или иной стратегической инициативы.

ГЛАВА 2. БИЗНЕС-ПЛАН ФИТНЕС-КЛУБА «SPORT LIFE»

2.1 Резюме

1. Наименование предприятия: ООО «Sport life».
2. Адрес предприятия: Российская Федерация, г. Дегтярск, ул. Калинина, 12
3. Финансирование проекта:
 - собственные средства – 42,02%;
 - заемные средства – 57,98 %.
4. Сфера бизнеса: оказание услуг населению.
5. Основные виды деятельности: фитнес-услуги, мониторинг физического состояния организма.
6. Сметная стоимость проекта: 11 900 000 (Одиннадцать миллионов девятьсот тысяч) рублей 00 копеек.
7. Срок окупаемости проекта: 8 (Восемь) месяцев.

Данный бизнес-план составлен с целью организации фитнес-клуба в городе Дегтярск, где данный вид услуги еще недостаточно распространен. Залогом эффективности реализации такого проекта станут: небольшая конкуренция, низкая стоимость предлагаемых услуг. Клуб будет оказывать услуги в области потребностей посетителей в здоровом образе жизни, в хорошем физическом и душевном состоянии в их взаимосвязи.

Фитнес-клуб будет выгодно отличаться от существующих конкурентов своими демократичными ценами в совокупности с большим многообразием предлагаемого ассортимента услуг, наличие фитнес-программ, еще нераспространенных у конкурентов, а также наличие собственного медицинского кабинета.

В бизнес-плане показана высокая эффективность открытия фитнес-клуба. Тем более даже после открытия фитнес-клуба в городе еще останется

часть неудовлетворенного спроса на фитнес-услуги, что гарантирует высокую популярность.

По предварительным расчетам прогнозный объем продаж (720 человеко-часов в день) принесет следующие финансовые результаты:

- среднегодовая прибыль 19 526 766 (девятнадцать миллионов пятьсот двадцать шесть тысяч семьсот шестьдесят шесть) рублей 00 копеек;
- уровень рентабельности инвестиций – 1,64.
- срок окупаемости затрат - 8 (Восемь) месяцев.

Стоимость проекта - 11 900 000 (Одиннадцать миллионов девятьсот тысяч) рублей 00 копеек. Необходимые финансовые вложения будут покрыты частично за счет уставного капитала (5 000 00 руб.), частично за счет кредитов банков (6 900 000 руб.). Кредит в банке будет взят на срок 3 (три) года, предполагаемая форма гарантии – оборудование, купленное в счет этих средств.

Инвестиционная привлекательность данного проекта для инвесторов, прежде всего, состоит в достаточно небольшом сроке окупаемости проекта, что говорит о его надежности, а также в достаточно высокой рентабельности.

Кроме того, реализация проекта позволит решить некоторые социальные вопросы: физическое здоровье нации, занятость детей и взрослых.

2.2 Описание предприятия и отрасли

В настоящее время все большую популярность приобретает фитнес-индустрия. В фитнес-клубы ходят не только спортсмены и бизнесмены, но и «обычные» люди. Причем в последнее время прибавилось мужчин и женщин

«за 40». В настоящее время спрос на рынке фитнес услуг по-прежнему превышает предложение.

Для обоснования своего предложения в марте 2018 года, автором был проведен мини опрос потенциальных потребителей о их желании заниматься и неудовлетворенностью нынешним предложением фитнес услуг в городе Дегтярск. В опросе участвовали жители города в возрасте от 14 до 50 лет (количество опрошенных - 100 человек). Каждому из них задавались следующие вопросы:

1. Ваш возраст?

- от 15 – до 20 лет

- от 20 – до 30 лет

- от 30 - до 40 лет

- более 40 лет.

2. Вы занимаетесь (хотели бы заниматься) фитнесом? – ДА - НЕТ.

3. В вашем районе проживания имеется фитнес клуб ? – ДА – НЕТ.

4. Вы хотели бы, заниматься вместе со своим ребенком (если есть дети) – ДА – НЕТ ?

Итоги опроса:

- 30% опрошенных уже занимаются фитнесом в г. Ревда, г. Первоуральск и г. Екатеринбург;

- 40 % хотели бы заниматься фитнесом;

- 80% из опрошенных предпочитают занятия в районе проживания;

- 50% хотели бы заниматься вместе с детьми;

- 30% предпочитают занятия для своих детей отдельно;

- 50 % опрошенных люди старше 20 лет.

Таким образом, видно, что фитнес-услуги пользуются спросом у достаточно большого количества потребителей, что в свою очередь обязывает клубы к предложению самых разнообразных фитнес-программ для самых разных потребителей.

На рисунке 2. представлена динамика реальных доходов населения г. Дегтярск и доля доходов на услуги фитнес центров за 2014-2017 гг.

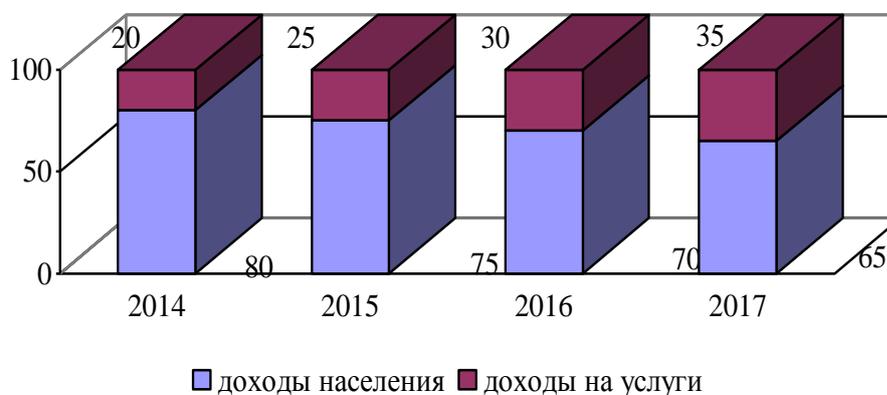


Рис. 2. Динамика доходов на фитнес услуги в реальных доходах населения г. Дегтярск за 2014-2017 гг., %

Как видно из рисунка 2, за анализируемый период значительно возросла доля доходов на фитнес услуги в реальных доходах населения города (с 20% в 2014 до 35% на 2017 год). Это можно отнести на стабилизацию общего экономического положения в стране и увеличении доходов населения города.

Поскольку цены на фитнес-услуги нашего клуба будут самые демократичные в городе, к тому же существует возможность заключить договоры с фирмами и школами со скидками, вряд ли у покупателей появится необходимость и возможность добиваться снижение цен.

Поскольку предприятие не требует постоянных крупномасштабных поставок, стоимость ресурсов имеет большое значение только при организации клуба, поскольку это она увеличивает капитальные вложения в открытие клуба. В дальнейшем фитнес-центр будет осуществлять закупки только при замене физически или морально устаревшего оборудования.

2.3 Описание продукции

В соответствии со всеми потребностями посетителей, принято решение о создании секций, которые будут объединены в следующие отделы:

1) *Кардиосиловые тренировки.* Динамика, сила, техника и контроль, основополагающие принципы уроков данного формата. Техника и контроль выполнения упражнений легли в основу данных тренировок. Уроки представляют собой смешение силовых и кардиоуроков.

2) *Танцевальные тренировки.* Данный отдел не представлен ни у одного из конкурентов, поэтому его появление на базе нашего фитнес-клуба станет нашим конкурентным преимуществом. Танцевальные уроки помогут сохранить физическую форму, подтянуть фигуру, улучшить гибкость, и научиться красиво танцевать. Все это обусловит успех танцевальных уроков, особенно у женщин. Ведь в настоящее время в борьбе за женскую долю рынка основным конкурентом фитнес-клуба были танцевальные школы, а в нашем фитнес-клубе женщины смогут чередовать танцевальные уроки, например, с аэробикой.

3) *Тренажерный зал* - система физических упражнений с различными отягощениями (гантели, гири, штанга и др.), имеющая целью развитие мускулатуры. Наш фитнес центр имеет самый большой тренажерный зал на данном микрорынке.

4) *Спортивный врач.* Для обеспечения эффективных и безопасных тренировок, а также комплексного контроля состояния здоровья, уровня подготовленности и резервных возможностей организма. Клуб предложит своим посетителям более 20 видов тестирования и мониторинговых программ у специалистов лечебной физкультуры и спортивной медицины, ряд из которых является обязательным условием начала тренировок. Каждый «новичок» проходит тестирование у врача спортивной медицины и лечебной

физкультуры, которое помогает определить стратегию тренировочного процесса, разработать индивидуальные рекомендации по мощности, длительности, частоте и виду занятий, и, конечно, достигнуть максимальных результатов.

Таким образом, в клубе будут созданы условия для групповых занятий всеми современными видами аэробики и танцами, включая как самые распространенные услуги («обязательные»), так и появившиеся сравнительно недавно, такие как Pilates Mat и Pilates Equipment. Эти занятия будут проводиться в залах для групповых занятий. В двух специализированных залах (зал борьбы оборудован ковром, а зал бокса - рингом) будут проводиться занятия более чем по 10 видам единоборств, которые могут посещать все члены клуба. Многочисленные секции единоборств и танцевальные студии могут посещать и дети от 6 до 14 лет. Кроме того, новизна и уникальность клуба на данном рынке состоит в таких нововведениях, как наличие медицинского персонала, постоянный мониторинг физического состояния посетителей до и после тренировки, что позволит им отслеживать эффект от занятий фитнесом. Ценностью можно считать качественное и доступное предоставление услуг населению.

2.4 Маркетинговый план

Целевой аудиторией выступают физические и юридические лица (население) города Дегтярска. А так же учащиеся городских учебных заведений из близ лежащих поселков и деревень (район 10-15 км.).

Численность населения Дегтярского городского округа на 01.01.2018 г. составляет 16 141 человек, в том числе трудоспособного 11,2 тысячи человек.

Численность занятого населения составляет 13 тысяч человек, в том числе в промышленном производстве 2,5 тысячи человек, в сельском хозяйстве – 6,8 тысяч человек. Количество пенсионеров 2,6 тысяч человек.

По данным отдела статистической отчетности Дегтярский ГО, среднемесячная заработная плата в 2016 году составила 17 897 руб.

Основным из градообразующих предприятий города, на сегодняшний день, является ООО «Уралавтоматика инжиниринг» с численностью персонала более 2 тыс. человек. Средняя заработная плата работников - 23 тыс. руб.

Персонал предприятий выступает основным сегментом, интересующимся фитнес услугами в городе, поскольку работники в основном устают на работе. Следовательно, население, в большинстве, является платёжеспособным.

Фитнес-клуб «Sport life» - будет предоставлять качественные фитнес-услуги, рассчитанные на массового потребителя. Основную массу потребителей будут составлять мужчины и женщины, в большинстве своем «офисных» специальностей, в среднем от 20 до 40 лет. Но надо отметить, что сегодня фитнес-клубы посещают люди разных возрастов, уровней физической подготовки и состояния здоровья, включая детей, людей старшего и пожилого возраста, а также беременных женщин и людей с ослабленным здоровьем. Дети, как и взрослые, являются полноправными членами фитнес-клубов. Потому что детство - это лучшее время для формирования привычки «быть в форме». Уже с 1,5 лет малыши вместе с родителями могут посещать специальные занятия.

Для обоснования своего предложения необходимо провести опрос потенциальных потребителей об их желании заниматься и неудовлетворенностью нынешним предложением фитнес услуг в городе.

На ближайшей территории находится только спортивный зал МКУ «ФОК» г. Дегтярск. Ближайшие конкуренты находятся в соседнем городе – Ревда: BrusovA GYM, Эксклюзив, Витамин и Престиж.

По оценочным данным количество потребителей фитнес-услуг в данном сегменте составляет примерно 10 000 человек, таким образом, можно рассчитывать на долю потребителей примерно в 5 000 человек.

Исходя из всего вышесказанного, приведем анализ отраслевой конкуренции фитнес-услуг по Портеру в соответствии со следующими конкурентными силами:

1. Угроза появления новых конкурентов.

Появление этих конкурентов на данном рынке может нанести ущерб нашему предприятию, который возможно будет снижен за счет высокой дифференциации фитнес-услуг, предоставляемых нашим клубом, которые в настоящее время гораздо шире представлены, чем у уже имеющихся конкурентов.

2. Давление заменителей услуг.

В качестве заменителей фитнес-услуг могут выступать различные сферы общественной деятельности в зависимости от того, с какой целью человек приходит в фитнес-клуб:

а) фитнес-клуб как отдых, времяпровождение - альтернативой могут служить походы в театр, кино, прогулка, не оказывают большого влияния на спрос.

б) фитнес-клуб как возможность улучшить физическую подготовку – как говорилось ранее, альтернативой могут служить только пробежки вокруг дома, либо установка тренажера дома, не является сильной угрозой.

в) фитнес-клуб как возможность улучшить фигуру – альтернатива – медицинское вмешательство.

В целом, как мы видим, фитнес-услуги пока не имеют достойных конкурентов на территории г. Дегтярск.

Как уже ранее отмечалось, в роли своеобразных сбытовых организаций будут выступать школы и торговые точки города.

В торговых точках планируется аренда нескольких рекламных площадей, раздача листовок. Также в офисы организаций могут быть

отправлены коммерческие предложения о сотрудничестве, причем это предложение может быть адресовано как организации в целом, как корпоративному клиенту, так и отдельным сотрудникам. Могут быть использованы такие маркетинговые ходы как бесплатное посещение первого занятия. С организацией на льготных условиях может быть заключен договор о предоставлении фитнес-услуг на длительное время.

Школам будет предложено сотрудничество, так договор может оговаривать проведение некоторых уроков физкультуры на базе фитнес-клуба в качестве рекламы.

К реализации программы сбыта будут привлечены: средние школы № 16, №23, руководство крупных торговых точек города «Монетка», «Пятёрочка», «Домовой» и др. Осуществлением связи с руководством школ и фирм, будет заниматься непосредственно менеджмент фитнес-клуба.

Одной из стратегий маркетинга является реклама, поэтому должны быть закуплены рекламные площади в «местах скопления» потенциальных посетителей» - школах, садиках, в торговых организациях. Также возможно размещение уличных растяжек на центральных улицах города. Перед открытием фитнес-клуба нужно провести тщательно спланированную маркетинговую кампанию.

Также предусмотрена заключение договора с почтой России, в течение первых двух месяцев работы фитнес-клуба, почтальоны вместе с корреспонденцией будут помещать в почтовые ящики рекламу наших услуг. Планируется также создание собственного сайта клуба.

Таким образом, будут задействованы все доступные средства для рекламы клуба, при этом аудитория охвата будет максимальной.

К разработке рекламных пакетов будет привлечено – Агентство Бизнес-рекламы (Дегтярск г., ул. Калинина, 27). Для начала самостоятельно будет разработан сайт на платформе «wix», созданы группы во «ВКонтакте» и в «Одноклассниках», будет заведен аккаунт в «Instagram». Следовательно, SMM (маркетинг в социальных сетях) обойдется фитнес-клубу бесплатно.

Примерная сумма затрат на рекламу при открытии:

- разработка рекламного пакета – 70 000 руб.

- печать плакатов, листовок – 50 000 руб.

- стоимость рекламных площадей и услуг почтовых отделений – 100 000 руб.

Ведущим фактором конкурентоспособности предприятий фитнес-индустрии является цена. От стоимости предоставленных потребителям услуг зависит численность клиентских групп, денежный оборот, величина прибыли и рентабельности фитнес-клуба.

Для ценообразования в фитнес-клубе выбрана стратегия цены проникновения. При выходе на рынок фитнес-клуб должен привлечь к занятиям максимальное число клиентов с целью задействования всего персонала, помещений и оборудования компании. Так как на рынке фитнес-услуг уже функционирует несколько операторов, предоставляющих аналогичные услуги, цены нового участника должны быть более привлекательными для клиентов – именно тогда начинается перераспределение потребителей и передел рынка.

Прейскурант цен на фитнес-услуги представлены в Приложении 1.

По мере завоевания своей доли клиентуры вышедший на рынок фитнес-клуб будет менять ценовую политику и переходит на среднерыночные цены.

2.5 Производственный план

Дадим характеристику предполагаемого помещения. Фитнес-клуб будет располагаться в приобретенном помещении. Изучив рынок площадей в

г. Дегтярск, выбор был остановлен на помещении под фитнес-клуб в доме по адресу: ул. Калинина, д. 12 (рис. 3). Стоимость помещения на 01.12.2017 г. 3 200 000 руб.

Свердловская область, Дегтярск, ул. Калинина, 12

[Показать на карте](#)

3 200 000 руб.

32 000 руб. за м²

Следить за изменением цены

[Показать телефон](#)

[В избранное](#)

Об объекте

Площадь: 100 м²

О здании

Продам помещение в Дегтярске по Калинина, 12. 100 кв.м., с/у, отдельный вход, зона разгрузки, свежий ремонт. Рядом вся инфраструктура. Дет. сад, школа, магазины, оптика, Сбербанк через дорогу.



ID:1049248 PRO

[Показать телефон](#)



ЦИАН ID 1049248

Рис. 3. Объявление о продаже необходимого помещения

Характеристики: помещение находится в монолитном трехэтажном здании с мансардой.

Общая площадь под фитнес-клуб – 100 м².

Высота потолков - 3 метра.

Автостоянка на 20 машин, благоустроенная территория.

Далее рассмотрим программу производства и реализации продукции. Программа оказания услуг будет осуществляться в соответствии с разработанным ранее прогнозом объема реализации.

Будем исходить из того, что ежедневно фитнес-клуб способен принять в среднем 1 000 человек. В среднем потребитель посещает фитнес-клуб три раза в неделю, другими словами, три дня в неделю к нам будет ходить одна и та же 1 000, другие три дня вторая 1 000, последний день третья 1 000. При предполагаемом объеме рынка в 5 000 человек мы можем объективно рассчитывать, что за месяц к нам придут эти 3 000 человек.

Таким образом, наш фитнес-клуб может рассчитывать:

1) 1-ый год:

Общий объем производства составляет 21 600 часов за месяц.

По клубным картам будет продано 70% общего объема: $21\ 600 \times 0,7 = 15\ 120$ часов, стоимостью 200 руб./час. Выручка: $200 * 15\ 120 = 3\ 024\ 000$ руб.

Оставшиеся 6 480 часов будут реализованы по цене 300 руб. за единицу.

Итого за месяц: $3\ 024\ 000 + (6\ 480 \times 300) = 4\ 968\ 000$ руб.

2) 2-ой год:

Общий объем производства составляет 24 480 часов за месяц.

По клубным картам будет продано 80% общего объема: $24\ 480 \times 0,8 = 19\ 584$ часов, стоимостью 200 руб./час. Выручка: $200 \times 19\ 584 = 3\ 916\ 800$ руб.

Оставшиеся 4 896 часов будут реализованы по цене 300 руб. за единицу.

Итого за месяц: $3\ 916\ 800 + (4\ 896 \times 300) = 5\ 385\ 600$ руб.

3) 3-ий год:

Общий объем производства составляет 30 240 часов за месяц.

По клубным картам будет продано 90% общего объема: $30\ 240 \times 0,9 = 27\ 216$ часов, стоимостью 200 руб./час. Выручка: $200 * 27\ 216 = 5\ 443\ 200$ руб.

Оставшиеся 3 024 часов будут реализованы по цене 300 руб. за единицу.

Итого за месяц: $5\ 443\ 200 + (3\ 024 \times 300) = 6\ 350\ 400$ руб.

Представим для удобства эти данные в таблице 2.

За пожарную безопасность и поддержание нормальных условий для функционирования клуба ответственность несет лично управленческий состав центра.

Таблица 2. Программа (минимум) производства и реализации продукции

Статьи затрат	Единица измерения	1 год					2 год					3 год
		всего	по кварталам				всего	по кварталам				
			I	II	III	IV		I	II	III	IV	
Объем реализации натуральном выражении, всего	чел./ч	259200	64800	64800	64800	64800	293760	73440	73440	73440	73440	362880
в том числе:												
-по клубным картам		181440	45360	45360	45360	45360	235008	58752	58752	58752	58752	326592
-в розницу		77760	19440	19440	19440	19440	58752	14688	14688	14688	14688	36288
Цена реализации за единицу продукции:	руб.											
-по клубным картам		200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
-в розницу		300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Выручка от реализации продукции	руб.	59616000	14904000	14904000	14904000	14904000	64627200	16156800	16156800	16156800	16156800	76204800
в том числе:												
-по клубным картам		36288000	9072000	9072000	9072000	9072000	47001600	11750400	11750400	11750400	11750400	65318400
-в розницу		23328000	5832000	5832000	5832000	5832000	17625600	4406400	4406400	4406400	4406400	10886400
НДС	руб.	9093966,1	2273492	2273492	2273492	2273492	9858386,44	2464597	2464597	2464597	2464597	11624461

Отметим, что лицензии требует медицинский кабинет, поскольку помимо простого фитнес-тестирования (которое не требует лицензирования), наш медицинский персонал будет оказывать еще дополнительные услуги (комплексное обследование).

Далее, рассмотрим состав основного оборудования фитнес-клуба. Заказывать оборудование нужно за 3-4 месяца до открытия клуба, «подгадывая» таким образом, чтобы оборудование было завезено, когда уже положены основные покрытия. И, самое главное, нужно помнить, что оборудование - это не только тренажеры, это все, что находится в залах групповых занятий (аэробика, танцы, бокс, единоборства, йога, пилатес), это все, что находится в подразделениях дополнительных услуг (оборудование медицинского салона, например).

При выборе поставщика оборудования, руководством клуба были рассмотрены три крупных поставщика оборудования: компания «Мега Фитнес», компания «Элькорт-Н фитнес», компания «ПТК КОНСТАНТА спорт». Выбор остался за компанией «Мега Фитнес».

Индивидуальный подход к клиенту, качественный сервис и гибкая ценовая политика позволяют разрабатывать программы под любой бюджет. Собственная сервисная группа осуществляет монтаж, гарантийное и послегарантийное обслуживание. Занимает лидирующие позиции на рынке продаж спортивного оборудования и аксессуаров для профессионального и домашнего пользования уже более 10 лет.

«Мега Фитнес» представляет разные виды спортивных тренажеров ведущих мировых производителей Nautilus, Sports Art, Stair Master, Casall, The STEP, The Body Bar Systems, SPRI: кардио, силовые, эллиптические тренажеры, беговые дорожки, тренажеры на свободных весах, степперы и др.

При разработке силовых и кардиолиний компании используют последние разработки фитнес-индустрии. Основное направление компании – продажа оборудования для оснащения спортивных центров, бассейнов, детских игровых комнат, раздевалок, соляриев, саун и бань. Специалисты

компания помогают не только подобрать оборудование, но и оказывают помощь в разработке экспликаций тренажерных залов, в расстановке и монтаже, проводят вводный инструктаж по эксплуатации. Срок поставки – до 3 мес.

Альтернативные поставщики оборудования.

1. Компания «Элькорт-Н фитнес» также специализируется на поставках оборудования для фитнес-центров, официальный поставщик на территории РФ и странах СНГ, профессионального и домашнего спортивного оборудования, и аксессуаров. Была отклонена как поставщик оборудования в наш клуб, поскольку на рынке сравнительно недавно (с 2004 года), и не имеет однозначной репутации надежного поставщика.

2. Вторым альтернативным вариантом в качестве поставщика оборудования была рассмотрена компания «ПТК КОНСТАНТА спорт». В отличие от предыдущей, компанией представлен внушительный список оборудованных ею стадионов, фитнес-клубов и спортплощадок. Недостатком этой компании стали чрезвычайно высокие цены на оборудование.

Состав основного оборудования для фитнес-клуба «Sport life» г. Дегтярск представлен в Приложении 2.

Отметим, что стоимость основных производственных фондов будет равна стоимости оборудования и стоимости помещения. В отношении купленного оборудования будет применена простая линейная амортизация. Средний срок службы приобретенного оборудования равен 5 годам. Норма амортизации для оборудования составит: $2\ 000\ 000 / 10\ 000\ 000 \times 100 = 20\%$ в год, или 5% ($20/4=5$) ежеквартально. Таким образом, каждый год амортизационные отчисления должны составить $10\ 000\ 000 / 5 = 2\ 000\ 000$, ежеквартально $2\ 000\ 000 / 4 = 500\ 000$ руб.

Для помещения срок службы – 50 лет, следовательно, амортизационные отчисления – $3\ 200\ 000 / 50 = 64\ 000$ в год, $64\ 000 / 4 = 16\ 000$ руб. / мес. Норма амортизации для помещения: $64\ 000 / 3\ 200\ 000 \times 100 = 2\%$ в год, или $0,5\%$ ежеквартально.

Далее определим численность сотрудников и затраты на оплату труда.

Как мы определили ранее, клуб будет работать ежедневно с 7 утра до 23 часов вечера. Также мы посчитали объем производства исходя из того, что каждый день в клубе будет присутствовать 10 тренеров. Исходя из потока посетителей, для экономии трудовых ресурсов работу тренеров можно организовать следующим образом: 5 тренеров будут работать с утра (с 7 до 15 часов), 10 тренеров вечером (с 15 до 23 часов), при этом 5 тренеров будут отдыхать.

Работа будет организована посменно и таким образом, чтобы соблюдалось трудовое законодательство (40-часовая рабочая неделя).

При таких объемах производства потребуется: 4 администратора, 12 уборщиков, и аппарат управления в 5 человек. Кроме того, потребуется 2 медицинских сотрудника, который будет осматривать клиентов. Величина заработной платы и ее месячный фонд представлены в таблице 3.

Таблица 3. Величина заработной платы сотрудников

Персонал	1 год			2 год		3 год	
	Кол-во	Зарплата пл.	Всего	Кол-во	Всего	Кол-во	Всего
Тренеры	20	50 000	1 000 000	23	1 150 000	26	1 300 000
Администраторы	4	20 000	80 000	4	80 000	5	100 000
Уборщики	12	15 000	180 000	14	210 000	14	210 000
Мед.персонал	2	30 000	60 000	2	60 000	3	90 000
Управленческий состав	5	40 000	200 000	5	200 000	5	200 000
Месячный фонд (без учета отчислений)			1 520 000		1 700 000		1 900 000

Численность работающих, расходы на оплату труда и отчисления во внебюджетные фонды на 3 года, представлены в приложении 3.

2.6 Организационный план

В 2019 году в г. Дегтярск будет создано предприятие ООО «Sport life», оказывающее фитнес-услуги. Основной целью фирмы является удовлетворение потребностей жителей г. Дегтярск и прилегающих территорий в здоровом образе жизни и улучшении физической формы.

Использование высококачественного оборудования и высокий ассортимент услуг, предлагаемый данным предприятием, обещает клубу высокую популярность среди посетителей, что, в свою очередь позволит оказывать эти услуги по максимально доступным ценам.

Первое, с чем нужно определиться – с формой юридического лица. Фитнес-клуб будет носить статус Общества с ограниченной ответственностью, в силу того, что ответственность учредителей по обязательствам в данной форме собственности ограничена рамками уставного капитала.

Помимо этого, текущий документооборот и отчетность в данном случае проще и не требует таких колоссальных затрат и усилий.

Уставной капитал любого юридического лица является минимальной гарантией интересов его кредиторов. Величина уставного капитала является формальным критерием его надежности и платежеспособности.

Участники ООО «Sport life» несут ответственность по его обязательствам в пределах стоимости внесенного вклада, то есть в результате банкротства совладельцы фирмы несут ответственность в сумме, которую каждый партнер внес в уставный капитал. Уставной капитал составляет 5 000 000 руб.

Затраты на организацию фитнес-клуба будут покрыты за счет беспроцентных займов учредителей, и частично за счет кредита в банке.

Учредительным документом общества является устав. В соответствии с ГК РФ, общества с ограниченной ответственностью относятся к категории коммерческих организаций, то есть таких, основной целью деятельности которых является извлечение прибыли. Соответственно с этим положением такие организации обладают общей правоспособностью и могут осуществлять любые виды деятельности, не запрещенные законом.

Рассмотрев недостатки и достоинства всех организационно-правовых форм собственности, описанных в Гражданском Кодексе РФ, для предприятия была выбрана форма – Общество с ограниченной ответственностью. Преимущества такой организационно-правовой формы собственности перед другими заключаются в следующем:

Преимущества общества с ограниченной ответственностью перед товариществом:

- участники ООО не несут ответственности по обязательствам ООО за исключением участников, которые внесли свои вклады не полностью. Такие участники несут солидарную ответственность по обязательствам общества в пределах стоимости непогашенной части вклада каждого из участников;

- участник ООО вправе в любое время выйти из ООО независимо от желания других участников. При этом ему обязательно должна быть выплачена стоимость части имущества, соответствующего его доли в уставном капитале ООО в пределах, установленных Федеральным законом «Об Обществах с ограниченной ответственностью».

Преимущества ООО перед производственными кооперативами:

- ООО не требует личного участия в деятельности организации;
- участники производственного кооператива в отличие от участников ООО несут по его обязательствам субсидиарную ответственность, установленную в Уставе предприятия.

Преимущества ООО перед АО:

- ООО не должно ежегодно публиковать отчеты о деятельности (в отличие от АО);

- для ООО нет ограничений по количеству сотрудников (в отличие от АО).

Участники общества не отвечают по его обязательствам лично принадлежащим им имуществом.

Создавая ООО, необходимо подготовить грамотный устав, в котором будут отражены все виды деятельности, которыми планирует заниматься спортклуб. Это важно, так как в том случае, если какие-либо виды деятельности не будут в него включены, то организация не сможет на законных основаниях осуществлять эту деятельность, и придется переделывать и перерегистрировать устав, а это новые затраты и утерянное время. Так что в устав необходимо внести как можно больше видов деятельности.

Также необходимо обратить особое внимание на учредительный договор, в котором будут отражены доли учредителей. В процессе становления на это часто не обращают внимания, так как прибыли невысоки, но с поступлением реальных денег начинаются споры, и фирма распадается.

Подготовка указанных документов, а также сам процесс регистрации лучше всего поручить фирме, профессионально занимающейся регистрацией и ликвидацией предприятий.

Стоимость услуг организации подобного рода в г. Дегтярск составляет 20 тыс. руб.

Данная фирма подготовит устав и учредительный договор в соответствии с нормами гражданского законодательства. После регистрации фитнес-клуба в налоговой инспекции руководству будут предоставлены свидетельства о государственной регистрации и постановке на учет фирмы, свидетельство плательщика НДС.

Кроме этого указанная регистрационная фирма откроет нам счет в банке, поможет изготовить печати, штампы, встать на учет в различные фонды.

2.7 Финансовый план

Затраты на производство и реализацию услуг (на годовой объем) приведены в таблице 4.

Далее рассмотрим стоимость инвестиционного проекта: структуру капитальных вложений, предусмотренную в проектно-сметной документации и сметно-финансовом расчете, в том числе строительно-монтажные работы, затраты на оборудование, прочие затраты, общую стоимость инвестиционного проекта (таблица 5).

1. Строительно-монтажные работы. В данный раздел вошли затраты по ремонту, дизайну, оснащению помещений в соответствии с требованиями пожарной и трудовой безопасности, а также на благоустройство близлежащей территории и мебелировке помещений управленческого и административного персонала.

2. Оборудование. Здесь приведена сумма, полученная при составлении производственного плана.

3. Получение лицензий и разрешений. Сами по себе спортивно-оздоровительные услуги не требуют разрешения и получения лицензии. Но в качестве дополнительных услуг могут появиться данные проблемы. Сертификации требует медицинский кабинет, поэтому в данном разделе учтена стоимость оснащения медицинского кабинета в соответствии с нормами и сертификации медицинских услуг.

4. Постановка финансового учета (введение системы контроля и управленческой отчетности). В данный раздел инвестиции вошли расходы как на программное обеспечение, необходимые финансовые и правовые документы.

5. Реклама. Сумма расходов на рекламу до запуска проекта приведена в соответствии с запланированными расходами.

Таблица 4. Затраты на производство и реализацию услуг (на годовой объем), руб.

Статьи затрат	1 год					2 год					3 год
	всего	по кварталам				всего	по кварталам				
		I	II	III	IV		I	II	III	IV	
Фитнес-услуга											
1. Прямые (переменные) затраты, всего	16320000	4080000	4080000	4080000	4080000	18588000	4647000	4647000	4647000	4647000	20856000
в том числе:											
затраты на сырье, материалы, комплектующие, полуфабрикаты и др.	400000	100000	100000	100000	100000	400000	100000	100000	100000	100000	400000
затраты на топливо и энергию, на технологические цели	800000	200000	200000	200000	200000	800000	200000	200000	200000	200000	800000
затраты на оплату труда производственных рабочих	12000000	3000000	3000000	3000000	3000000	13800000	3450000	3450000	3450000	3450000	15600000
отчисления на социальные нужды	3120000	780000	780000	780000	780000	3588000	897000	897000	897000	897000	4056000
2. Постоянные (общие) затраты, всего	10696400	2674100	2674100	2674100	2674100	11150000	2787500	2787500	2787500	2787500	11906000
в том числе:											
общепроизводственные расходы (з/п вспомогательного персонала и ИТР), всего	7862400	1965600	1965600	1965600	1965600	8316000	2079000	2079000	2079000	2079000	9072000
общехозяйственные расходы, всего	800000	200000	200000	200000	200000	800000	200000	200000	200000	200000	800000
расходы на реализацию, всего	400000	100000	100000	100000	100000	400000	100000	100000	100000	100000	400000
3. Общие затраты на производство и сбыт продукции (услуг), всего	27016400	6754100	6754100	6754100	6754100	29738000	7434500	7434500	7434500	7434500	32762000
4. Акцизы, НДС, уплаченные из затрат на материалы, топливо, энергию и др.	183051	45763	45763	45763	45763	183051	45763	45763	45763	45763	183051
Общие затраты	23896400	5974100	5974100	5974100	5974100	26150000	6537500	6537500	6537500	6537500	28706000

Общая стоимость инвестиционного проекта представлена в таблице 5.

Таблица 5. Инвестиции (в период строительства и эксплуатации), тыс. руб.

Статьи затрат	1 год					2 год					3 год
	всего	по кварталам				всего	по кварталам				
		I	II	III	IV		I	II	III	IV	
1. Капитальные вложения по утвержденному проекту, подлежащие выполнению, всего											
в том числе:											
строительно-монтажные работы	1000000	1000000	-	-	-	500000	500000	-	-	-	500000
оборудование	10000000	10000000	-	-	-	1000000	1000000	-	-	-	1000000
2. Приобретение оборотных средств	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
3. Другие инвестиции в период освоения и эксплуатации производственных мощностей:											
получение лицензий и разрешений (на 5 лет)	200000	200000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
постановка финансового учета (введение системы контроля и управленческой отчетности)	200000	200000	-	-	-	50000	50000	-	-	-	50000
расходы на рекламу до запуска клуба	300000	300000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
прочие оборотные средства	200000	200000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Итого - объем инвестиций (сумма показателей пунктов 1-3)	11900000	11900000	-	-	-	1550000	1550000	-	-	-	1550000

В соответствии с таблицей 5, финансовые ресурсы, необходимые для осуществления проекта равны 11 900 000 руб.

По принятым условиям данные финансовые ресурсы предусматривается привлечь частично в виде кредита, частично в виде уставного капитала (5 000 000 руб.). Потребность в кредите – 6 900 000 руб.

При выборе банка, в котором возможно взять кредит были рассмотрены три крупнейших банка г. Дегтярска: «Сбербанк России», «СКБ - Банк», и «Россельхозбанк». Банк «Россельхозбанк», ответил отказом, предположительно по причине того, что данный банк редко работает с только открывающимся бизнесом, предпочитая предоставлять кредиты на развитие уже имеющегося. Из двух оставшихся банков, готовых выдать кредит клубу, был выбран «СКБ-Банк», который достаточно давно находится на рынке и по стабильности мало уступает Сбербанку, а ставки по кредитам предлагает значительно ниже.

Итак, фитнес-клубом будет взят кредит на сумму 6 900 000 руб. под годовую процентную ставку 15% на срок 3 года. В таблице 5 представлена схема погашения кредита.

Таблица 6. Схема выплат кредитного займа

Показатели	1 год	2 год	3 год
1. Сумма кредита на начало года	6 900 000	4 912 961	2 627 866,15
2. Сумма платежа в том числе:	3 022 039	3 022 039	3 022 039
2.1. Процент за пользование кредитом	1 035 000	736 944,15	394 179,92
2.2. Погашение суммы долга	1 987 039	2 285 094,85	2 627 866,15
3. Сумма кредита на конец года	4 912 961	2 627 866,15	0,00

Общая сумма платежа за каждый год рассчитана по формуле:

$$S = K \times \frac{r}{\left(1 - \frac{1}{(1+r)^n}\right)} = 6900000 \times \frac{0,15}{\left(1 - \frac{1}{(1+0,15)^3}\right)} = 3022039 \text{ руб.},$$

Где: K – сумма кредита;

r – процентная ставка за пользование кредитом;

n – срок кредита (3 года).

Выплаты за пользование кредитом равны произведению общей суммы кредита на начало года на процентную ставку кредита, так для первого года:

$$6\,900\,000 \times 0,15 = 1\,035\,000 \text{ руб.}$$

Сумма погашенного основного долга равна общей сумме выплат за вычетом выплаты за пользование кредитом:

$$3\,022\,039 - 1\,035\,000 = 1\,987\,039 \text{ руб.}$$

Таким образом, сумма оставшегося кредита равна:

$$6\,900\,000 - 1\,987\,039 = 4\,912\,961 \text{ руб.}$$

Далее проведем расчет точки безубыточности.

Для 1-ого года данные для расчета будут следующими:

$Q_{\max} \times C_{\text{уп}} = 10\,696\,400$ руб. (объем постоянных расходов на весь объем выпуска в 259 200 человеко-часов);

$$C_{\text{пер}} = \frac{16320000}{259200} = 62,96 \approx 63 \text{ руб. переменных затрат приходится на объем}$$

выпуска в 259 200 человеко-часов;

$$Ц = \frac{59616000}{259200} = 230 \text{ руб. средняя цена 1-ого человеко-часа.}$$

Таким образом, безубыточный объем выпуска (реализации) фитнес-услуг будет равен:

$$Q_{\min} = \frac{10696400}{(230 - 63)} = \frac{10696400}{167} = 64050,29 \approx 64051 \text{ человеко-часов.}$$

Объем финансирования проекта по источникам представлен в таблице 7.

Таблица 7. Источники средств (на начало реализации проекта), тыс. руб.

Наименование источников	Средства на начало реализации проекта
СОБСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА	
1. Выручка от реализации акций (взнос в уставный капитал в денежной форме)	5 000 000
2. Нераспределенная прибыль (фонд накопления)	-
3. Неиспользованная амортизация основных средств	-
4. Амортизация нематериальных активов	-
5. Результат от продажи основных средств	-

6. Собственные средства, всего (сумма показателей пунктов 1-5)	5 000 000
ЗАЕМНЫЕ СРЕДСТВА	
7. Кредиты банков (по всем видам кредитов)	6 900 000
8. Заемные средства других организаций	-
9. Долевое участие в строительстве	-
10. Прочие	-
11. Заемные и привлеченные средства, всего (сумма показателей пунктов 7-10)	6 900 000
12. Предполагаемая государственная поддержка проекта	-
13. Итого (сумма показателей пунктов 6, 11, 12)	11 900 000

Финансовые результаты реализации проекта показывают распределение выручки (таблица 8).

Эффективность инвестиционных проектов оценивается по показателям срока окупаемости, чистого дисконтированного дохода, рентабельности инвестиций, внутренней нормы доходности.

1) общая накопленная величина дисконтных доходов:

$$PV = \frac{(16197265 + 200000)}{(1 + 0,15)^1} + \frac{(17586834 + 220000)}{(1 + 0,15)^2} + \frac{(24796198 + 240000)}{(1 + 0,15)^3} = 44184723$$

руб.

2) чистый дисконтированный доход:

$$NPV = 44184723 - 11900000 = 32284723 \text{ руб.}$$

3) индекс доходности: $PI = \frac{PV}{IC} = \frac{44184723}{11900000} = 3,713$ руб./руб.

4) внутренняя норма доходности: $IRR = 1,388262$.

$$P = \frac{19526766}{11900000} = 1,64$$

5) рентабельность инвестиций:

$$T_{ок} = \frac{IC}{П_{с.г.}} = \frac{11900000}{19526766} = 0,61$$

6) срок окупаемости:

Таким образом, срок окупаемости проекта составляет 8 (Восемь) месяцев ($0,61 \times 12 = 7,32 \approx 8$).

Таблица 8. Финансовые результаты производственной и сбытовой деятельности (на годовой объем), тыс. руб.

Статьи затрат	1 год					2 год					3 год
	всего	по кварталам				всего	по кварталам				
		I	II	III	IV		I	II	III	IV	
1. Общая выручка от реализации продукции	59616000	14904000	14904000	14904000	14904000	64627200	16156800	16156800	16156800	16156800	76204800
2. НДС, акцизы и аналогичные обязательные платежи от реализации выпускаемой продукции	9093966	2273492	2273492	2273492	2273492	9858386	2464597	2464597	2464597	2464597	11624461
3. Выручка от реализации продукции за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей (разность между показателями пункта 1 и пункта 2)	50522034	12630508	12630508	12630508	12630508	54768814	13692203	13692203	13692203	13692203	64580339
4. Общие затраты на производство и сбыт продукции (услуг) в том числе:	23896400	5974100	5974100	5974100	5974100	26150000	6537500	6537500	6537500	6537500	28706000
а) НДС, акцизы и аналогичные обязательные платежи, уплачиваемые из затрат на материалы, топливо, энергию	91524	22881	22881	22881	22881	91524	22881	22881	22881	22881	91524
5. Амортизационные отчисления	2001880	500470	500470	500470	500470	2201880	550470	550470	550470	550470	2401880
6. Налоги, включаемые в себестоимость	3120000	780000	780000	780000	780000	3588000	897000	897000	897000	897000	4056000
7. Финансовый результат (прибыль) (разность между показателями пункта 3 и пунктов 4,5, 6)	24532230	6133057	6133057	6133057	6133057	26325410	6581352	6581352	6581352	6581352	35782815

Продолжение табл. 8

8. Налоги, относимые на финансовый результат (прибыль), всего в том числе: налог на имущество	198000	49500	49500	49500	49500	162800	40700	40700	40700	40700	134200
9. Погашение основного долга и выплаты процентов за кредит	3022039	755510	755510	755510	755510	3022039	755510	755510	755510	755510	3022039
10. Налогооблагаемая прибыль (разность показателей пункта 7 и пунктов 8 и 9)	21312191	5328048	5328048	5328048	5328048	23140571	5785143	5785143	5785143	5785143	32626576
11. Налог на прибыль	4262438	1065610	1065610	1065610	1065610	4628114	1157029	1157029	1157029	1157029	6525315
12. Чистая прибыль (разность показателей пункта 10 и 11)	17049753	4262438	4262438	4262438	4262438	18512457	4628114	4628114	4628114	4628114	26101261
13. Платежи в бюджет (сумма показателей пунктов 2, 6, 8, 11)	16582880	4145720	4145720	4145720	4145720	18145776	4536444	4536444	4536444	4536444	22248255

Таким образом, показана высокая эффективность предлагаемого проекта, что определяется прежде всего высокими показателями чистого дисконтированного дохода, индекса инвестиции, и сравнительно небольшим сроком окупаемости.

К тому же выявленное сальдо потока, нарастающим итогом, говорит о возможности приобретения арендуемого здания в собственность, что значительно увеличит наши конкурентные преимущества.

2.8 Оценка рисков и их страхование

При реализации проекта по созданию фитнес-клуба существует вероятность того, что реальный доход будет отличаться от прогнозируемого, т. е. существуют инвестиционные риски.

Общий инвестиционный риск является суммой систематического (не диверсифицируемого) и несистематического (подлежащего диверсификации) рисков.

Систематический риск возникает вследствие внешних событий (война, инфляция, стагнация и т.д.), его действие не ограничивается рамками одного проекта и его невозможно устранить путем диверсификации. По поводу этого риска можно лишь отметить, что он составляет от 2 до 5% по любым инвестиционным проектам.

Несистематический риск (риск, который можно устранить или сократить посредством диверсификации), связанный с реализацией предлагаемого проекта, включает в себя: риск несоблюдения расчетных сроков реализации проекта – 2 %; риск отсутствия или падения спроса – 3 %; риск неплатежей – 1 %.

Максимальный размер рисков при реализации предлагаемого проекта составляет 6 %.

Такая величина рисков не оказывает значительного влияния на экономические показатели проекта.

Риск несоблюдения расчетных сроков реализации проекта сведен до минимальных размеров вследствие следующих факторов: осуществлены детальные предпроектные проработки по каждому разделу проекта; достигнуты договоренности с надежными строительными организациями о поставке строительных материалов и оборудования высокого качества; осуществлен подбор участников строительства курортного центра, имеющих многолетний опыт ведения строительства различных объектов.

Риск отсутствия или падения спроса маловероятен вследствие того, что рынок продолжает развиваться. Высокое качество оказываемых услуг, высокий уровень спроса, позволяют свести этот вид риска к минимуму.

Риск неплатежей: в условиях кризиса платежеспособного спроса присутствует вероятность риска неплатежей. На сведение до минимума риска такого характера будет направлена маркетинговая программа компании, предусматривающая получение определенных гарантий оплаты, либо ориентированная на работу по предоплате.

Выводы по второй главе

Вторая глава выпускной квалификационной работы представляет собой бизнес план открытия фитнес-клуба «Sport-life» в городе Дегтярск. Данная организация выбрана потому что в городе нет аналогичных услуг при наличии высокого спроса.

Поэтому фитнес-клубу «Sport-life» можно рассчитывать на успешное функционирование благодаря низкой конкуренции, невысоким ценам на предлагаемые услуги, а также высокому уровню развития района города. В фитнес-клубе «Sport-life» будут оказываться услуги, удовлетворяющие потребности населения в поддержании здорового образа жизни, хорошей физической форме.

В фитнес-клубе «Sport-life» представлено несколько различных фитнес программ для любых возрастов и для людей любой спортивной подготовки.

Персонал фитнес-клуба «Sport-life» - высококвалифицированный, имеющий достижения в спортивной деятельности (кандидаты в мастера спорта и мастера спорта). Тренерский штат постоянно будет присутствовать в зале, давать консультации и рекомендации посетителям. В приоритете персонал с профильным спортивным образованием.

Необходимые инвестиции для открытия фитнес-клуба «Sport-life» будут вложены в виде собственных и заемных средств в общем размере – 11 900 тыс. руб.

При расчете эффективности открытия фитнес-клуба «Sport-life» выявлены высокие показатели. Планируемые финансовые результаты определены показателями среднегодовой прибыли (19 526,76 тыс. руб.), уровнем рентабельности (1,64), сроком окупаемости (8 мес.). Помимо экономической эффективности, можно отметить социальную – создание фитнес-клуба «Sport-life» направлено на развитие и укрепление физического здоровья населения города Дегтярск, а также обеспечение занятости детей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучив теоретические аспекты бизнес-планирования, были сделаны выводы, что бизнес-планирование играет важную роль, которая заключается в грамотной организации и координации работы управленческого звена компании, а также в обеспечении разработки плана действий от начала до конца. В современных условиях бизнес-планирование – это главная функция управления любой организации, так как с бизнес-планирования начинаются любые проекты: создание или развитие действующей организации. Это подтверждается многочисленными исследованиями как отечественных, так и зарубежных ученых. Однако неприятие бизнес-планирования как важного управленческого инструмента, неграмотное составление или его игнорирование может привести к снижению показателей эффективности организации, т. е. к неплатежеспособности.

Бизнес-план – это документ, в котором формулируется цель предполагаемой экономической деятельности, описываются работы, услуги, содержится анализ рынка, а также рассматриваются организационно-правовые вопросы и функции производства, дается технико-экономическое обоснование эффективности планируемой работы.

Основная часть содержит детально разработанный бизнес-план фитнес-клуба «Sport-life». Он включает такие разделы, как: резюме; описание предприятия и отрасли; описание продукта (услуги); план маркетинга, производственный и организационные планы; финансовый план и оценка рисков с их страхованием.

В заключении хочется отметить основные преимущества предлагаемого бизнес-плана:

1. Расположение фитнес-клуба «Sport-life» выбрано неподалеку от жилых домов, в непосредственной близости две школы и несколько торговых

точек. Это связано с тем, что у большинства клиентов приоритет выбора стоит в территориальном расположении, т. е. насколько далеко объект находится от работы, учебы или дома. Целевая аудитория фитнес-клуба «Sport-life» - лица, проживающие или работающие в 5-10 минутах от нас. Соответственно, маркетинговый план построен исходя из этого, т. е. выбран точечный формат рекламы.

2. Персонал фитнес-клуба «Sport-life» - высококвалифицированный, имеющий достижения в спортивной деятельности (кандидаты в мастера спорта и мастера спорта). Тренерский штат постоянно будет присутствовать в зале, давать консультации и рекомендации посетителям. В приоритете персонал с профильным спортивным образованием.

3. В фитнес-клубе «Sport-life» представлено несколько различных фитнес программ для любых возрастов и для людей любой спортивной подготовки.

4. Цены фитнес-клуба «Sport-life» по сравнению с имеющимися конкурентами в разы ниже (до 3 раз). Также существуют различные комплексные программы для семейных пар, организаций, групповых коллективов, студентов и т. д.

При расчете эффективности открытия фитнес-клуба «Sport-life» выявлены высокие показатели. Планируемые финансовые результаты определены показателями среднегодовой прибыли (19 526,76 тыс. руб.), уровнем рентабельности (1,64), сроком окупаемости (8 мес.). Помимо экономической эффективности, можно отметить социальную – создание фитнес-клуба «Sport-life» направлено на развитие и укрепление физического здоровья населения города Дегтярск, а также обеспечение занятости детей.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аникеев С.А. Методика разработки плана маркетинга / С.А. Аникеев. М.: Форум, Информ-Студио, 2011. – 128 с.
2. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом / И.Т. Балабанов. М.: Финансы и статистика, 2012. – 384 с.
3. Берл Г. Мгновенный бизнес-план. Двадцать быстрых шагов к успеху / Г. Берл. М.: Дело ЛТД, 2011. – 183с.
4. Бекетова О.Н. Бизнес-планирование. Конспект лекций / О.Н. Бекетова, В.И. Найденков. М.: ИНФРА-М, 2010. – 157 с.
5. Беспалов М.В. Особенности развития предпринимательской деятельности в условиях современной России / М.В. Беспалов. М. ИНФРА-М, 2014. – 232 с.
6. Бизнес-план фирмы. Комментарий методики составления. Реальный пример / Д.Н. Акуленок, В.П. Буров, В.А. Морошкин, О.К. Новиков - М.: Гном-Пресс, 2011. – 295 с.
7. Веснин В.Р. Основы менеджмента : учебник / В.Р.Веснин. М.: Издательство «Триада, ЛТД», 2012. – 446 с.
8. Волков О. И. Экономика предприятия: учебник / О. И. Волкова. М.: ИНФРА-М, 2010. – 416 с.
9. Галенко В.П. Бизнес-планирование в условиях открытой экономики: учеб. пособ. для высш. учеб. заведений / В.П. Галенко, Г.П. Самарина, О.А. Страхова. М.: Издательский центр «Академия», 2012. – 288 с.
10. Глущенко Е. В. Теория управления / Е.В.Глущенко. М.: Вестник, 2012. – 380 с.
11. Горемыкин В.А. Бизнес-план: Методика разработки. 45 реальных образцов бизнес-планов / В.А. Горемыкин, А.Ю. Богомолов - 3-е изд., доп. и перераб. М.: «Ось-89», 2011. – 864 с.
12. Горохов Н.Ю. Бизнес-планирование и инвестиционный анализ / Н.Ю. Горохов. М.: Информационно-издательский дом Филинь, 2012. – 208 с.

13. Горфинкель В. Я. Малые предприятия: организация, экономика, учет, налоги : учеб. пособие / В. Я. Горфинкель. М.: Юнити, 2011. – 357 с.
14. Грибалева Н.П. Бизнес-план. Практическое руководство по составлению / Н.П. Грибалева. С. Петербург: Белл, 2011. – 203с.
15. Давидссон П. Исследуя предпринимательство / П. Давидссон. М.: ВШЭ, 2014. – 400 с.
16. Климова М.А. Индивидуальное предпринимательство: организация работы / М.А. Климова. М.: Библиотека «Российской газеты», 2014. – 192 с.
17. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева, Л.И. Ушвицкий. М.: Финансы и статистика, 2011. – 672 с.
18. Кузьмина Е.Е. Организация предпринимательской деятельности / Е.Е. Кузьмина, Л.П. Кузьмина. М.: Юрайт, 2014. – 508 с.
19. Лапуста М. Г. Предпринимательство / М.Г. Лапуста. М.: ИНФРА-М, 2012. – 496 с.
20. Ларионов И.К. Предпринимательство / И.К. Ларионов. М.: Дашков и Ко, 2014. – 192 с.
21. Липсиц И.В. Бизнес-план – основа успеха / И.В. Липсиц. М.: Машиностроение, 2013. – 80с.
22. Липсиц И. В. Что такое бизнес-план и как его составить / И.В. Липсиц. М.: Россия молодая, 2011. – 387 с.
23. Менеджмент организации / Под ред. З. П. Румянцевой. М.: ИНФРА-М, 2013. – 466 с.
24. Мильнер Б.З. Теория организации: учебник / Б.З. Мильнер. М.ИНФРА-М, 2012. – 566 с.
25. Пелих А.С. Бизнес-план / А.С. Пелих. М.: Ось –89, 2011. – 96 с.
26. Петров К.Н. Как разработать бизнес-план. Практическое пособие с примерами и шаблонами / К.Н. Петров. М.: ООО «И.Д.Вильямс», 2011. – С. 26.

27. Попов В.М. Бизнес-планирование: учебник / В.М.Попов, С.И. Ляпунов. М.: Финансы и статистика, 2012. – 672 с.
28. Просветов Г.И. Бизнес-планирование: Задачи и решения: учебно-методическое пособ. / Г.И. Просветов. М.: Издательство РДЛ, 2012. – 208 с.
29. Резник С.Д. Основы предпринимательской деятельности / С.Д. Резник, И.В. Глухова, Н.А. Назарова, А.Е. Черницов. М.: ИНФРА-М, 2014. – 224 с.
30. Романова М.В. Бизнес-планирование / М.В. Романова. М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2011. – 240 с.
31. Рубин Ю.Б. Предпринимательство / Ю.Б. Рубин. СПб. : Синергия, 2014. – 864 с.
32. Савицкая Г.В. Экономический анализ: учеб. / Г.В. Савицкая. 11-е изд. М.: Новое издание, 2012. – 651 с.
33. Степанов И.М. Бизнес-планы. Полное справочное руководство / И.М. Степанов. М.: Лаборатория базовых знаний, 2011. – 240 с.
34. Теория организации / Под ред. Г.Р. Латфуллина, О.Н. Громовой, А.В. Райченко. М.: Юрайт, 2014. – 480 с.
35. Ушаков И.И. Бизнес-план / И.И. Ушаков. СПб. : Питер, 2012. – 223 с.
36. Халтаева С.Р. Бизнес-планирование: учеб. пособ. / С.Р. Халтаева, И.А. Яковлева. Улан-Удэ, 2012. – 170 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Прейскурант цен фитнес-клуба «Sport life» г. Дегтярск

Наименование услуги	Цена, руб.
Разовое посещение Разовое посещение позволяет воспользоваться услугой тренажерного зала, групповых занятий и сауны один раз, с возможностью выкупа полного абонемента (дополнительно внести оставшуюся сумму до полного абонемента)	1 000
Cross card Месяц посещения с 07.00-23.00	3 000
Месяц дневной Дает право посещать клуб с 7:00- 17:00 с понедельника – воскресенье	1 800
Годовой дневной Дает право посещать клуб с 7:00- 17:00 с понедельника - воскресенье Бонус: стоп-карта на 30 дней	11 000
Детская карта Детская карта с 6-16 лет (скидка 30%); с 16 лет скидка не действует (оплачивается полная стоимость) месяц - 1750р, месяц дневной - 1190р кварталный - 4340р, кварталный дневной - 2450р полугодовой - 7560р, полугодовой дневной - 4760р годовой - 14000р, годовой дневной - 7560р годовой VIP - 28 000р	скидка 30%
Студенческая карта Дает право посещать клуб без ограничения по времени с понедельника – воскресенье	1 500
Клип-карта на 8 посещений Дает право посещать клуб с 7:00- 23:00 с понедельника – воскресенье Срок действия карты 3 месяца	2 400
Годовой VIP Дает право посещать клуб с 7:00- 23:00 с понедельника – воскресенье стоп-карта на 30 дней 6 месяцев персональных тренировок, персональная кабинка на 12 месяцев	40 000
Годовой Дает право посещать клуб с 7:00- 23:00 с понедельника - воскресенье Бонус: стоп-карта на 30 дней	20 000
Полугодовой дневной Дает право посещать клуб с 7:00- 17:00 с понедельника – воскресенье Бонус: стоп-карта на 15 дней	6 850
Квартальный Дает право посещать клуб с 7:00- 23:00 с понедельника – воскресенье	6 250
Квартальный дневной Дает право посещать клуб с 7:00- 17:00 с понедельника – воскресенье	3 550
Месяц Дает право посещать клуб с 7:00- 23:00 с понедельника – воскресенье	2 600

Продолжение табл.

Полугодовой Дает право посещать клуб с 7:00- 23:00 с понедельника – воскресенье Бонус: стоп - карта на 15 дней	10 800
Дополнительные услуги	
Стоп - карта 15 дней - 500 руб, 30 дней - 900 руб на абонементы, персональный тренер -500 руб на 15 дней Стоп - карта дает право приостановить действие абонемента в связи с невозможностью посещения.	500, 900
Персональная кабинка Аренда кабинки - 1 месяц	500
Персональные тренировки	
Силовой тренинг мини-группа Оплата производится при каждом посещении Мини-группа - 2-3 человека	1 200
Силовой тренинг индивидуально Оплата производится при каждом посещении	1 000
Мягкий фитнес мини-группа Оплата производится при каждом посещении Мини-группа - 2-3 человека	1 200
Мягкий фитнес индивидуально Оплата производится при каждом посещении	1 000
Персональный тренер тренажерного зала Оплата производится ежемесячно В стоимость входят не более 12 занятий *неиспользованные занятия на следующий месяц не переносятся. <i>Помощь в снижении веса</i> <i>Набор мышечной массы</i> <i>Коррекция фигуры</i> <i>Обучение техники выполнения упражнений</i> <i>Подбор методики тренировок</i> <i>Разработка тренировочного комплекса упражнений</i> <i>Полный контроль за тренировочным процессом</i>	3 500
Сертификаты	
Подарочные сертификаты	от 500

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Состав основного оборудования для фитнес-клуба «Sport life»

г. Дегтярск

Русское название	Цена	Кол-во	Всего, руб.
Велотренажеры	20 000	6	120 000
Беговая дорожка	20 000	6	120 000
Эллиптические тренажеры	60 000	2	120 000
Степперы	120 000	2	240 000
Гребные тренажеры	90 000	2	180 000
Многоблочные тренажеры	60 000	2	120 000
Силовые комплексы	60 000	2	120 000
Бенч горизонтальный с двухуровневой стойкой	20 000	2	40 000
Бицепс машина	65 000	2	130 000
Брусья для отжимания	16 000	2	32 000
Гиперэкстензия	20 000	2	40 000
Голень машина	68 000	2	136 000
Голень сидя	30 000	2	60 000
Гребля	61 000	2	122 000
Гребля с упором для груди	72 000	2	144 000
Грудь машина	83 000	2	166 000
Грузоблочная рама с двумя стеками	71 000	2	142 000
Дельта машина	70 000	2	140 000
Дельта-машина фронтальная	80 000	2	160 000
Жим ногами горизонтальный	80 000	2	160 000
Жим от груди сидя	60 000	2	120 000
Жим сидя	60 000	2	120 000
Лат машина (тяга сверху)	65 000	2	130 000
Пресс машина	82 000	2	164 000
Пресс машина лежа	80 000	2	160 000
Пресс машина с упором для коленей	92 000	2	184 000
Пресс машина с упором для спины	84 000	2	168 000
Пулловер	80 000	2	160 000
Пулловер машина	57 000	2	114 000
Пулловер машина	108 000	2	216 000
Разгибание ног	58 000	2	116 000
Разгибание ног комбинированное	115 000	2	230 000
Разгибание ног независимое	148 000	2	296 000
Разгибание ног сидя	82 000	2	164 000
Разгибание спины	57 000	2	114 000
Разгибание спины регулируемое	82 000	2	164 000
Рамка для приседаний	27 000	2	54 000
Римский стул	16 000	2	32 000
Сгибание ног лежа	58 000	2	116 000
Скамья атлетическая горизонтальная	82 000	5	164 000
Скамья атлетическая наклонная регулируемая	12 000	5	60 000
Скамья горизонтальная	24 000	5	120 000

Продолжение табл.

Скамья для жима лежа	9 000	5	45 000
Скамья для жима сидя	20 000	5	100 000
Скамья для прессы	23 000	5	115 000
Скамья Скотта, сидя	14 000	5	70 000
Скамья Скотта, стоя	21 000	10	105 000
Стойка для подтягивания	20 000	2	200 000
Стойка для подъема ног, отжимание	21 000	2	42 000
Стойка для приседаний со страховкой	18 000	2	36 000
Стойка под гантели от 2,5 до 20 кг	30 000	6	60 000
Твист машина	12 000	2	72 000
Твист сидя	79 000	2	158 000
Тренажер для голени сидя	18 000	2	36 000
Тренажер для жима лежа	29 000	2	58 000
Тренажер для задних дельтоидов	56 000	2	112 000
Тренажер для прессы	71 000	2	142 000
Тренажер для ягодич лежа	93 000	2	186 000
Тренажер для ягодич с упором для груди	79 000	2	158 000
Трицепс машина	81 000	2	162 000
Трицепс машина стоя, с упором для спины	67 000	2	134 000
Тренажер для ягодичных мышц с упором для груди	68 000	2	136 000
Турник для шведской стенки	60 000	2	120 000
Тяга сверху	18 000	2	36 000
Универсальный тренажер, 4 рабочих места	52 000	2	104 000
Универсальный тренажер (тяга сверху, маш.Смитта)	200 000	2	400 000
Фитнес баттерфляй	130 000	2	260 000
Французский жим сидя	76 000	2	152 000
Прочее неучтенное оборудование			1 000 000
ИТОГО (с учетом НДС)			10 000 000

Численность работающих, расходы на оплату труда и отчисления на социальные нужды бизнес-плана

Статьи затрат	Единица измерения	1 год					2 год					3 год
		всего	по кварталам				всего	по кварталам				
			I	II	III	IV		I	II	III	IV	
Численность работающих по проекту, всего	чел.	43	43	43	43	43	48	48	48	48	48	53
в том числе:												
1. Сотрудники, непосредственно занятые производством продукции (услуг)	чел.	20	20	20	20	20	23	23	23	23	23	26
2. Сотрудники, не занятые производством продукции (услуг)	чел.	18	18	18	18	18	20	20	20	20	20	22
3. Сотрудники аппарата управления на	чел.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4. Расходы на оплату труда сотрудников, непосредственно занятых производством продукции (услуг), всего	руб.	15120000	3780000	3780000	3780000	3780000	17388000	4347000	4347000	4347000	4347000	19656000

Продолжение табл.

в том числе:												
заработная плата	руб.	12000000	3000000	3000000	3000000	3000000	13800000	3450000	3450000	3450000	3450000	15600000
отчисления на социальные нужды	руб.	3120000	780000	780000	780000	780000	3588000	897000	897000	897000	897000	4056000
5. Расходы на оплату труда сотрудников не занятых непосредственно производством продукции (услуг), всего:	руб.	7862400	1965600	1965600	1965600	1965600	8316000	2079000	2079000	2079000	2079000	9072000
в том числе:												
заработная плата	руб.	6240000	1560000	1560000	1560000	1560000	6600000	1650000	1650000	1650000	1650000	7200000
отчисления на социальные нужды	руб.	1622400	405600	405600	405600	405600	1716000	429000	429000	429000	429000	1872000
7. Расходы на оплату труда, всего	руб.	22982400	5745600	5745600	5745600	5745600	25704000	6426000	6426000	6426000	6426000	28728000
в том числе:												
заработная плата	руб.	18240000	4560000	4560000	4560000	4560000	20400000	5100000	5100000	5100000	5100000	22800000
отчисления на социальные нужды	руб.	4742400	1185600	1185600	1185600	1185600	5304000	1326000	1326000	1326000	1326000	5928000

ГЛОССАРИЙ

Понятие	Определение понятий	Источник
Бизнес-план	план, программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности	Волков, О. И. Экономика предприятия [Текст] : учебник / О. И. Волкова. М.: ИНФРА-М, 2010. 416 с.
Доля рынка	доля компании в объеме продаж на данном рынке. Позволяет оценить конкурентные позиции производимого/реализуемого компанией товара	Глущенко Е. В. Теория управления - М.: Вестник, 2012.-380 с.
Инвестиции	долгосрочные вложения государственного или частного капитала в собственной стране или за рубежом с целью получения дохода в предприятия разных отраслей, предпринимательские проекты, социально-экономические программы, инновационные проекты. Дают отдачу через значительный срок после вложения	Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / А.И. Алексеева и др. М.: Финансы и статистика, 2011. 672 с.
Конкурентная среда	рынок или его сегмент, где предприятие ведет борьбу за потребителей, поставщиков, партнеров и преобладающее положение на рынке	Бизнес-план фирмы. Комментарий методики составления. Реальный пример / Д.Н. Акуленок и др. М.: Гном-Пресс, 2011. 295 с.
Конкурентоспособность предприятия	уровень экономического, технологического и финансового потенциала предприятия, обеспечивающего ему возможность конкурировать со своими соперниками, поставляющими на те же рынки аналогичные товары или стремящимися проникнуть на рынок	Попов, В.М. Бизнес-планирование: учебник / В.М.Попов, С. И.Ляпунов. М.: Финансы и статистика, 2012. 672с.
Малое предприятие	наиболее дешевый путь к рынку, закладывающий глобальные основы ресурсосберегающего экономического роста в стране	Бизнес-план фирмы. Комментарий методики составления. Реальный пример / Д.Н. Акуленок и др. М.: Гном-Пресс, 2011. 295 с
Маркетинг	организационная функция и совокупность процессов создания,	Глущенко Е. В. Теория управления.

	продвижения и предоставления ценностей покупателям и управления взаимоотношениями с ними с выгодой для организации	М.: Вестник, 2012.-380 с.
Реклама	часть маркетинговых коммуникаций, в рамках которой производится оплаченное известным спонсором распространение неперсонализированной информации, с целью привлечения внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему	Ларионов, И.К. Предпринимательство. М.: Дашков и Ко, 2014. 192 с.
Риск	опасность отклонения от предполагаемой цели, приводящая к возникновению непредвиденных потерь прибыли, дохода или имущества, денежных средств, других ресурсов в связи с неблагоприятными обстоятельствами	Бизнес-план фирмы. Комментарий методики составления. Реальный пример / Д.Н. Акуленок и др. М.: Гном-Пресс, 2011. 295 с
Рынок	совокупность экономических отношений, базирующихся на регулярных обменных операциях между производителями товаров (услуг) и потребителями	Глущенко Е. В. Теория управления. М.: Вестник, 2012.-380 с.
Финансовая реализуемость инвестиционного проекта	это обеспечение такой структуры денежных потоков проекта, при которой на каждом шаге расчета имеется достаточное количество денег для его продолжения	Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / А.И. Алексеева и др. М.: Финансы и статистика, 2011. 672 с.
Эффективность инвестиционного проекта	экономическая категория, отражающая соответствие проекта целям и интересам участников проекта	Бизнес-план фирмы. Комментарий методики составления / Д.Н. Акуленок и др. М.: Гном-Пресс, 2011. 295 с
SWOT анализ	метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории: Strengths (сильные стороны), Weaknesses (слабые стороны)	Попов, В.М. Бизнес-планирование: учебник. М.: Финансы и статистика, 2012. 672с.