**Резюме**

**1. Название проекта**

Открытие фитнес-клуба эконом класса

**2. Бизнес-идея проекта**

Бизнес–идея проекта заключается в удовлетворении существующего спроса на фитнес услуги в данном ценовом сегменте. Предполагается оказание качественных услуг населению за счет использования современных методик, фитнес-программ, задействования квалифицированного персонала. Услуги фитнес-клуба позиционируются как услуги для деловых людей со средним достатком. Следовательно, цены на них будут достаточно низкими. Ценовая политика в сочетании с хорошим уровнем сервиса и удобным расположением - основное достоинство создаваемого фитнес-клуба.

**3. Цель**

Основная цель проекта - получение прибыли от работы фитнес-клуба. Предполагается взять в аренду помещение размером 250 кв.м. , произвести ремонт и закупить необходимое оборудование.

Долгосрочные цели - это привлечение максимально возможного количества клиентов, формирование постоянной клиентской базы и дальнейшее расширение фитнес-клуба. Краткосрочными целями являются создание положительного образа фитнес-клуба, поиск новых клиентов, достижение стабильного роста объема продаж.

**4. Общая стоимость проекта -** 4 710 278 рублей.

**5. Потребность в инвестициях -** 4 710 278 рублей.

**6. Срок реализации проекта**

Фитнес-клуб создается без ограничения срока работы. Горизонт расчетов в проекте составляет 5 лет.

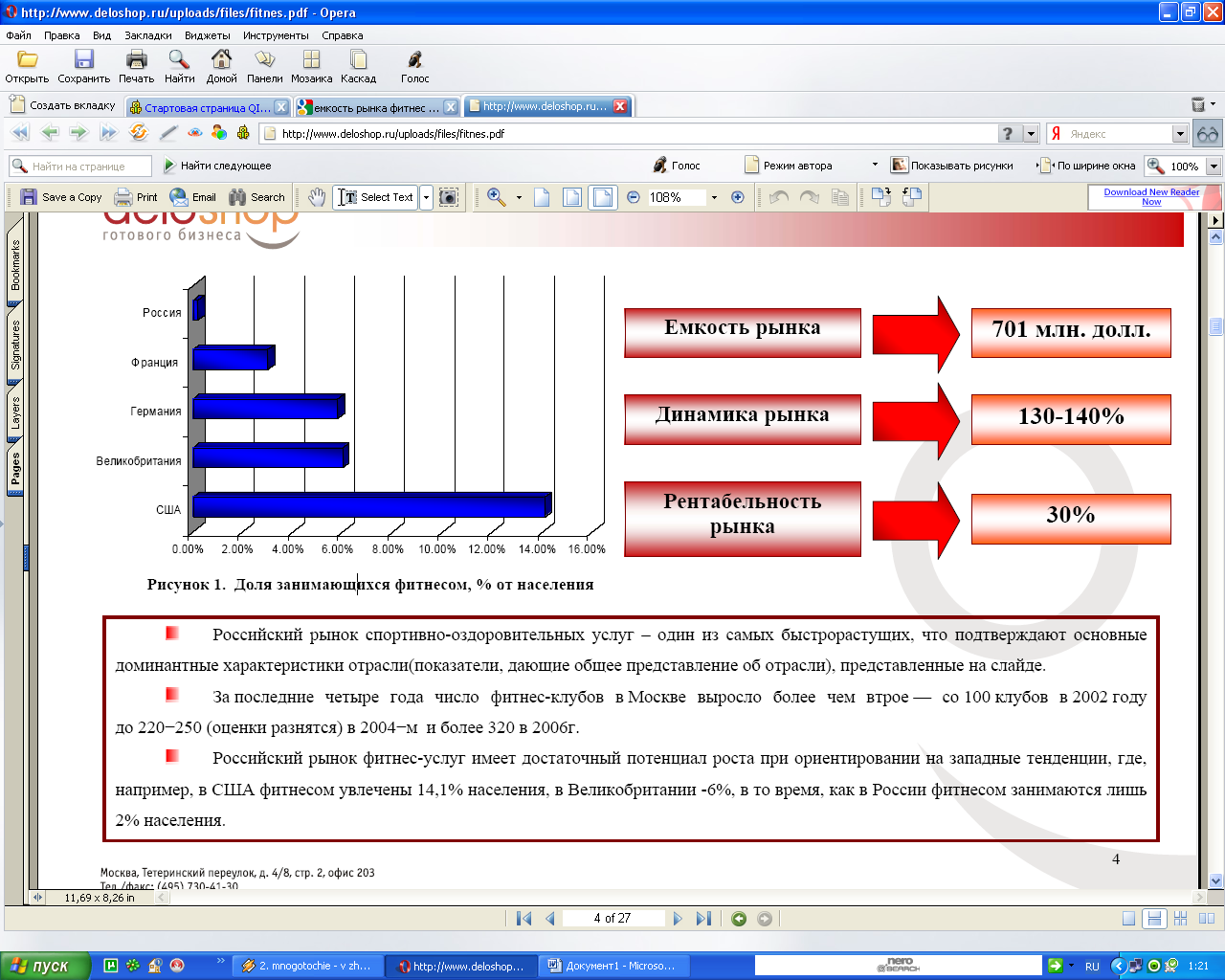
**7. Организационный период**

Согласно проекту планируется завершить организационные работы в течении 3-х месяцев.

**8**. **Срок окупаемости инвестиций -** 5 лет.

**Раздел 1. Оценка рынка сбыта.**

В России очень быстрыми темпами развивается фитнес-индустрия. В хорошей физической форме хотят быть не только состоятельные люди, но и представители среднего класса. Более того, именно они обеспечат в будущем основной прирост рынку. Российский рынок фитнес-услуг имеет достаточный потенциал роста при ориентировании на западные тенденции, где, например, в США фитнесом увлечены 14,1 % населения, в Великобритании -6%, в то время как в России фитнесом занимаются менее 2% населения (Рис.1) [[1]](#footnote-1)



**Рис. 1. Диаграмма доли занимающихся фитнесом, % от населения**

Резерв роста российского рынка фитнес-услуг заключается, прежде всего, в развитии среднего ценового сегмента.

В настоящее время премиум-сегмент заполнен уже на 70-90% и срок окупаемости клубов данного сегмента вырос до 5-6 лет[[2]](#footnote-2). В связи этим многие игроки направляют свои усилия на освоение среднего ценового сегмента. Наибольшие перспективы ожидают клубы, предоставляющие широкие возможности для семейного фитнеса, предлагая клиентам широкий спектр сопутствующих услуг, новые групповые и индивидуальные программы, эксклюзивные разработки и оборудование, соответствующее мировым стандартам. Не случайно в последнее время крупные сети уделяют особое внимание развитию этого сегмента.

Сейчас в стране действуют порядка 2 тыс. фитнес-клубов, треть из которых, расположена в столице. Объем рынка фитнес-услуг России в 2008 году составил более $900 млн. По данным экспертов емкость Рынка фитнеса в России составляет 2 млрд. евро, а привлечь к занятиям в залах можно 1,7 млн. россиян.

На Рынке представлены как сетевые игроки, так и одиночные клубы. Крупнейшими компаниями в данной области в настоящее время являются:

* Russian Fitness Group (сети World Class и «Физкульт»)
* Планета Фитнес (сеть «Планета Фитнес»)
* Страта Партнерс (сети Orange Fitness и CityFitness)

Основными и постоянными потребителями рынка фитнес-услуг являются состоятельные жители крупных городов. Однако, поскольку данный сегмент уже практически занят, игрокам рынка приходится обращать внимание на менее состоятельных клиентов, число которых в России значительно выше.

Экономический рост России в целом, а также постепенное улучшение уровня жизни приводит к тому, что количество сторонников активного образа жизни в России с каждым годом увеличивается, а это в свою очередь способствует росту российского рынка фитнес-услуг.

На мой взгляд, рынок фитнес – услуг действительно полностью не заполнен, есть ниши, которые следует занять, существует сегмент, на который необходимо ориентироваться, но фитнес – индустрия на сегодняшний момент сталкивается с рядом проблем:

1. Общее снижение числа клиентов
2. Ожесточенная конкурентная борьба в отрасли
3. Снижение предложения услуг в фитнес - индустрии
4. Сокращение инструкторов, увольнение профессионалов, снижение заработных плат
5. Падение продаж, снижение спроса на услуги фитнес – центров.

Финансовый кризис 2008-2009 гг. затронул рынок фитнес – услуг в России, но не разорил его, поэтому, на мой взгляд, перспективы развития рынка все – таки существуют.

Что касается города Екатеринбурга, то из всего населения Екатеринбурга постоянно занимаются фитнесом менее 1% (для сравнения: в Москве — 3%). Этот показатель меняется медленно: спрос растет по мере появления и продвижения на рынке новых фитнес-центров, а их открытие в Екатеринбурге носит, скорее, единичный характер[[3]](#footnote-3).

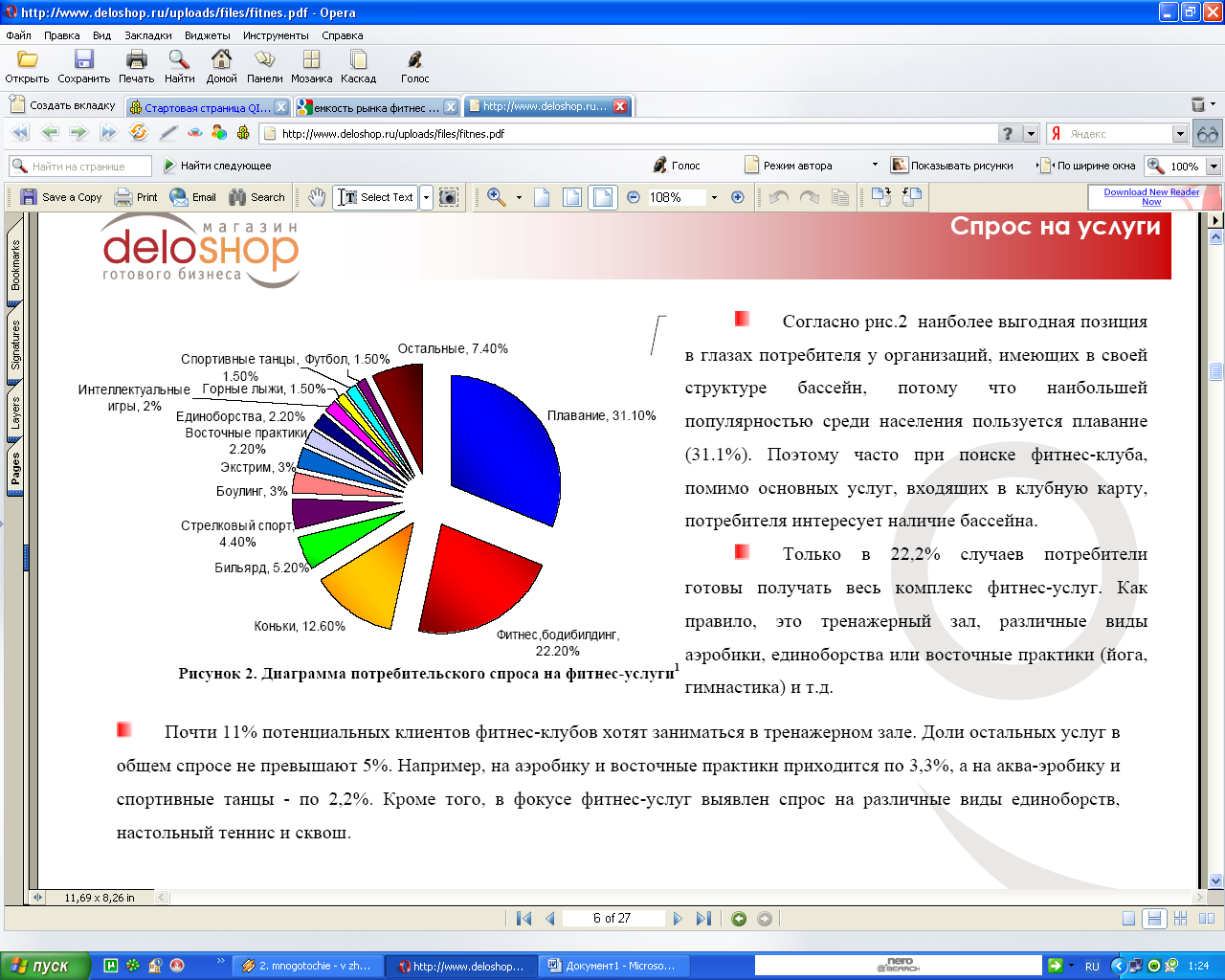
В 2008 г. появились второй Powerhouse Gym (в БЦ «Палладиум»), «Маракана» (на ул. Московская), второй «Позитив» (на ул. Малышева), «Пионер» (на ул. Уральская) и «СпортХаус» (на ул. Техническая). Всего в 2009 г. в городе работали 38 фитнес-клубов и фитнес-центров, 28 тренажерных и 34 аэробных зала.

По мнению многих экспертов, рынок фитнес услуг заполнен лишь на 30-40%. Финансовые объемы фитнес - рынка Екатеринбурга, по разным оценкам, составляют от 20 до 50 млн. долларов. Рынок фитнеса сейчас находится на этапе становления — он не заполнен и наполовину, четкие границы отсутствуют[[4]](#footnote-4).

Причина низких темпов развития предложения в том, что игроки с трудом находят подходящие площади за приемлемую цену. Во-первых, застройщики не согласовывают с потенциальными арендаторами особенности помещений, в итоге запроектированные объекты часто оказываются непригодными. Вторая сложность связана со стоимостью недвижимости.

В целом, рынок фитнес – услуг в г. Екатеринбурге не является насыщенным и быстроразвивающимся, и спрос на услуги фитнес – клубов все-таки растет.

Почти 11% потенциальных клиентов фитнес-клубов хотят заниматься в тренажерном зале. Доли остальных услуг в общем спросе не превышают 5%. Например, на аэробику и восточные практики приходится по 3,3%, а на аква-эробику и спортивные танцы - по 2,2%. Кроме того, в фокусе фитнес-услуг выявлен спрос на различные виды единоборств, настольный теннис. (Рис. 2)[[5]](#footnote-5)



**Рис. 2. Диаграмма потребительского спроса на фитнес – услуги в городе Екатеринбурге**

Активный спрос на фитнес со стороны женщин превосходит мужской спрос почти в четыре раза. Помимо этого среди по-спортивному активных женщин 71% считает фитнес наиболее подходящим занятием, а вот у мужчин эта доля не превышает 40%[[6]](#footnote-6)

Большую роль в привлечении клиентов в фитнес-клубы в последнее время играет наличие в фитнес-клубе универсального зала для игровых видов спорта.

Наиболее активной частью клиентов фитнеса является возрастная группа в 20-29 лет. Но при этом, сегодня формируется потребитель фитнес-услуг старшей возрастной группы. Уже сейчас на клиентов старше 40 лет приходится 13,2%. А дальнейшее общественное развитие фитнес-культуры в ближайшие 10 лет потребует от фитнес - клубов разработки специальных программ для тех, "кому за 50"

**Раздел 3. Основные игроки рынка фитнес-услуг**

Если сравнивать рынок фитнес-услуг крупных городов Урала по количеству и разнообразию игроков, то Екатеринбург будет абсолютным лидером. В столице Свердловской области, по разным оценкам, около 70 площадок[[7]](#footnote-7), в том числе немало полностью соответствующих международным стандартам: предлагающих комплекс услуг, дополнительные бесплатные сервисы (питьевую воду, душевые и т.д.), работающих по клубной, абонементной системе.

Рынок фитнес-услуг в городе Екатеринбурге развивается в трех ценовых сегментах:

* премиум
* средний класс
* эконом (или демократический)

***Фитнес - клубы эконом – класса***:

К ним относятся объекты, общая площадь которых не превышает 500 кв. метров, а стоимость годового абонемента колеблется в пределах 20 тыс. рублей.

Таблица 3 **Фитнес – клубы эконом класса**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***Название клуба*** | ***Адрес Клуба*** | ***Система оплаты*** | ***Стоимость карты, руб.*** |
| **«Фит–Лайф»** | Ул.Автоматики,2 | Абонементная система | Круговой абонемент - 1640 (8 занятий), 2300 (12 занятий). |
| **Верх Исетский фитнес-клуб (ВИЗ)** | Ул. Кирова,71 | Абонементная система | 8 занятий -1600, 4 занятия - 880 |
| **Sport House** | Ул.Техническая,62 | Абонементная система | 8 занятий – 1600 |
| **«Рингс»** | Ул. Ильича,67а | Абонементная система | 8 занятий –1550 |
| **12 Степов** | Ул.Краснофлотцев,48 | Абонементная система | 12 занятий– 1440. Разовое посещение - 180 |

Согласно данным Комитета по организации бытового обслуживания населения администрации г. Екатеринбурга (КОБОН), сегодня у нас работает 69 фитнес - центров[[8]](#footnote-8). Как отмечают игроки, для города - миллионника этого количества недостаточно. Сейчас рыночная ниша не заполнена, причем во всех ценовых сегментах: рынок фитнес-услуг заполнен на 60-70% в классе «премиум» и примерно наполовину — в средне – ценовом сегменте.

Также игроков фитнес рынка можно разделить на следующие группы:

1) ***Сетевые фитнес – клубы федерального и международного масштаба***:

* Russian Fitness Group (сети World Class и «Физкульт»)
* Планета Фитнес (сеть «Планета Фитнес»)
* Страта Партнерс (сети Orange Fitness и CityFitness)

В 2006 г. в Екатеринбурге открылся «СитиФитнес» (сеть насчитывает еще 12 клубов в Москве и Московской области, Волгограде, Кишиневе, Тюмени, Ростове-на-Дону). За год до него — World Class (23 фитнес-клуба по России) и World Gym (4 клуба).

«У федералов есть целый ряд преимуществ перед региональными игроками. Они готовы вкладывать немалые для местных инвесторов деньги в создание качественных, больших спортивных центров». Солидные бренды «интервентов» и наработанные годами стандарты обслуживания привлекают посетителей»[[9]](#footnote-9)

Но, анализируя рынок г. Екатеринбурга, крупные сетевые фитнес-клубы не создали серьезных проблем для местных операторов. Федеральные центры заняли свою специфическую нишу: они предлагают посетителям клубные карты и не предоставляют разовых услуг.

2) ***Региональные представители рынка фитнес – услуг***:

К ним относятся ЦФиК «Арт-ДЖЕМ», Фитнес – студия «Стефании», «Данс – Холл», фитнес-центр " Real-fit ".

Региональные фитнес – клубы в основном относятся к среднему классу, ориентированы на «своего» потребителя и их количество из года в год увеличивается. В целом, в г. Екатеринбурге на данный момент работает 69 фитнес–центров, фитнес – клубов, фитнес – студий, тренажерных залов

* Атриум – Палас Отель
* Extreme Fitness Athletics
* Данс – Холл
* Эдем
* FLEX
* А – Джем
* Черная Пантера
* Бодимастер

Несомненно, клубы на рынке фитнеса конкурируют между собой, но рынок не является заполненным до конца, поэтому появление нового фитнес – клуба только стимулирует игроков на рынке к дальнейшей деятельности. Жесткой конкурентной борьбы на рынке фитнес – услуг пока нет.

В комитете по организации бытового обслуживания населения (КОБОН) администрации г. Екатеринбурга в прошлом году создали карту, на которую нанесены все фитнес-центры уральской столицы[[10]](#footnote-10). Если на нее посмотреть, то видно, что сейчас охвачен практически весь город. Микрорайона, в котором еще не открылся фитнес-центр, просто нет. Но, на мой взгляд, их все равно не достаточно, поэтому они будут открываться. Их общее число, по прогнозам комитета, до конца 2010 г. будет ежегодно пополняться на восемь-десять[[11]](#footnote-11).

**Раздел 4. Маркетинг**

Цель на этапе становления клуба - занять необходимую рыночную нишу, путем минимизации цен и предоставления комплексных услуг, которые пользуются спросом среди потребителей данного уровня. Главной стратегией предприятия должна стать комплексная стратегия по предоставлению продукции более высокого качества и по более низким ценам, а также расширение ассортимента изделий. Исходя из этого, стратегией маркетинга избирается стратегия расширения спроса за счет стимулирования объема продаж, ценовой политики и неценовых факторов конкурентной борьбы, создания положительного имиджа фитнес – клуба.

Исходя из целей и стратегии маркетинга, а также с учетом эластичности спроса, установление цен будет осуществляться с учетом величины ожидаемого спроса и поведения конкурентов. Спрос на фитнес – услуги зависит также от сезонности, следовательно, доход в некоторые месяцы будет варьироваться. Самыми сложными для фитнес – клубов месяцами считаются – январь, июнь, июль и август. Спрос в эти месяцы падает, и денежные поступления снижаются.

Поскольку клубы «эконом» класса в основном, окупаются благодаря посещаемости, то основной задачей является привлечение как можно большего числа клиентов.

В клубе будет организована следующая система оплаты услуг клиентами:

1) Продажа карт, куда входит неограниченное количество посещений аэробного зала в течение года. Стоимость данной карты составляет 25000 руб. Данная карта предусматривает приостановления договора сроком на 14 дней. Продаваться они будут перед открытием, для того, чтобы покрыть часть капитальных расходов и привлечь клиентов, которые будут посещать клуб на постоянной основе.

2) Непосредственно после открытия клуб будет работать по абонементной системе.

Таблица 4 **Система оплаты услуг зала групповых программ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Абонементы Зал групповых программ** | **Сумма, руб.** |
| 12 занятий | 4000 |
| 8 занятий | 3200 |
| Разовое посещение | 500 |

3) Также клиентам будет предложен комплекс дополнительных услуг, по следующему тарифу:

Таблица 5 **Стоимость дополнительных услуг фитнес – клуба**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Дополнительные услуги** | **Сумма, руб.** | **Время, мин.** |
| Персональные тренировки | 1000 | 60 |
| Массажные услуги: |  |  |
| Массаж общий (2 часа) | 1600 | 120 |
| Массаж общий (1 час) | 1000 | 60 |
| Массаж антицеллюлитный | 1200 | 60 |
| Массаж головы/ спины | 600 | 45 |
| Массаж детский общий | 500 | 60 |
| Посещение солярия | 9 | 1 |

Стоит отметить, что наполняемости клуба очень важна для окупаемости и рентабельности бизнеса фитнес – услуг, поэтому необходимо, чтобы потенциальный клиент получил своевременно полную информацию об открывающемся фитнес – клубе. Поэтому планируется организовать рекламную деятельность. В Юго-Западном районе города Екатеринбурга будут висеть растяжки с информационными данными фитнес-клуба У клуба будет создан свой сайт для пользователей интернет, что поможет охватить достаточно широкую аудиторию. Рекламный способ прямой почтовой рассылки «Директ – Мэйл» поможет донести информацию непосредственно до того сегмента, на который работает фитнес-клуб. Расходы на рекламу составят приблизительно 400000 руб. в первый год существования клуба.

Фитнес – клуб будет предоставлять комплексные фитнес - услуги широкого спектра направленности по достаточно приемлемым ценам. По мере развития клуб будет совершенствовать качество предоставляемых услуг, выводя на рынок оригинальные и популярные направления, а также увеличивать объем продаж путем привлечения новых групп потребителей.

**Раздел 5. Организационный план**

Предполагается открытие Фитнес – клуба.

Ориентировочное место расположения - микрорайон Академический.

График работы клуба с 8.00-22.00 часов.

Фитнес-клуб будет заниматься предоставлением комплекса фитнес – услуг: разнообразные программы в зале групповых программ, ряд дополнительных услуг – массаж, индивидуальный тренинг, солярий.

Предполагается взять в аренду помещение размером 250 кв.м. из них занимает:

* 80 м.2 – аэробный зал
* 20 м.2 - солярий
* 20 м.2 – массажныйкабинет
* 20 м.2 – женская раздевалка
* 20 м.2 – мужская раздевалка
* 20 м.2 – туалеты
* 20 м.2 – душевые комнаты
* 10 м.2 –коридор
* 20 м.2 – комната для персонала
* 20 м.2– офисное помещение

Общая стоимость годовой арендной платы составляет 1 200 000 руб.

Фитнес – клуб будет являться клубом «эконом - класса», поэтому система оплаты в клубе абонементная - разовые абонементы и сроком на 1 месяц.

Несмотря на то, что клуб будет работать в сегменте «эконом – класса», набор услуг разнообразен.

Зал групповых программ предлагает 6 различных направлений, в том числе силовые тренировки, программы, нацеленные на развитие кардиовыносливости, координации в пространстве, тренировки на развитие гибкости мышц и суставов, а также релакс – процедуры, которые снимают статическое напряжение, накопленное за день.

Групповые программы включают в себя: классическую и степ – аэробику, танцевальные направления (Latina, Belly dance, R’n’B, Hip - Hop), оздоровительные системы (Pilates, Yoga), силовые классы (Super Sculpt, ABT, Ewa Crunch).

Также с помощью инструктора можно будет подобрать индивидуальный комплекс упражнений. Профессионализм и ответственность инструктора дает дополнительную гарантию для достижения эффективных результатов.

Главной стратегией предприятия должна стать комплексная стратегия по предоставлению продукции более высокого качества и по более низким ценам, а также расширение ассортимента изделий.

В качестве правового статуса выбрано общество с ограниченной ответственностью. Регистрация предприятия будет стоить 10000 рублей.

Организационная структура фитнес – клуба представлена на Рис. 4

**Рис. 4. Схема организационной структуры управления фитнес – клуба**

Работник солярия

ДИРЕКТОР

Бухгалтер

Администратор

Уборщица

Врачи-массажисты

Инструкторы аэробного зала

Связи и коммуникации внутри организации достаточно развиты. Все структуры взаимодействуют друг с другом. Также происходит непосредственное взаимодействие с управленческими структурами. Директор управляет делами самостоятельно, получая отчет о проделанной работе от администратора и бухгалтера. Также стоит отметить, что между ними существует строгоформальная связь, в то время как внутри структуры есть и неформальные виды связи и коммуникаций.

***Директор:***

* Организует всю работу предприятия
* Несет полную ответственность за его состояние и состояние трудового коллектива
* Представляет предприятие во всех учреждениях и организациях
* Распоряжается имуществом предприятия
* Заключает договора
* Издает приказы по предприятию в соответствии с трудовым законодательством, принимает и увольняет работников
* Применяет меры поощрения и налагает взыскания на работников предприятия
* Открывает в банках счета предприятия
* Организует рекламную кампанию.

***Бухгалтер:***

Является также заместителем директора по экономическим вопросам;

* Руководит работой по планированию и экономическому стимулированию на предприятии, производит расчет заработной платы
* Проводит всесторонний анализ результатов деятельности предприятия
* Осуществляет учет средств предприятия и хозяйственных операций с материальными и денежными ресурсами
* Устанавливает результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия
* Производит расчеты в финансово кредитной сфере, в сфере налогов.

***Администратор:***

* Контролирует работу персонала
* Занимается привлечением клиентов, знакомит их с услугами фитнес – клуба
* Проводит прием на работу инструкторов (просмотр программы)
* Выполняет организационную работу по клубу.

***Инструкторы аэробного зала:***

* Проводят тренировки согласно расписанию и направлению урока
* Осуществляют персональный тренинг
* Все инструктора должны иметь сертификаты, опыт работы, должны уметь разговаривать с клиентом на должном уровне, обладать знаниями по оказанию медицинской помощи.

Слаженная работа персонала, строгое и профессиональное выполнение сотрудниками своих функций – залог успешного функционирования любого предприятия.

**Раздел 6. Производственный план**

Фитнес – клуб будет располагаться в арендуемом помещении площадью 250 кв. м. Необходимо приспособить его для фитнес – деятельности.

Таблица 6 **Структура расходов на ремонт помещения**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Ремонт** | Количество, ед. | Цена за ед., руб. | Стоимость, руб. |
| Ремонт помещения | 250 | 5000 | 1250000 |
| Закупка зеркал | 7 | 900 | 6300 |
| Спортивное покрытие | 1 | 20000 | 20000 |
| Уборка | 2 | 1000 | 2000 |
| Строительные материалы | - | - | 30000 |
| **ИТОГО, руб.** |  |  | **1 306 300** |

Таблица 7 **Структура затрат на оборудование**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Спортивное оборудование** | **Количество, ед.** | **Стоимость единицы, руб.** | **Сумма, руб.** |
| *ЗГП:* |  |  |  |
| Степ-платформы | 15 | 4500 | 67500 |
| Коврики | 15 | 750 | 11250 |
| Гантели | 15 | 800 | 12000 |
| Фитболы | 15 | 1300 | 19500 |
| Музыкальное оборуд-е | 2 | 5000 | 5000 |
| Массажное оборуд-е | 2 | 20000 | 40000 |
| Вертикальный солярий | 1 | 120000 | 120000 |
| Шкафы для переодевания | 15 | 4500 | 67500 |
| **ИТОГО:** |  |  | **342750** |
| **Офисное оборудование** |  |  |  |
| Ноутбук | 2 | 20000 | 40000 |
| Мебель офисная | 2 | 20000 | 40000 |
| Стойка администратора | 1 | 15000 | 15000 |
| Канцелярия | 1 | 1500 | 1500 |
| Касса | 1 | 3000 | 3000 |
| **ИТОГО:** |  |  | **99500** |

*График работы сотрудников:*

Так как проектируемое предприятие относится к сфере услуг, то планируемый график работы с 8.00 до 22.00. Режим работы административно-управленческого персонала с 10.00 до 18.00 с перерывом на обед пять дней в неделю. Уборщица работает один через два, по 6 часов в неделю.

Таблица 8 **Штатное расписание**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Персонал** | **Количество, чел.** | **Ставка, руб.** | **В месяц, руб.** | **Отчисления**  **ЕСН руб.** |
| Директор | 1 | 18000 | 18000 | 4680 |
| Бухгалтер | 1 | 15000 | 15000 | 3900 |
| Администратор | 1 | 10000 | 10000 | 2600 |
| Инструкторы ЗГП | 3 | варьируется | 22400 | 5824 |
| Врач - массажист | 2 | 9000 | 18000 | 4680 |
| Уборщица | 1 | 6000 | 6000 | 1560 |
| **ИТОГО, руб.** |  |  | **89400** | **23244** |

**Раздел 7. Финансовый план**

Оценка финансового состояния фирмы играет решающую роль, т.к. наглядно показывает способность предприятия обеспечить процесс хозяйственной деятельности финансовыми ресурсами.

Поскольку доходы фитнес – клуба напрямую зависят от объема продаж, необходимо рассчитать среднюю посещаемость клуба клиентами и получаемый доход от продажи абонементов.

Таблица 9 **Среднемесячная сумма доходов зала групповых программ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Йога** | **Количество чел.** | **Сумма, руб.** |
| 12 занятий | 5 | 20000 |
| 8 занятий | 4 | 12800 |
| Разовое посещение | 7 | 3500 |
| ИТОГО | 14 | **36300** |
|  |  |  |
| **АВТ** | **Количество чел.** | **Сумма, руб.** |
| Годовой абонемент | 2 | 4167 |
| 12 занятий | 2 | 8000 |
| 8 занятий | 3 | 9600 |
| Разовое посещение | 5 | 2500 |
| ИТОГО | 12 | **24267** |
|  |  |  |
| **PILATES** | **Количество чел.** | **Сумма, руб.** |
| Годовой абонемент | 5 | 10417 |
| 12 занятий | 4 | 16000 |
| 8 занятий | 3 | 9600 |
| Разовое посещение | 7 | 3500 |
| ИТОГО | 17 | **39517** |
| **LATINO** | **Количество чел.** | **Сумма, руб.** |
| 8 занятий | 5 | 16000 |
| Разовое посещение | 8 | 4000 |
| ИТОГО | 13 | **20000** |
|  |  |  |
| **STEP** | **Количество чел.** | **Сумма, руб.** |
| Годовой абонемент | 3 | 6250 |
| 8 занятий | 4 | 12800 |
| Разовое посещение | 7 | 3500 |
| ИТОГО | 13 | **22550** |
|  |  |  |
| **Танцы живота** | **Количество чел.** | **Сумма, руб.** |
| 12 занятий | 4 | 16000 |
| 8 занятий | 7 | 22400 |
| Разовое посещение | 6 | 3000 |
| ИТОГО, руб. |  | **41400** |
|  |  |  |
| **ИТОГО ЗА МЕСЯЦ, руб.** |  | **184 034** |

Для того чтобы иметь полную картину о получаемых выгодах, необходимо рассчитать доход, который приносят дополнительные услуги, предлагаемые клиентам в фитнес – клубе.

Таблица 10 **Средняя сумма доходов от дополнительных услуг за месяц**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Дополнительные услуги, месяц** | **Количество человек** | **Стоимость, руб.** | **Сумма, руб.** |
| Персональные тренировки | 3 | 1000 | 3000 |
| Массаж | 15 (среднее кол-во посещений – 7) | варьируется | 102900 |
| Солярий | 30 (среднее кол-во посещений-7 раз, кол-во минут – 7) | 9 | 13230 |
| **ИТОГО** |  |  | **119130** |

Таблица 11

**Сводная таблица доходов и расходов за первый год работы**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Расходы** | | **Сумма руб.** | **Доходы** | **Сумма руб** |
| Регистрация | | 10000 | Залы групповых программ | 2208408 |
| Арендная плата | | 1 200 000 | Дополнительные услуги | 1429560 |
| Реклама | | 400 000 |  |  |
| Ремонт | | 1 306 300 |  |  |
| Оборудование | | 442 250 |  |  |
| Заработная плата | | 1 072 800 |  |  |
| ЕСН | | 278 928 |  |  |
| **ИОГО:** | **4 710 278** | |  | **3 637 968** |

.

Таблица 12

**Денежный поток фитнес – клуба**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Денежный поток проекта** | | **ГОДЫ** | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | | 4 | 5 |
| Доходы, руб. | | 3 637 968 | 3 750 000 | 4 000 000 | | 4 100 000 | 4 500 000 |
| Расходы, руб. | | 4 710 278 | 2 951 728 | 2 751 700 | | 2 850 000 | 2 700 000 |
| Доход - Расход, руб. | | -1 072 310 | 798 272 | 1 248 300 | | 1 250 000 | 1 800 000 |
| Налог, руб. | | 0 | 119 740 | 187 245 | | 187 500 | 270 000 |
| Финансовый результат | | -1 072 310 | 678 532 | 1 061 055 | | 1 062 500 | 1 530 000 |
| Накопленный чистый доход | -1 072 310 | | -393 778 | 667 277 | 1 729 777 | | 4 789 777 |

Поскольку фитнес – клуб работает по упрощенной системе налогообложения, объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов, то налоговая ставка устанавливается в размере 15 процентов.

Срок окупаемости, определяемый как ожидаемое число периодов, в течение которых будут возмещены первоначальные инвестиции, составляет для фитнес клуба 4,5 года

**Раздел 8. Оценка рисков**

Фитнес – клуб может столкнуться с организационными, техническими, внешними и внутренними (управленческими) рисками при осуществлении своей деятельности (Рис.5):

**Рис. 5. Дерево рисков деятельности фитнес – клуба**

Самыми опасными могут оказаться технические риски, т.к. их возникновение сделает открытие клуба и дальнейшее его функционирование невозможным; организационные риски, т.к. человеческие и материальные ресурсы необходимы для бесперебойной работы фитнес клуба

1. Обзор: Фитнес центры 2009. URL: http://www. re-port.ru [↑](#footnote-ref-1)
2. Обзор: Фитнес центры 2009. URL: http://www. re-port.ru [↑](#footnote-ref-2)
3. Промышленникова М.А. Обзор: фитнес – центры г. Екатеринбург. // Деловой квартал. 2009. №4. [↑](#footnote-ref-3)
4. Фитнес–клубы г. Екатеринбурга.URL: http://www.ekaterinburgout.ru [↑](#footnote-ref-4)
5. Калмыков А. Н. Статистические данные рынка фитнес-услуг// Деловой квартал 2008 № 27. [↑](#footnote-ref-5)
6. Фитнес–клубы г. Екатеринбурга.URL: http://www.ekaterinburgout.ru [↑](#footnote-ref-6)
7. Приложение 1 [↑](#footnote-ref-7)
8. Комитет по организации бытового обслуживания населения Администрации г. Екатеринбурга URL: http://www.spravka050.ru. [↑](#footnote-ref-8)
9. Промышленникова М.А. Обзор: фитнес – центры г. Екатеринбург. // Деловой квартал. 2009. №4. [↑](#footnote-ref-9)
10. Приложение 2 [↑](#footnote-ref-10)
11. Комитет по организации бытового обслуживания населения Администрации г. Екатеринбурга URL: http://www.spravka050.ru. [↑](#footnote-ref-11)