

ЗАО “Чемпион”

**Бизнес-план
проекта организации в г.Магнитогорске
досугового центра с комплексом услуг**

Магнитогорск

2001 г.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>ЗАЯВЛЕНИЕ О КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНЕ</i>	<i>Ошибка! Залкадка не определена.</i>
<i>СОДЕРЖАНИЕ</i>	<i>3</i>
<i>РЕЗЮМЕ</i>	<i>4</i>
<i>1. ОСНОВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ЗАО “Чемпион”</i>	<i>6</i>
<i>2. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА</i>	<i>8</i>
<i>3. ОПИСАНИЕ УСЛУГ</i>	<i>10</i>
<i>4. ОЦЕНКА КОНЬЮНКТУРЫ СУЩЕСТВУЮЩЕГО РЫНКА. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ</i>	<i>18</i>
<i>5. ОСНОВНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ И ХАРАКТЕРИСТИКА СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ</i>	<i>27</i>
<i>6. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ</i>	<i>30</i>
<i>7. НАЛОГОВОЕ ОКРУЖЕНИЕ ПРОЕКТА</i>	<i>36</i>
<i>8. ПОСТАВЩИКИ</i>	<i>37</i>
<i>9. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН</i>	<i>38</i>
<i>10. РАБОЧИЙ ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА</i>	<i>39</i>
<i>11. ПЛАНИРУЕМЫЕ ОБЪЕМЫ СБЫТА</i>	<i>40</i>
<i>12. ГРАФИК ПРИВЛЕЧЕНИЯ И ВОЗВРАТА КРЕДИТА</i>	<i>43</i>
<i>13. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА</i>	<i>44</i>
<i>ПРИЛОЖЕНИЯ</i>	

РЕЗЮМЕ

ЗАО “Чемпион” с 1999 года осуществляет деятельность по развитию различных направлений в сфере оказания услуг населению и предприятиям г. Магнитогорска.

В текущем году, учитывая сложившиеся тенденции развития рынка услуг социального-культурного характера, ЗАО “Чемпион” принято решение о создании в г.Магнитогорске досугового центра с целью организации досуга населения и гостей города, а также проведения культурно-массовых мероприятий на коммерческой основе.

Для обеспечения разнообразного досуга населения и гостей города на самом высоком уровне проектом предусматривается создание единого комплекса услуг, включающего:

- гостиничный комплекс VIP-класса на 30 мест,
- сеть точек питания, включая мини-бары и ресторан на 110 посадочных мест,
- казино,
- боулинг (6 дорожек),
- кинотеатр на 200 посадочных мест,
- комплекс саун, помещение с тренажерами.

Создание досугового центра планируется осуществить на базе реконструкции недостроенного здания, расположенного в центре г.Магнитогорска и являющегося собственностью ЗАО “Чемпион”. Стоимость указанного здания на сегодняшний день составляет 6 251 873 рубля.

По оценке специалистов ЗАО “Чемпион”, оптимальным по соотношению цены и качества оборудованием для оказания данного вида услуг является оборудование, поставляемое фирмой "AC-AC-BAU-und Handels Gesmbh" (Австрия).

Приобретение необходимого оборудования и проведение проектных и строительно-монтажных работ фирмой "AC-AC-BAU-und Handels Gesmbh" предполагает получение долгосрочного кредита в размере 5 миллионов долларов США на срок до 6 лет. При этом рассматривались следующие условия кредитования: погашение кредита - равными полугодовыми платежами в течении 4 лет, начиная со 2-го года после пуска проекта в эксплуатацию; процентная ставка - 12% годовых с полугодовым периодом начисления и выплаты процентов; отсрочка выплаты процентов (льготный период) - 1 год; оплата страховки - разовый единовременный платеж в размере 1% от суммы кредита.

Общая стоимость проекта на сегодняшний день оценивается на уровне 6,3 млн. долларов США без учета стоимости существующего здания.

Экономическая эффективность данного проекта достаточно высока и представлена следующими основными показателями :

- простой срок окупаемости проекта без учета времени строительства составляет около 3,8 года;
- дисконтированный срок окупаемости проекта при реальной ставке сравнения 10% годовых составляет около 6 лет с начала реализации проекта что значительно ниже периода жизни самого проекта;
- внутренняя реальная норма доходности, без учета инфляции, составляет 22% годовых, значительно превышает используемую ставку сравнения и определяет максимальную номинальную “банковскую” ставку кредита, погашаемого в пределах срока жизни проекта (при отсутствии собственного капитала) на уровне 39% годовых (при уровне инфляции 14% годовых);
- чистая текущая стоимость проекта при горизонте планирования 11 лет и реальной ставке сравнения 10% годовых положительна, а ее величина около 110 000 тыс. руб. показывает значительную устойчивость проекта к возможному колебанию ценового фактора как стоимости инвестиций, так и реализуемой продукции.

Указанные показатели экономической эффективности определены исключительно для будущих инвестиций без учета существующих на сегодняшний день незавершенных капитальных вложений на базе которых планируется осуществление данного проекта.

При заложенном в расчетах уровне доходов и затрат проект является эффективным и финансово состоятельным.

Таким образом, приведенные результаты финансово-экономической оценки данного инвестиционного проекта свидетельствуют о высокой степени его привлекательности с точки зрения потенциальных инвесторов и целесообразности дальнейшей реализации на ЗАО “Чемпион”.

1. ОСНОВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ЗАО "Чемпион"

ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ И ОБЛАСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Закрытое акционерное общество "Чемпион" (далее - ЗАО "Чемпион") создано в 1999 году как официальный региональный дилер по сбыту металлопроката на территории Российской Федерации.

Уставный капитал общества на 1 марта 2001 года составляет 34,5 млн. руб.

Юридический адрес ЗАО "Чемпион": г.Магнитогорск, ул.Вокзальная, 122.
Фактический адрес - г.Магнитогорск, пр.Ленина, д.98, кв.51.

Фамилия, имя, отчество руководителя организации:

Бородулин Михаил Ильич.

Основное направление деятельности ЗАО "Чемпион" - поставки металлопроката в различные регионы РФ. Основными потребителями металлопродукции, поставляемой ЗАО "Чемпион", являются:

- "Атомпромкомплекс" (Свердловская область),
- ЗАО "Норма-плюс" (Ростовская область),
- "Сибтранском" (Красноярский край),
- ЗАО "Сабрафед" (Иркутская область),
- "Сибнержсталь" (Новосибирская область),
- "Завод резервуарных металлоконструкций" (Саратовская область),
- "Татнефть" (Республика Татарстан).

За период деятельности ЗАО "Чемпион" в этом направлении оборот фирмы составил более 184,3 млн. руб., а прибыль от реализации около 1,6 млн. руб.

В 2000 году ЗАО "Чемпион" образовало дочернюю фирму "Янгель", созданную специально для выполнения социальной программы правительства Башкортостана по строительству объектов социально-культурного назначения на территории Абзелиловского района. Доля ЗАО "Чемпион" в этом предприятии составляет 70%. В январе 2001 года вступила в строй автозаправочная станция. Кроме того, планируется строительство кемпинга на трассе Магнитогорск-Уфа, вблизи "Абзаково".

Помимо дилерской и строительной деятельности ЗАО "Чемпион" занимает прочные позиции по отдельным направлениям в производственной деятельности, а также в сфере услуг г. Магнитогорска. В частности, ЗАО "Чемпион" принадлежит 100% акций ЗАО "Торгмонтаж", которое осуществляет следующие основные направления производственной и сервисной деятельности:

- ремонт и обслуживание контрольно-кассовых машин (оборот по этому виду деятельности за 2000 год составил около 400 тыс. руб.),
- изготовление нестандартного оборудования (оборот по этому виду деятельности за 2000 год составил около 500 тыс. руб.),
- ремонт и обслуживание холодильных агрегатов (оборот по этому виду деятельности за 2000 год составил около 540 тыс. руб.).

С 2000 года ЗАО "Чемпион" является официальным интернет-провайдером в Уральском регионе. Доходы от этого вида деятельности за 2000 год составили более 3 млн. руб.

Объем инвестиций ЗАО "Чемпион" за счет собственных средств в 2000 году составил около 15,5 млн. руб.

По состоянию на 1 марта 2001 года ЗАО "Чемпион" не имеет задолженностей по платежам в бюджеты всех уровней и внебюджетные фонды.

В целом, состояние ЗАО "Чемпион" на 1 марта 2001 года можно характеризовать как ликвидное, прибыльное, финансово устойчивое.

2. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

2.1. ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

Целью проекта является создание в г.Магнитогорске досугового центра с комплексом услуг для организации досуга населения и гостей города, а также проведения культурно-массовых мероприятий на коммерческой основе.

Для обеспечения разнообразного досуга населения и гостей города на самом высоком уровне проектом предусматривается создание единого комплекса услуг, включающего:

- гостиничный комплекс VIP-класса на 30 мест,
- сеть точек питания, включая мини-бары и ресторан на 110 посадочных мест,
- казино,
- боулинг (6 дорожек),
- кинотеатр на 200 посадочных мест,
- комплекс саун, помещение с тренажерами.

Создание досугового центра планируется осуществить на базе реконструкции незавершенного капитальным строительством объекта, являющегося пристроем к зданию Магнитогорского филиала АКБ "Челиндбанк" и расположенного по адресу пр. Ленина, д.70.

2.2. СОСТОЯНИЕ ДЕЛ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

На сегодняшний день ЗАО "Чемпион" является полноправным собственником указанного здания, на базе которого планируется реализации рассматриваемого проекта. Копии документов, подтверждающих право собственности ЗАО "Чемпион" на данный объект имеются.

К настоящему моменту ЗАО "Чемпион" получено и рассмотрено технико-коммерческое предложение от фирмы "АС-АС-BAU-und Handels Gesmbh" (Австрия), которая является одной из ведущих мировых компаний в области изготовления и поставок оборудования для данного вида услуг, а также, осуществления проектных и строительно-монтажных работ для подобного вида проектов.

В результате проведенных переговоров между ЗАО "Чемпион" и фирмой "АС-АС-BAU-und Handels Gesmbh" было принято решение о продолжении сотрудничества.

Кроме того, к настоящему моменту проведена предварительная работа по определению схемы финансирования проекта, в результате чего была достигнута

принципиальная договоренность между ЗАО "Чемпион", компанией "АС-АС-BAU-und Handels Gesmbh" и банком Raiffeizen Zentralbank Oesterreich AG (Австрия) о возможности финансирования проекта через указанную кредитно-финансовую организацию на определенных условиях. Копия письма подтверждающего данное соглашение имеется.

2.3. ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ СТОРОНЫ

Кроме фирмы "АС-АС-BAU-und Handels Gesmbh", являющейся на сегодняшний день генеральным партнером ЗАО "Чемпион" в рамках работы над данным проектом имеется, также, заинтересованность ряда местных организаций, осуществляющих свою деятельность на данном рынке услуг.

В частности, были проведены предварительные переговоры с руководителями и специалистами таких фирм, как отель "Европа" и магнитогорский "Дом кино", от которых были получены предложения о сотрудничестве в рамках оказания консультационных услуг при реализации проекта.

3. ОПИСАНИЕ УСЛУГ

Создание досугового центра позволит ЗАО "Чемпион" в короткие сроки организовать единый комплекс взаимосвязанных услуг.

Высокий уровень качества указанных видов услуг будет обеспечиваться двумя основными факторами:

- техническими преимуществами оборудования, поставляемого фирмой "АС-АС-BAU-und Handels Gesmbh", а также, высоким уровнем проектных и стоительно-монтажных работ, осуществляемых с участием этой компании;
- имеющимся опытом работы на данном рынке специалистов заинтересованных сторон (отель "Европа", магнитогорский "Дом кино").

3.1. ТЕХНИЧЕСКИЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ОБОРУДОВАНИЯ И МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЯ ПРОЕКТА

Основные технические преимущества оборудования, необходимого для осуществления планируемых услуг в полном объеме и в соответствии с требуемым уровнем качества, заключаются в принципах реализации проекта "под ключ":

- поставка всего оборудования, необходимого для рассматриваемого комплекса будет осуществляться генеральным подрядчиком, что обеспечит одинаково высокий уровень качества каждого вида оборудования по каждому виду услуг, а также, наиболее оптимальное сочетание различных видов оборудования в плане как технологической, так и эстетической совместимости;
- проектирование комплекса и монтаж оборудования в полном объеме будет также осуществляться генеральным подрядчиком, что обеспечит единство и преемственность каждого этапа проекта на протяжении всего процесса его реализации.

Выбор указанного месторасположения комплекса также имеет ряд существенных преимуществ:

- наличие существующего трехэтажного здания;
- часть города, в которой планируется создание досугового комплекса является культурным и деловым центром г.Магнитогорска;
- прекрасная связь с городской системой транспортных коммуникаций, благодаря чему до комплекса без труда можно добраться практически из любой части города.

Любое другое размещение досугового центра в пределах города Магнитогорска не будет иметь очевидных преимуществ по перечисленным параметрам перед рассмотренным вариантом месторасположения.

3.2. ПЛАНИРУЕМАЯ ПОЗИЦИЯ РАССМАТРИВАЕМЫХ УСЛУГ НА РЫНКЕ, ИХ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПО СРАВНЕНИЮ С СУЩЕСТВУЮЩИМИ АНАЛОГАМИ

Организация в г.Магнитогорске досугового центра подобного уровня позволит обеспечить **высокие потребительские качества всех видов предлагаемых услуг:**

- гостиничный комплекс категории 4**** на 30 номеров типа "люкс". Площадь каждого номера не менее 30 м². В соответствии с требуемым высоким уровнем комфортности все номера будут оснащены душевыми кабинами (либо ванными комнатами), кабельным телевидением (не менее 20 каналов), телефоном, минибаром и прочими видами необходимых удобств;
- сеть точек питания, включающая мини-бары и ресторан на 110 посадочных мест с уровнем обслуживания, не уступающим лучшим ресторанам и барам г.Магнитогорска. Комплекс ресторана будет включать в себя 70 посадочных мест, расположенных в общем зале, и 40 мест, расположенных в отдельных кабинах по 10 мест каждая. Сеть баров (общим количеством мест до 40) планируется организовать в непосредственной близости от прочих видов услуг;
- комплекс казино, отвечающий лучшим европейским стандартам игорного бизнеса, предоставляющий широкий ассортимент соответствующих услуг;
- комплекс боулинга, состоящий из 6 дорожек, отвечающий требуемым стандартам;
- кинотеатр на 200 посадочных мест, соответствующий сертификационным требованиям для данного вида услуг и обеспечивающий прокат фильмов в стандарте DVD при звуковом сопровождении в стандарте Dolby Digital;
- комплекс саун, общего пользования, включающий финскую и турецкую бани, оснащенный бассейном и помещением с тренажерами;
- торговый комплекс общей площадью 100 м².

На основании вышеперечисленного можно выделить следующие основные конкурентные преимущества данного досугового центра:

- объединение всех услуг в единый комплекс,
- организация ряда услуг, не имеющих аналогов в пределах г.Магнитогорска,
- повышенный уровень обслуживания по сравнению с существующими конкурентами в рамках всего комплекса предлагаемых услуг,
- удобное месторасположение досугового центра,
- наличие развитой инфраструктуры.

3.3. ТЕХНИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЕКТА

В соответствии с проектом создание досугового центра планируется осуществить на базе реконструкции существующего строительного объекта, представляющего собой недостроенное здание в центральной части г.Магнитогорска.

Указанный объект состоит из подвала и трех надземных этажей, общая площадь которых на сегодняшний день составляет около 4043 м², а объем здания равен 15726 м³.

Согласно предварительному проекту на данном объекте планируется проведение строительно-монтажных работ, включая работы по достройке четвертого этажа. При этом этажи со 2-го по 4-й по причине высоты кинозала и помещения казино частично пересекаются. Общая площадь объекта после реконструкции составит около 5900 м², а объем по наружному обмеру - около 21700 м³. При составлении проекта были максимально учтены размеры существующего строения, его стены и лестничные клетки.

Подвальные помещения (цокольный этаж) планируется оснастить оборудованием для игры в боулинг, а также для комплекса саун с тренажерами. Здесь же планируется расположить прачечную и помещения персонала.

На первом этаже планируется разместить торговый комплекс и комплекс ресторана.

На втором этаже, с учетом его высоты, предвидены галереи для кинотеатра и казино, а также офисы и служебные помещения.

Следующие два этажа отведены под гостиницу и служебные помещения.

Открытость общих коридоров и холлов будет подчеркивать прозрачность помещений и качество их внутренней отделки.

Проектом также предусматривается придание архитектурного своеобразия объекту с учетом его встроенности в здание банка.

Снабжение комплекса необходимыми энергетическими ресурсами будет осуществляться от общегородских сетей.

3.4. ПОТРЕБНОСТЬ В СЫРЬЕ, МАТЕРИАЛАХ И ЭНЕРГОНОСИТЕЛЯХ ДЛЯ ОКАЗАНИЯ ВСЕГО КОМПЛЕКСА ПЛАНИРУЕМЫХ УСЛУГ

Потребность в сырье и материалах, необходимых для реализации всего комплекса услуг, складывается из трех основных составляющих:

- потребность в санитарно-гигиенических средствах одноразового применения, используемых клиентами гостиничного комплекса и представляющих собой ежедневно заменяемый гигиенический комплект, состоящий из мыла, шампуня, шапочки для душа и т.д.;

- потребность в продуктах питания, используемых для приготовления пищи в комплексе ресторана;
- потребность в прочем хозяйственном инвентаре для всего комплекса услуг.

При определении потребности в санитарно-гигиенических средствах одноразового применения учитывалась планируемая загрузка гостиницы, составляющая в среднем 90% от общего номерного фонда или 9720 койка-дней в год.

При определении потребности в продуктах питания учитывалась планируемая посещаемость ресторана, составляющая в среднем 90 человек в день, а также, средняя стоимость одного посещения (около 350 руб. без НДС) и процент ресторанный наценки (150%).

Расчет прямых затрат по таким статьям, как санитарно-гигиенические средства одноразового применения и продукты питания, представлен в таблице 1.

Таблица 1

САНИТАРНО-ГИГИЕНИЧЕСКИХ СРЕДСТВА ОДНОРАЗОВОГО ПРИМЕНЕНИЯ И ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ

Наименование потребляемого материала, единица измерения	Цена за единицу потребляемого материала без НДС, руб.	Расход на единицу услуг	Количество предоставляемых услуг в год, ед. изм.	Общая стоимость потребляемого материала в год, тыс. руб.
Санитарно-гигиенические средства одноразового применения, комплект	50	1	9 720 койка-дней	486,0
Продукты питания, расход на человека	140	1	32 400 человеко-мест	4 536,0

Расчет осуществлен для объема оказанных услуг соответствующего 100% от планируемого уровня.

При определении потребности в прочем хозяйственном инвентаре для всего комплекса учитывалась специфика оказываемых услуг и технология их предоставления. В составе прочего хозяйственного инвентаря рассматривались следующие основные позиции:

- постельное белье со сроком службы до 1 года для гостиницы (представляет собой спальный комплект, состоящий из простыни, пододеяльника и наволочки),
- постельное белье со сроком службы до 5 лет для гостиницы (представляет собой спальный комплект, состоящий из подушки, одеяла и покрывала),
- санитарно-гигиенические средства многоразового использования для гостиницы (представляют собой гигиенические комплекты, состоящие из 4-х полотенец),

- столовое белье со сроком службы до 1 года для ресторана (представляет собой комплект, состоящий из набора скатертей и салфеток в расчете на один стол),
- столовая посуда для ресторана (представляет собой необходимый набор столовых приборов и посуды).

Расчет общей потребности в прочем хозяйственном инвентаре по каждой позиции, кроме столовой посуды для ресторана, представлен в таблице 2.

Расчет общей потребности в прочем хозяйственном инвентаре для позиции "набор столовых приборов и посуды для ресторана", представлен в таблице 3.

При этом следует отметить, что по каждой из указанных позиций планируется приобретение предметов инвентаря профессионального уровня, предназначенных специально для оказания соответствующих услуг. Все предметы хозяйственного инвентаря планируется приобрести через иностранных поставщиков, в связи с чем расчет общей потребности по данной статье представлен в долларовом выражении.

Таблица 2

ПРОЧИЙ ХОЗЯЙСТВЕННЫЙ ИНВЕНТАРЬ, КРОМЕ СТОЛОВОЙ ПОСУДЫ ДЛЯ РЕСТОРАНА

Наименование позиции	Потребность в инвентаре	Общее число мест/столов	Цена одного комплекта, без НДС, долл. США	Общая потребность в инвентаре, тыс. долл.
Постельное белье со сроком службы до 1 года для гостиницы	3 комплекта на место	30 мест	72,3	6,51
Постельное белье со сроком службы до 5 лет для гостиницы	2 комплекта на место	30 мест	332,7	19,96
Санитарно-гигиенические средства многоразового использования для гостиницы	4 комплекта на место	30 мест	48,8	5,86
Столовое белье со сроком службы до 1 года для ресторана	3 комплекта на стол	21 стол	66,7	4,20

Количество комплектов на одно место по каждой позиции хозяйственного инвентаря принято в соответствии с аналогичным показателем, используемым такими предприятиями, как отель "Европа" и ресторан "Магнитка".

Таблица 3

НАБОР СТОЛОВЫХ ПРИБОРОВ И ПОСУДЫ ДЛЯ РЕСТОРАНА

Наименование позиций	Кол-во на 110 мест	Двойной норматив	Цена без НДС, долл. США	Сумма, тыс. долл. США
1	2	3	4	5
ЧАШКИ 2510/16	110	220	3,69	0,812
БЛЮДЦЫ	110	220	3,69	0,812
ТАРЕЛКИ 16 СМ	110	220	4,22	0,928
ТАРЕЛКИ 21 СМ	110	220	4,06	0,893
ТАРЕЛКИ 24 СМ	110	220	4,25	0,935
СУПОВЫЕ ЧАШКИ 27СЛ	110	220	3,50	0,770
БЛЮДЦЫ	110	220	3,50	0,770
БЛЮДО ДЛЯ САЛАТА	110	220	2,50	0,550
САХАРНИЦА С КРЫШКОЙ	10	20	3,75	0,075
КРИНКА 15 СЛ	10	20	3,75	0,075
ПОДСТАВКА ДЛЯ ЯИЦ 13 СМ	10	20	3,25	0,065
БЛЮДО 14 СМ	10	20	19,00	0,380
БЛЮДО 17 СМ	10	20	19,00	0,380
БЛЮДО 20 СМ	10	20	19,00	0,380
ПЕПЕЛЬНИЦА	10	20	3,75	0,075
ПЕРЕЧНИЦА	10	20	3,25	0,065
СОЛОНКА	10	20	3,25	0,065
СТОЛОВЫЙ НОЖ	110	220	4,15	0,913
СТОЛОВАЯ ВИЛКА	110	220	4,15	0,913
СТОЛОВАЯ ЛОЖКА	110	220	4,15	0,913
ДЕСЕРТНЫЙ НОЖ	110	220	4,15	0,913
ДЕСЕРТНАЯ ВИЛКА	110	220	4,15	0,913
ДЕСЕРТНАЯ ЛОЖКА	110	220	4,15	0,913
ЛОЖКА КОФЕЙНАЯ	110	220	4,00	0,880
ЧАЙНАЯ ЛОЖКА	110	220	4,00	0,880
ВИЛКА ДЛЯ РЫБЫ	110	220	4,00	0,880
НОЖ ДЛЯ РЫБЫ	110	220	4,00	0,880
ЛОЖКА ДЛЯ ОВОЩЕЙ	110	220	3,35	0,737
ПОЛОВНИК ДЛЯ КАРТОФЕЛЯ	10	20	3,95	0,079
ПОЛОВНИЧЕК ДЛЯ СОУСА	10	20	3,95	0,079
ЛОПАТКА ДЛЯ ТОРТА	2	4	5,00	0,020

Таблица 3 (продолжение)

1	2	3	4	5
БОКАЛ	110	220	3,50	0,770
БОКАЛ	110	220	3,45	0,759
СТАКАН	110	220	3,90	0,858
РЮМКА	110	220	3,15	0,693
ФУЖЕР ДЛЯ ШАМПАНСКОГО	110	220	3,40	0,748
РЮМКА ДЛЯ КОНЬЯКА	110	220	4,25	0,935
СТАКАН ДЛЯ СОКА	110	220	4,00	0,880
СТАКАН ДЛЯ ПИВА	110	220	3,65	0,803
ВЫСОКИЙ СТАКАН ДЛЯ НАПИТКА	110	220	4,35	0,957
СТАКАН ДЛЯ ВИСКИ	110	220	4,70	1,034
КУВШИН 1 ЛИТР	10	20	5,50	0,110
БЛЮДО ОВАЛЬНОЕ 30 СМ	10	20	4,90	0,098
БЛЮДО ОВАЛЬНОЕ 40 СМ	10	20	4,90	0,098
СОУСНИЦА 25 СЛ	10	20	4,25	0,085
ПОДНОС 45,7x35,5	1	2	7,50	0,015
ПОДНОС ДЛЯ ПИВА 36 СМ	2	4	4,15	0,017
ПОДНОС ДЛЯ ПИВА 32 СМ	1	2	4,15	0,008
КОКТЕЙЛШЕЙКЕР	6	6	57,17	0,343
ПЛАСТМ. НОЖ ДЛЯ УДАЛЕНИЯ НАКИПИ СО СТАКАНОВ	1	2	22,50	0,045
КОМПЛЕКТ ИЗ 50 ПЛАСТМ. ПАЛОЧЕК ДЛЯ КОКТЕЙЛЯ	1	2	30,00	0,060
УНИВЕРСАЛЬНЫЙ НАБОРНЫЙ НОЖ ОФИЦИАНТА	2	4	10,50	0,042
ШТОПОР	1	2	10,50	0,021
ЩЕТКА	1	2	2,80	0,006
ВЕДЕРКО ДЛЯ ЛЬДА	1	2	143,50	0,287
ИТОГО:				27,615

Приведенный перечень и количество столовых приборов и посуды для ресторана на 110 посадочных мест соответствуют аналогичным показателям, используемым рестораном отеля "Европа" и рестораном "Магнитка".

Помимо покрытия потребности в сыре, материалах и прочем хозяйственном инвентаре планируемый досуговой центр потребует обеспечения энергоресурсами, необходимыми для реализации всего комплекса услуг.

Потребность в энергоресурсах складывается из трех составляющих:

- электроэнергия;
- вода холодная, включая канализацию;
- тепло (отопление, горячая вода).

Планируемый расход указанных энергоносителей определен в соответствии с действующими СНиПами и инструкциями по проектированию.

Расчет затрат на электроэнергию, водоснабжение и теплоснабжение комплекса для объема оказанных услуг соответствующего 100% от планируемого уровня представлен в таблице 4.

Таблица 4

ПОТРЕБЛЕНИЕ ЭНЕРГОРЕСУРСОВ

Статья расхода	Ед. измерения	Среднегодовой расход	Цена за ед. измерения без НДС, руб.	Среднегодовые затраты, тыс. руб.
Электроэнергия	кВт*ч	360 000	0,6	216,0
Вода (холодная)	м ³	11 116	7,5	83,4
Вода (горячая)	Гкал	364,5	350	127,6
Отопление	Гкал	895	350	313,1

Кроме указанной потребности нового досугового центра в материалах, специализированном инвентаре и энергоресурсах еще одним существенным направлением расходов, будет являться стоимость проката кинофильмов.

При формировании данной расходной статьи учитывается:

- стоимость носителя с видеофильмом (цена видеоносителя с фильмом в формате DVD по данным специалистов магнитогорского "Дома кино" составляет в среднем около 35 долл. США);
- стоимость приобретения прав на коммерческий прокат каждого фильма (для видеофильмов, распространяемых на видеоносителях формата DVD, данная сумма по данным специалистов магнитогорского "Дома кино" составляет около 35 долл. США);
- количество фильмов, планируемых к прокату на протяжении года (по предварительным планам не менее 50 фильмов).

Таким образом, стоимость проката кинофильмов составит около 3500 долл. США в год.

Рассмотренные статьи затрат максимально полно отражают внутреннее содержание предоставляемых услуг нового досугового центра и в последствии, самым непосредственным образом, будут формировать их качество.

4. ОЦЕНКА КОНЬЮНКТУРЫ СУЩЕСТВУЮЩЕГО РЫНКА. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

4.1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СИТУАЦИИ В СФЕРЕ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ, ИМЕЮЩИХ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНУЮ НАПРАВЛЕННОСТЬ

В настоящее время в социально-культурной сфере г.Магнитогорска прослеживается явная тенденция роста спроса на отдельные виды услуг. В частности, на услуги гостиничного и ресторанного бизнеса, а также, на услуги, носящие массовый развлекательный характер, такие как боулинг, бильярд, кинопрокат, цирк и т.д.

В данный момент предприятия г.Магнитогорска, осуществляющие свою деятельность на указанном рынке услуг, не в состоянии полностью обеспечить потребность населения и гостей города в разнообразных видах досуга самого высокого уровня.

В сложившейся ситуации ЗАО "Чемпион" намерено активно разрабатывать такое направление своей деятельности, как развитие социальной сферы г.Магнитогорска и строительство объектов социально-культурного назначения.

Для реализации данного направления деятельности была разработана долгосрочная концепция развития ЗАО "Чемпион", включающая:

- строительство досугового центра с комплексом услуг,
- создание кафе-интернет,
- строительство кемпинг-центра.

4.2. ОЦЕНКА СУЩЕСТВУЮЩЕГО РЫНКА И ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОВ ПО ВИДАМ УСЛУГ

Основными конкурентными факторами на рынке услуг, имеющих социально-культурную направленность, в настоящее время являются:

- цена,
- качество предлагаемых услуг.

При этом для разных групп потребителей преобладающими являются разные факторы.

Фактор цены является основным для потребителей со средним уровнем достатка, испытывающих потребность в услугах социально-развлекательного характера.

Качество услуг более важно для потребителей с высоким уровнем доходов, нуждающихся, прежде всего, в повышенном уровне обслуживания.

Существующие прямые конкуренты ЗАО "Чемпион" на рынке рассматриваемых услуг расположены в г.Магнитогорске и имеют круг постоянных потребителей и сложившийся уровень цен на свою продукцию.

Характеристика и анализ основных конкурентов ЗАО "Чемпион" по видам услуг представлена ниже.

4.2.1. Характеристика и анализ существующих конкурентов на рынке гостиничного бизнеса

В настоящее время на рынке гостиничного бизнеса г.Магнитогорска наблюдается значительное повышение спроса на данный вид услуг, особенно, на номера, располагающие максимально комфортными условиями проживания.

Сравнительный анализ гостиниц города Магнитогорска представлен в таблице 5.

На основании указанной информации можно сделать вывод, что основными потребителями данного вида услуг являются рабочие и служащие иногородних предприятий и учреждений, представители иностранных фирм, лица, прибывающие на спортивные соревнования и на различные общегородские мероприятия.

При этом услуги фирм-конкурентов в данном виде бизнеса ориентированы, в основном, на удовлетворение спроса потребителей, имеющих средний уровень доходов и нуждающихся в недорогих номерах со средним уровнем комфорта и предлагаемых услуг.

Потребность в комфортабельных номерах с повышенным уровнем обслуживания в настоящее время обеспечивают лишь две городские гостиницы:

- отель "Европа" категории 4****,
- гостиница "Валентино".

Указанные фирмы могут рассматриваться в качестве основных конкурентов будущей гостиницы, входящей в комплекс нового досугового центра. При этом следует отметить существенные слабые стороны данных конкурентов:

- отель "Европа" расположен на окраине города вдали от основной системы транспортных коммуникаций, что значительно ограничивает свободу передвижения его клиентов;
- гостиница "Валентино" на сегодняшний день не имеет официального сертификата, подтверждающего ее категорию 4****. Более того, уровень проживания и качество обслуживания в указанной фирме ниже, чем в отеле "Европа".

Таким образом, в настоящее время в г.Магнитогорске нет гостиниц такого класса, которые могли бы достойным образом удовлетворить потребности зарубежных и российских бизнесменов.

Таблица 5

ГОСТИНИЦЫ ГОРОДА МАГНИТОГОРСКА

Название гостиницы	Число номеров	Количество мест	Виды номеров	Стоимость проживания, с НДС	Средняя заполняемость, %	Преобладающий контингент	Услуги и удобства
1	2	3	4	5	6	7	8
"АЗИЯ"	57	104	1-но местн. - 19 2-х местн. - 25 3-х местн. - 11 Номера типа "Люкс": 3-х комн. - 2	378 руб. 600 руб. 660 руб. 1000 руб.	90	командировочные российских предприятий	ванна, туалет, холодильник, телевизор, радио, телефон
"Арена"	11	19	1-но местн. - 3 2-х местн. - 4 3-х месн. - 2	160 руб. 197 руб. 264 руб.	90	командировочные (художники, артисты театра)	ванная комната, туалет, телевизор, радио, кухня с плит.
			Номера типа "люкс" - 2	390 руб.			тоже + холодильник и телефон

Таблица 5 (продолжение)

1	2	3	4	5	6	7	8
ЖКО Треста "Магнито-строй"	9	42	2-х местн. (1-но комн.) - 2 4-х местн. (2-х комн.) - 5 9-ти местн. (3-х комн.) - 2	273 руб. 462 руб. за комнату 441 руб. за комнату	90	командировочные отечественных и иностраннх предприятий	ванна, туалет, кухня
"Хоккей"	10 квартир разделены на 20 ном.	30	1-но местн. - 10 2-х местн. - 10		100	(последние 1,5 года проживают Югославы)	туалет, ванна, холодильник, телевизор, телефон
"Турист"		25	1-но местн. 2-х местн. 3-х местн.	156 руб. 240 руб. 288 руб.	80	командировочные	общие: кухня, холодильник, телефон
"Европа"	36	44	1-но местн. - 20 2-х местн. - 8 Номера типа "люкс" - 8	2100 руб. 115 \$ (для иностранцев) 2310 руб. 147 \$ (для иностранцев) 2630 руб. 178 \$ (для иностранцев)	около 100	командировочные отечественных и иностраннх предприятий; иностраннне клиенты составляют до 70% от общего числа проживающих	душевые кабины, ваннне комнаты, телевизор, телефон, минибар, пресс для брюк

Таблица 5 (окончание)

1	2	3	4	5	6	7	8
фирма "САН"	13	26	1-но местн. - 4	132-138 руб.	90	командировочные	телевизор, холодильник, душ и туалет на 4 комнаты, общий телефон
			2-х местн. - 3	220-254 руб.			
			3-х местн. - 5	358 -431 руб.			
			Номера типа "Люкс" - 1	440 руб.			тоже + душ, туалет
"Валентино"	38	76	2-х местн. номера типа "Люкс" - 38	1470 руб.	90	спортсмены, командировочные	телевизор, телефон холодильник, ванна, туалет

4.2.2. Характеристика и анализ существующих конкурентов на рынке ресторанного бизнеса

В настоящее время ресторанный бизнес г.Магнитогорска представлен крайне ограниченным количеством предприятий, осуществляющих свою деятельность в сфере услуг общественного питания повышенного качества и уровня обслуживания. Вместе с тем, спрос на данный вид услуг стабилен, платежеспособен, низкоэластичен по цене и имеет некоторый потенциал роста.

Сравнительный анализ ресторанов и кафе-баров города Магнитогорска, максимально соответствующих предъявляемым к подобным заведениям требованиям, представлен в таблице 6.

При этом основную массу фирм-конкурентов в данном виде бизнеса составляют ночные клубы, бары и кафе-бары.

Ресторанный бизнес г.Магнитогорска в классическом виде представлен единственным в своем роде предприятием - рестораном "Магнитка".

Указанная фирма, на сегодняшний день, является основным конкурентом будущего ресторана, входящего в комплекс нового досугового центра.

Таблица 6

РЕСТОРАНЫ И КАФЕ-БАРЫ РЕСТОРАННОГО ТИПА ГОРОДА МАГНИТОГОРСКА

Название	Количество мест	Средняя стоимость посещения с НДС, руб.	Средняя загрузка, %		Примечания
			день	вечер	
1	2	3	4	5	6
"Магнитка"	140, где: в каб. – 32, в зале – 108	450-500	30	20	Средняя посещаемость: 90-100 чел. в день; максимальная посещаемость в субботу и воскресенье; работает с 10 до 23 ч.
"Станица"	180	350-400	20	70	Заполняемость во время выступлений звезд шоу-бизнеса – 100%; максимальная посещаемость в пятницу и субботу вечером Имеется бар на 30 мест

Таблица 6 (продолжение)

1	2	3	4	5	6
"Шале"	35	350-400	10	80	максимальная посещаемость в субботу и воскресенье; имеется бар
"Премьер"	60	350-450	30	80	С 12 ч. до 18ч. дневной, а с 20 ч. до 5 утра ночной клуб; имеется бар на 7 человек
"Лучина"	35	350-450	40	80	В праздники заполнен на 100%
"Золотой петушок"	35	300-400	30	70	В праздники заполнен на 100%; имеется бар

4.2.3. Характеристика и анализ существующих конкурентов на рынке игорного бизнеса

В настоящее время индустрия игорного бизнеса в г.Магнитогорске развита очень слабо и представлена только двумя фирмами работающими на данном рынке:

- клуб "Премьер" (казино "Премьер"),
- "Кредо-клуб" (казино "Пирамида").

Вместе с тем, существует стабильный повышенный спрос на данный вид услуг, имеющий исключительно психологическую мотивацию для всех потенциальных групп потребителей, что обусловлено полным отсутствием в данном виде услуг такого конкурентного фактора как цена.

Единственными конкурентными факторами на рынке игорного бизнеса является высокий профессионализм организаторов и качество предлагаемых услуг.

Таким образом, организованное на должном уровне казино, безусловно, будет являться стабильным источником повышенных доходов.

4.2.4. Характеристика и анализ существующих конкурентов на рынке услуг, носящих массовый развлекательный характер

В соответствии с целью проекта по созданию нового досугового центра одним из направлений его деятельности будет являться организация услуг, носящих массовый развлекательный характер.

В частности планируется создание боулинг-центра, а также, кинотеатра, обеспечивающего прокат фильмов в стандарте **DVD/Dolby Digital**.

Единственными конкурентами на данном рынке услуг г.Магнитогорска в настоящее время являются:

- фирма "Боулинг-центр-Универсал",
- магнитогорский "Дом кино".

Характеристика указанных предприятий представлена в таблице 7.

Таблица 7

ОСНОВНЫЕ КОНКУРЕНТНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ФИРМ "БОУЛИНГ-ЦЕНТР-УНИВЕРСАЛ" И МАГНИТОГОРСКИЙ "ДОМ КИНО"

Название	Количество мест	Средняя стоимость услуги с НДС	Средняя загрузка		Примечания
			день	вечер	
"Боулинг-центр-Универсал"	6 дорожек	400 руб./ч. - днем, 600 руб./ч. - вечером	80-90%	100%	В праздники и выходные заполнен на 100%; предварительная запись; время работы с 12 дня до 5 утра
магнитогорский "Дом кино"	1100 мест	60-90 руб.	20% (около 200 человек за сеанс)		макс. посещаемость в вечерние часы и в конце недели (до 80%); 2-3 сеанса в день; около 60 фильмов в год; прокат фильмов осуществляется в звуковом стандарте Dolby Digital с обычным качеством изображения

На основании представленной информации можно сделать вывод о том, что создание нового развлекательного комплекса позволит в большей степени и на качественно новом уровне удовлетворить существующий спрос на данный вид услуг.

4.2.5. Характеристика прочих конкурентов

К прочим значимым конкурентам нового досугового комплекса, в соответствии со спецификой его будущей деятельности, можно отнести предприятия, предоставляющие населению возможность пользоваться услугами саун.

В настоящее время в г.Магнитогорске не имеется достаточного количества специализированных предприятий, оказывающих населению подобного рода услуги.

Об этом свидетельствуют следующие статистические данные, собранные в процессе предварительных маркетинговых исследований:

- общее количество наиболее крупных фирм, работающих на данном рынке, не превышает 5-ти, в том числе отель "Европа", имеющий комплекс саун самого высокого уровня обслуживания;
- загруженность данных предприятий по времени работы в среднем составляет около 12 часов в сутки, преимущественно в вечернее и ночное время (с 3 часов дня до 3 часов ночи). В эти часы спрос на рассматриваемые услуги, как правило, превышает существующее предложение, поэтому широко практикуется система предварительной записи клиентов;
- комплекс саун отеля "Европа", состоящий из финской и турецкой бани и помещения с тренажерами, является, на сегодняшний день, единственным комплексом подобного уровня в г.Магнитогорске. Эффективное использование данного комплекса составляет около 8 часов в сутки. При этом около 90% его посетителей составляют жители города;
- средний уровень цен на услуги саун составляет около 200-300 руб. за один час. Исключение составляет комплекс саун отеля "Европа", где стоимость сеанса с минимальной продолжительностью 2 часа составляет 1200 руб.

На основании приведенной информации можно сделать вывод о том, что существующие конкуренты не в состоянии полностью удовлетворить имеющийся спрос на данный вид услуг. Кроме того, при наличии платежеспособного спроса на услуги саун самого высокого уровня обслуживания, в жилой части г.Магнитогорска, на сегодняшний день, не существует ни одного подобного комплекса.

5. ОСНОВНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ И ХАРАКТЕРИСТИКА СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ

5.1. ОСНОВНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ УСЛУГ И ИХ ХАРАКТЕРИСТИКА

Создаваемый ЗАО "Чемпион" досуговый центр с комплексом услуг ориентирован, прежде всего, на потребителей с высоким и средним уровнем достатка, испытывающих потребность в услугах социального и развлекательного характера повышенного уровня обслуживания.

В соответствии с проведенным анализом существующего рынка аналогичных видов услуг можно условно выделить следующие основные группы потенциальных потребителей услуг нового досугового центра:

- **гостиничный комплекс:**
 - *иностранцы, представители российского бизнеса;*
 - *иностранцы, гости города;*
- **комплекс ресторана:**
 - *гости города, проживающие в гостинице, расположенной непосредственно в досуговом комплексе;*
 - *прочие посетители досугового центра;*
- **комплекс казино:**
 - *гости города, проживающие в гостинице, расположенной непосредственно в досуговом комплексе;*
 - *бизнесмены г.Магнитогорска;*
- **боулинг:**
 - *гости города, проживающие в гостинице, расположенной непосредственно в досуговом комплексе;*
 - *молодежь г.Магнитогорска;*
- **кинотеатр:**
 - *гости города, проживающие в гостинице, расположенной непосредственно в досуговом комплексе;*
 - *широкие слои населения г.Магнитогорска;*

- комплекс саун общего пользования:
 - гости города, проживающие в гостинице, расположенной непосредственно в досуговом комплексе;
 - бизнесмены г.Магнитогорска;
 - широкие слои населения г.Магнитогорска.

На сегодняшний день такую группу потребителей как **"иностранцы представители российского бизнеса и иностранные гости города"** в основном составляют руководители и специалисты отечественных и зарубежных компаний, а также представители ведущих финансово-кредитных учреждений России и Западной Европы, пребывающие с деловыми визитами на ОАО "ММК". Потребители этой группы, как правило, нуждаются в комфортных условиях проживания и отдыха.

К группе **"бизнесмены г.Магнитогорска"**, относятся руководители предприятий, организаций и фирм города, работники финансово-кредитных учреждений, прочие представители деловых кругов Магнитогорска, занимающиеся коммерческой деятельностью. Потребители этой группы, в основном, нуждаются в разнообразном досуге и комфортных условиях отдыха.

Прочую группу потребителей представляют жители г.Магнитогорска, имеющие средний уровень доходов. В этой группе находится наибольшее количество потребителей услуг, носящих массовый развлекательный характер.

Таким образом, структура потенциальных потребителей позволяет обеспечить устойчивый спрос на все виды предлагаемых услуг нового досугового центра.

5.2. МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДЛАГАЕМЫХ УСЛУГ НА РЫНОК

Одним из основных факторов возможного успешного продвижения указанных видов услуг на рынок является либо полное отсутствие, либо незначительное число конкурентов в сфере рассматриваемых услуг:

- отсутствие в г.Магнитогорске развитой сети кинопроката в целом, а также, кинотеатров, осуществляющих прокат фильмов в стандарте **DVD/Dolby Digital**,
- отсутствие в жилой части г.Магнитогорска гостиниц VIP-класса,
- наличие платежеспособного спроса на прочие виды рассматриваемых услуг.

Кроме того, ЗАО "Чемпион" планирует проведение ряда маркетинговых и рекламных акций, направленных на продвижение рассматриваемого комплекса услуг:

- проведение целенаправленной рекламной кампании в местных средствах массовой информации - газетах, журналах, на радио и телевидении;
- изготовление и установка рекламных щитов и транспарантов с описанием предлагаемого комплекса услуг.

Следует отметить, что наиболее важным фактором успешного продвижения указанных видов услуг на рынок будет являться объединение всех услуг в единый комплекс, имеющий очень выгодное месторасположение.

ЗАО "Чемпион" намерено также проводить гибкую политику ценообразования, что позволит учесть интересы любого потребителя.

6. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

6.1. СЕБЕСТОИМОСТЬ УСЛУГ И ЕЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ

При определении полной себестоимости в целом по досуговому центру были учтены следующие факторы:

- объемы расхода в натуральном выражении сырья, материалов и энергоресурсов, необходимых для реализации всего комплекса услуг (см. раздел 3.4. настоящего бизнес-плана);
- текущие, на дату подготовки бизнес-плана, цены на сырье, материалы и энергоресурсы (см. раздел 3.4. настоящего бизнес-плана);
- данные по численности и заработной плате персонала комплекса (представлены в таблице 8);
- интегральная ставка отчислений на социальное страхование - 38,5% от ФОТ;
- ставка страхового тарифа на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве (для II группы риска, к которой относится планируемое производство - 0,3%);
- стоимость прочего хозяйственного инвентаря (см. раздел 3.4. настоящего бизнес-плана);
- методика списания на издержки производства затрат по приобретенному хозяйственному инвентарю со сроком службы до 1 года для позиций: "постельное белье со сроком службы до 1 года для гостиницы", "санитарно-гигиенические средства многоразового использования для гостиницы", "столовое белье со сроком службы до 1 года для ресторана" (100% затрат списываются ежегодно, так как период полного оборота указанных предметов инвентаря составляет 1 год);
- методика списания на издержки производства затрат по приобретенному хозяйственному инвентарю для позиции "постельное белье со сроком службы до 5 лет для гостиницы" (50% затрат списываются при вводе актива в эксплуатацию, оставшиеся 50% стоимости указанных предметов инвентаря списываются в 5-й год их эксплуатации);
- методика списания на издержки производства затрат по приобретенному хозяйственному инвентарю для позиции "набор столовых приборов и посуды для ресторана" (50% затрат списываются при вводе актива в эксплуатацию, оставшиеся 50% стоимости указанных предметов инвентаря списываются равными суммами на протяжении последующих 4-х лет их эксплуатации);
- данные по прочим общепроизводственным расходам, включая затраты на содержание основных средств (3% от величины прямых затрат);

- прочие общехозяйственные расходы (определены в сумме 1000 долл. США в месяц);
- средний срок службы принимаемых в эксплуатацию постоянных активов определен в соответствии с действующими в РФ нормами амортизационных отчислений на соответствующие виды основных средств (для зданий - 50 лет, для оборудования - 10 лет);
- действующее, на дату подготовки бизнес-плана, налоговое законодательство РФ (налоговый кодекс РФ от 01.01.2001);
- планируемый кредит на финансирование проекта относится к категории кредитов на инвестиционные цели. В связи с этим проценты по указанному источнику финансирования выплачиваются из чистой прибыли предприятия;
- стоимость прочего хозяйственного инвентаря по всем позициям устанавливается поставщиками в долларовом эквиваленте;
- курс доллара США по отношению к рублю принят на уровне 30 руб./\$ US.

Таблица 8

ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ НОВОГО ДОСУГОВОГО ЦЕНТРА

Категории персонала	Сфера занятости	Численность	Месячный оклад, руб.	Ежемесячные расходы на оплату труда, руб.
1	2	3	4	5
1. Основной производственный персонал:				
- горничная	<i>гостиничный комплекс</i>	2	3 500	7 000
- портье	<i>гостиничный комплекс</i>	4	3 500	14 000
- шеф-повар	<i>сеть точек питания</i>	1	6 000	6 000
- повар	<i>сеть точек питания</i>	5	5 000	25 000
- официант	<i>сеть точек питания</i>	6	3 500	21 000
- бармен	<i>сеть точек питания</i>	10	4 000	40 000
- техник-инструктор	<i>боулинг</i>	1	3 500	3 500
- сестра-хозяйка	<i>комплекс сауны</i>	1	3 500	3 500
- киномеханик	<i>кинотеатр</i>	3	3 000	9 000
ИТОГО по данной категории персонала:		33		129 000

Таблица 8 (продолжение)

1	2	3	4	5
2. Вспомогательный персонал:				
- кухонные работники	<i>сеть точек питания</i>	3	2 500	7 500
- инструктор-наладчик	<i>комплекс сауны</i>	1	2 500	2 500
ИТОГО по данной категории персонала:		4		10 000
3. Руководители, специалисты и служащие:				
- Директор комплекса	<i>в целом по комплексу</i>	1	10 000	10 000
- Главный бухгалтер	<i>в целом по комплексу</i>	1	8 000	8 000
- Директор ресторана	<i>сеть точек питания</i>	1	7 000	7 000
- кассир-бухгалтер	<i>боулинг</i>	1	4 000	4 000
- инженер по прокату	<i>кинотеатр</i>	1	7 000	7 000
- старшая горничная	<i>гостиничный комплекс</i>	1	5 000	5 000
- прачка	<i>в целом по комплексу</i>	3	3 500	10 500
- кладовщик	<i>в целом по комплексу</i>	1	3 500	3 500
- медицинская сестра	<i>в целом по комплексу</i>	2	2 000	4 000
- уборщица	<i>в целом по комплексу</i>	4	2 000	8 000
- гардеробщик	<i>в целом по комплексу</i>	2	2 000	4 000
- водитель	<i>в целом по комплексу</i>	2	3 500	7 000
ИТОГО по данной категории персонала:		20		78 000
ИТОГО ПО ВСЕМ КАТЕГОРИЯМ ПЕРСОНАЛА:		57		217 000

Необходимая штатная численность по каждой категории персонала обуславливается набором услуг нового досугового комплекса и технологией их предоставления. Размеры ежемесячных окладов по каждой группе работников обусловлены сложившейся, на сегодняшний день, ситуацией в данной отрасли на рынке труда г.Магнитогорска.

Расчет себестоимости и текущих затрат по проекту для первого года его эксплуатации осуществлен в таблице 9.

Таблица 9

**СЕБЕСТОИМОСТЬ И ПОЛНЫЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ ДЛЯ ПЕРВОГО ГОДА
ЭКСПЛУАТАЦИИ**

Наименование статьи затрат	Сумма затрат, тыс. руб.
1	2
Санитарно-гигиенические средства одноразового применения для комплекса гостиницы	388,8
Продукты питания для комплекса ресторана	3 628,8
Постельное белье со сроком службы до 1 года для гостиницы	195,2
Постельное белье со сроком службы до 5 лет для гостиницы	299,4
Санитарно-гигиенические средства многоразового использования для гостиницы	175,7
Столовое белье со сроком службы до 1 года для ресторана	126,0
Набор столовых приборов и посуды для ресторана	414,2
Стоимость проката кинофильмов	105,0
Вода холодная на весь комплекс	81,6
Вода горячая на весь комплекс	121,4
Отопление на весь комплекс	313,1
Электроэнергия на весь комплекс	216,0
З/плата всего персонала	2 604,0
Отчисления на з/пл	931,7
Прочие общепроизводственные расходы	183,6
Амортизация	6 751,1
Прочие общехозяйственные расходы	360,0
Налоги, относимые на себестоимость	525,5
Проценты за кредиты, относимые на себестоимость	-
Итого затрат	17 421,2
НДС к затратам	1 464,5

Следует отметить, что в первый год эксплуатации проекта предполагается достичь 80% от планируемого объема всех предоставляемых услуг. В связи с этим, расход ресурсов по таким статьям затрат, как санитарно-гигиенические средства одноразового применения для комплекса гостиницы и продукты питания для комплекса ресторана, также составляет 80% от расходов по этим же статьям в каждый последующий год.

Кроме того, при проведении финансово-экономической оценки нового досугового комплекса не рассматривалась такая сфера его будущей деятельности, как казино. Поэтому при планировании себестоимости проекта текущие затраты по предоставлению данного вида услуг также не рассматривались.

Полная себестоимость по статьям затрат для каждого года эксплуатации проекта на протяжении всего горизонта планирования представлена в таблице 9-пр приложения 1.

6.2. ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНЫ НА УСЛУГИ. ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ ПО ЦЕНЕ

Формирование цены на услуги нового досугового центра складывается из рассмотрения двух составляющих:

- сложившихся цен на аналогичные виды услуг на рынке г.Магнитогорска,
- цен на продукты питания для комплекса ресторана.

Цены на все виды предоставляемых услуг рассматриваемого комплекса устанавливаются, исходя из существующих расценок на аналогичные услуги в г.Магнитогорске на начало 2001 года. Информация по текущим ценам на соответствующие виды услуг представлена в разделе 4.2. настоящего бизнес-плана.

Стоимость услуг нового досугового центра приведена в таблице 10.

Таблица 10

СТОИМОСТЬ УСЛУГ НОВОГО ДОСУГОВОГО ЦЕНТРА

Наименование услуг	Ед. измерения услуг	Стоимость ед. измерения без НДС, руб.	Стоимость ед. измерения с НДС, руб.
1	2	3	4
Проживание в гостинице VIP-класса	Койка-день	2 500	3 000
Питание в ресторане	Чел.-место	350	420
Услуги боулинга	Дорожка-час	500	600
Просмотр кинофильмов	Чел.-место	75	90
Услуги комплекса саун	Час	500	600

Следует отметить, что при формировании цены на услуги по проживанию в гостинице нового досугового центра за базу принималась стоимость аналогичных услуг в отеле "Европа", являющегося на сегодняшний день единственным предприятием в г.Магнитогорске, соответствующим по классу планируемой гостинице.

Стоимость проживания в номерах типа "люкс" отеля "Европа" на сегодняшний день составляет 2630 руб./сутки для жителей России и 178 долл. США (5340 руб. по курсу 30 руб./\$ US) для иностранных гостей (см. раздел 4.2.). При этом иностранные клиенты составляют до 70% от общего числа проживающих. При таких условиях цена на услуги новой гостиницы принятая на уровне 3000 руб./сутки является вполне обоснованной.

Таким образом, сложившиеся в настоящее время на рынке средние цены на указанные виды услуг в полной мере соответствуют запланированным для нового досугового центра.

6.3. ТЕНДЕНЦИИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Среди факторов, определяющих тенденции формирования цены на услуги нового досугового комплекса основными являются следующие:

- цены на энергоносители (стоимость коммунальных платежей);
- цены на продукты питания;
- тенденции, складывающиеся на магнитогорском рынке услуг социально-культурного характера.

ЗАО "Чемпион" при планировании деятельности нового досугового центра предполагает ориентироваться на существующий уровень цен, индексируя их в зависимости от изменения указанных факторов.

7. НАЛОГОВОЕ ОКРУЖЕНИЕ ПРОЕКТА

7.1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Условия налогообложения, учтенные при обосновании проекта, соответствуют действующему на 1 квартал 2001 г. налоговому законодательству Российской Федерации и г.Магнитогорска.

На основании указанных норм при формировании налогового окружения проекта были учтены следующие моменты:

- ставка налога на пользователей автодорогами составляет 1% от общей выручки по проекту;
- ставка налога на имущество составляет 2% годовых от стоимости имущества предприятия. При этом, с 1 января 2001 г. в состав имущества, подлежащего налогообложению, включаются остатки по незавершенному строительству;
- ставка налога на прибыль составляет 35%. При определении суммы налога на прибыль, подлежащей уплате в бюджет, учитывается льгота, связанная с реинвестированием прибыли;
- прочих льгот по налогообложению не предусматривается.

Суммы налоговых выплат указаны в таблице 15-пр приложения 1.

7.2. НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ

При исчислении НДС по проекту были учтены следующие моменты:

- при формировании оборотов по налогу на добавленную стоимость ставка указанного налога принималась равной 20%;
- НДС по предметам, относящимся к прочему хозяйственному инвентарю, выставляется к зачету на полную сумму в момент ввода соответствующего актива в эксплуатацию;
- НДС по постоянным активам выставляется к зачету в полной мере в момент ввода основных средств в эксплуатацию и подлежит возмещению за счет сумм НДС по текущей деятельности, подлежащих уплате в бюджет.

Обороты по налогу на добавленную стоимость показаны в таблице 15-пр приложения 1.

8. ПОСТАВЩИКИ

Для полноценного обеспечения процесса, связанного с предоставлением всего комплекса рассматриваемых услуг требуется поставка следующего оборудования и материалов:

- необходимое технологическое оборудование, включая предметы интерьера;
- санитарно-гигиенические средства одноразового применения, используемые клиентами гостиничного комплекса;
- продукты питания, используемые для приготовления пищи в комплексе ресторана;
- предметы хозяйственного инвентаря, находящегося постоянно в обороте (постельное белье для гостиницы, санитарно-гигиенические средства многоразового употребления для гостиницы, белье для точек питания, столовые принадлежности и посуда).

Предполагается, что поставка основного технологического оборудования будет осуществлена фирмой "AC-AC-BAU-und Handels Gesmbh" (Австрия), с которой на сегодняшний день достигнуты предварительные договоренности.

В качестве выбора поставщиков предметов прочего хозяйственного инвентаря планируется заключение договоров с иностранными фирмами, специализирующимися на производстве указанных материальных ресурсов профессионального уровня, при условии соответствия последних требуемым эксплуатационным качествам.

Закупки таких материальных ресурсов, как санитарно-гигиенические средства одноразового применения, используемые клиентами гостиничного комплекса, и продукты питания, используемые для приготовления пищи в комплексе ресторана, планируется осуществлять через российских поставщиков, включая поставщиков, работающих непосредственно на рынке г.Магнитогорска.

Оплату сырья и материалов планируется осуществлять по факту поставки. Сроки поставки по каждому виду материальных ресурсов определяются отдельно.

9. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

9.1. СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ И ПЕРСОНАЛ

На настоящий момент правовой статус предприятия, создаваемого с целью реализации данного проекта (ООО, ОАО, ЗАО и т.д.), окончательно не определен. Однако, известно, что это будет отдельное юридическое лицо, основным учредителем которого будет являться ЗАО "Чемпион".

Для организации работы данного предприятия необходимо привлечение дополнительного персонала в количестве 57 человек. Требуемый для организации производственного процесса персонал должен обладать необходимым опытом работы в данной сфере услуг. Более подробная информация о категориях работников, привлекаемых при реализации проекта, представлена в таблице 8 (см. раздел 6.4. настоящего бизнес-плана).

9.2. ПЛАНИРОВАНИЕ ОБЩЕПРОИЗВОДСТВЕННЫХ И ОБЩЕХОЗЯЙСТВЕННЫХ РАСХОДОВ

Расчет прочих общепроизводственных и общехозяйственных расходов по проекту осуществлен укрупненным образом.

Указанные позиции затрат объединяют расходы на ремонт, эксплуатацию и содержание основных средств, расходы по транспортировке, а также затраты на рекламу.

Ежемесячная величина прочих общепроизводственных расходов принята на уровне 3% от прямых затрат и составляет около 214 тыс. руб. в год (или около 18 тыс. руб. в месяц). Под прямыми затратами в данном случае понимаются затраты на сырье и материалы, а также, заработная плата основного производственного персонала с отчислениями на социальное страхование.

Ежемесячная величина прочих общехозяйственных расходов принята равной 1000 долл. в месяц или 360 тыс. руб. в год (при курсе доллара США равном 30 руб./\$ US).

Общая ежемесячная величина прочих общепроизводственных и общехозяйственных расходов, составляет около 48 тыс. руб., что в годовом исчислении составляет около 574 тыс. руб.

10. РАБОЧИЙ ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Продолжительность инвестиционной фазы рассматриваемого проекта (время осуществления капитальных вложений) составляет 12 месяцев с начала реализации проекта.

В течение этого периода времени фирмой "АС-АС-BAU-und Handels Gesmbh" будет проведена полная реконструкция существующего здания, а также, будет приобретено, доставлено и смонтировано основное технологическое оборудование. К моменту пуска проекта в эксплуатацию технологическое оборудование будет полностью готово к работе.

Оценка инвестиционных издержек, связанных с реконструкцией здания (без учета стоимости существующего здания) и с приобретением импортного оборудования представлена в таблице 11.

Таблица 11

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК

Статья затрат	Стоимость без НДС, долл. США	Таможенная очистка, долл. США	Полная стоимость, долл. США	НДС к затратам, руб.
1. Проектные работы	246 500	24 650	271 150	1 626 900
2. Работы по реконструкции существующего здания	2 094 500	0	2 094 500	12 567 000
3. Установка и подводка сетей	1 562 500	0	1 562 500	9 375 000
4. Технологическое оборудование для всего комплекса, включая предметы интерьера	1 096 500	109 650	1 206 150	7 236 900
ИТОГО ЗАТРАТ	5 000 000	134 300	5 134 300	30 805 800

Условия оплаты строительно-монтажных работ по проекту, а также, условия поставки и оплаты оборудования на сегодняшний день являются предметом дальнейшего согласования. Однако, предполагается, что к моменту сдачи проекта в эксплуатацию должна быть оплачена полная стоимость всех работ, включая стоимость поставленного оборудования.

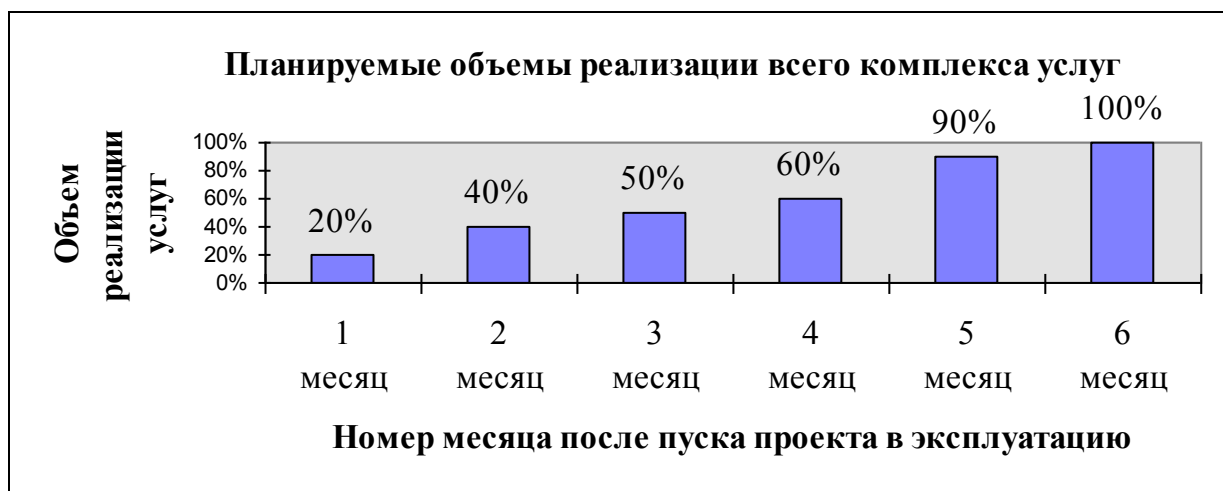
После сдачи проекта в эксплуатацию технологически возможно достижение 100% планируемых объемов реализации услуг, однако, в первый год работы реально можно рассчитывать лишь на 80% от запланированного уровня. Это связано с необходимостью проведения ряда рекламных мероприятий для привлечения клиентов.

11. ПЛАНИРУЕМЫЕ ОБЪЕМЫ СБЫТА

Учитывая необходимость во временных затратах в первый год эксплуатации проекта, связанных с проведением рекламных мероприятий для привлечения клиентов, можно предположить, что новый досуговый центр сможет достичь планируемых показателей по объему предоставляемых услуг только к началу 6 месяца своей работы.

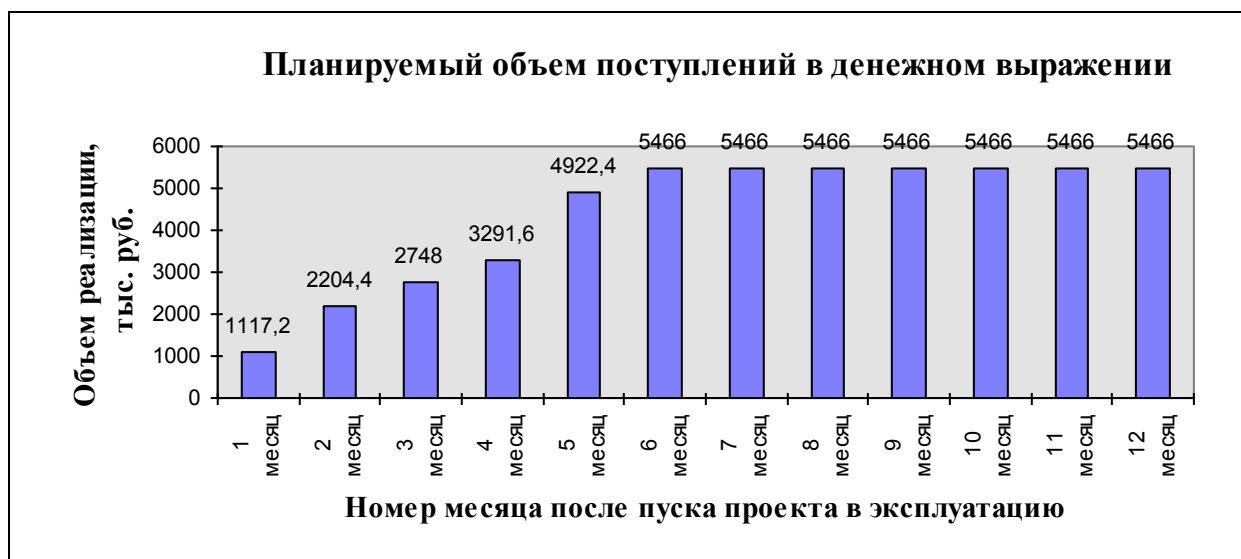
Успешное выполнение предусмотренных рекламных мероприятий позволяет рассчитывать на объемы реализации всего комплекса услуг, указанные на диаграмме 1.

Диаграмма 1



При этом планируемый объем поступлений в денежном выражении от реализации всего комплекса услуг за первый год эксплуатации представлен на диаграмме 2.

Диаграмма 2



Величина НДС к выручке по интервалам, указанных на диаграмме, составляет соответственно:

1 месяц	- 223,4 тыс. руб.,
2 месяц	- 440,9 тыс. руб.,
3 месяц	- 549,6 тыс. руб.,
4 месяц	- 658,3 тыс. руб.,
5 месяц	- 984,5 тыс. руб.,
6 месяц и далее	- 1093,2 тыс. руб.

Данными для расчета предполагаемых объемов сбыта по всему комплексу услуг послужили результаты анализа существующего рынка (см. раздел 4).

Объемы реализации по каждому виду услуг приведены в таблице 12.

Таблица 12

ОБЪЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ УСЛУГ НОВОГО ДОСУГОВОГО ЦЕНТРА

Наименование услуг	Ед. измерения услуг	Планируемые среднегодовые объемы сбыта	Примечания
1	2	3	4
Проживание в гостинице VIP-класса (30 номеров типа "люкс")	Койка-день	9 720	Соответствует 90% загрузке номерного фонда
Питание в ресторане (110 посадочных мест)	Чел.-место	32 400	Соответствует посещаемости на уровне 90 человек в день
Услуги боулинга (6 дорожек)	Дорожка-час	31 104	Соответствует 90% загрузке планируемых мощностей
Просмотр кинофильмов (200 посадочных мест)	Чел.-место	129 600	Соответствует посещаемости на уровне 360 человек в день
Услуги комплекса саун (количество саун - 2)	Час	8 640	Соответствует времени загрузки каждой сауны на уровне 12 часов в сутки.

Кроме того, необходимо отметить ряд следующих важных моментов:

- при планировании объемов реализации всего комплекса услуг нового досугового центра не рассматривалась такая сфера его будущей деятельности, как казино. Это связано с тем, что данная отрасль бизнеса традиционно является высокоприбыльным предприятием, не требующим детального финансового планирования с точки зрения будущих доходов.
- имеющиеся свободные торговые площади (100 м²) планируется с первого месяца работы комплекса сдавать в аренду по цене 300 руб./м² в месяц (без НДС) или 360 руб./м² в месяц (с учетом НДС). Это позволит ежегодно получать дополнительной выручки порядка 360 тыс. руб. (без НДС).

Анализ существующего рынка потребителей показывает, что закладываемые в расчет объемы реализации для каждого вида услуг можно считать обоснованными.

12. ГРАФИК ПРИВЛЕЧЕНИЯ И ВОЗВРАТА КРЕДИТА

На финансирование капитальных вложений планируется привлечение долгосрочного кредита в размере 5 млн. долл. США на срок от 6 до 10 лет.

Сумма кредита определена на основании величины первоначальных инвестиционных затрат в постоянные активы, стоимость которых по предварительному предложению фирмы "AC-AC-BAU-und Handels Gesmbh" составляет 5 млн. долл. США без учета сумм таможенных платежей.

График привлечения кредита соответствует графику осуществления платежей по проекту в пользу указанной фирмы. Таким образом, привлечение кредита в размере 5 млн. долл. планируется в первом интервале планирования (первый год реализации проекта). Погашение кредита и выплату процентов предполагается осуществлять в течение последующих пяти лет.

Получение указанного кредита планируется осуществить через Raiffeisen Zentralbank Oesterreich AG (Австрия), от которого на сегодняшний день получено предварительное согласие.

Предполагаемые условия предоставления кредита: погашение кредита - равными полугодовыми платежами в течении 4 лет, начиная со 2-го года после пуска проекта в эксплуатацию (год выхода проекта на планируемые показатели реализации всего комплекса услуг); процентная ставка - 12% годовых с полугодовым периодом начисления и выплаты процентов; отсрочка выплаты процентов (льготный период) - 1 год (период строительства); оплата страховки - разовый единовременный платеж в размере 1% от суммы кредита.

График привлечения и возврата кредита по рассматриваемому проекту представлен в таблице 14-пр приложения 1.

Отраженный в приложении 1 остаток свободных денежных средств в каждом интервале планирования должен рассматриваться как "резерв ликвидности" проекта. Наличие остатка свободных денежных средств обеспечивает проект способностью выдержать более жесткие условия кредитования. При этом такой показатель как общий коэффициент покрытия долга на протяжении всего периода действия кредитного соглашения составляет не менее 1.2, что является нормальным допустимым значением.

ВОЗМОЖНОСТИ АЛЬТЕРНАТИВНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

В качестве возможного альтернативного способа привлечения инвестиций для реализации данного проекта рассматривается приобретение оборудования по лизинговой схеме с участием Raiffeisen Zentralbank Oesterreich AG, о чем уже были проведены предварительные переговоры.

13. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА

Финансовый план составлен на перспективу 11 лет, исходя из срока погашения кредита и норм амортизации технологического оборудования. Информация для расчета подготовлена по годам.

Методика оценки, используемая в расчетах, соответствует принципам бюджетного подхода. В соответствии с принципами бюджетного подхода горизонт исследования (срок жизни проекта) разбивается на временные интервалы (интервалы планирования), каждый из которых рассматривается с точки зрения притоков и оттоков денежных средств. На основании потоков денежных средств определяются основные показатели эффективности и финансовой состоятельности проекта.

Расчеты выполнены в постоянных ценах, принимаемых на момент формирования бизнес-плана (1 квартал 2001 года).

13.1. ДОХОДЫ

Источниками доходов проекта является реализация всего комплекса услуг нового досугового центра, включая сдачу 100 м² площадей комплекса в аренду. При этом финансово-экономическая оценка проводилась без учета такого высокоприбыльного направления деятельности комплекса, как казино, что в целом соответствует принципам консервативного подхода.

Предполагаемые объемы реализации услуг и цены при достижении проектом планируемых показателей выручки представлены в таблице 13.

Таблица 13

ОБЪЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ВСЕГО КОМПЛЕКСА УСЛУГ

Наименование услуг	Ед. измерения услуг	Объем реализации в год	Цена реализации без НДС, руб.
1	2	3	4
Проживание в гостинице VIP-класса	Койка-день	9 720	2 500
Питание в ресторане	Чел.-место	32 400	350
Услуги боулинга	Дорожка-час	31 104	500
Просмотр кинофильмов	Чел.-место	129 600	75
Услуги комплекса саун	Час	8 640	500
Сдача площадей в аренду	м ² в год	100	3 600

Обоснование ценовых параметров реализуемых услуг представлено в разделе 6.2.

Обоснование планируемых объемов реализации и график достижения проектом планируемых объемов сбыта представлен в разделе 11.

Расчет доходов проекта по интервалам планирования представлен в таблицах 2-пр, 3-пр, 4-пр приложения 1. Динамика выручки от реализации за соответствующие периоды времени показана на диаграмме 1-пр приложения 1.

Анализ рынка потребителей данного вида услуг показывает, что закладываемые в расчет объемы реализации услуг можно считать обоснованными.

13.2. ТЕКУЩИЕ (ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ) ЗАТРАТЫ

В составе текущих затрат проекта выделяются и обосновываются:

- материальные затраты, включая затраты на приобретение различного хозяйственного инвентаря;
- затраты на оплату труда;
- общепроизводственные и общехозяйственные расходы.

Расчет потребности в материалах и прочем хозяйственном инвентаре, необходимом для оказания всего комплекса услуг представлен в разделе 3.4. Обоснование величины общепроизводственных и общехозяйственных расходов представлено в пункте 9.2. Расчет общей величины затрат на производство продукции представлен в разделе 6.1.

Описание текущих (производственных) затрат проекта по интервалам планирования представлено в таблицах 5-пр, 6-пр, 7-пр, 8-пр, 9-пр. Динамика текущих расходов за соответствующие периоды показана на диаграмме 1-пр приложения 1.

13.3. ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ЗАТРАТЫ

Инвестиционные затраты проекта складываются из капитальных вложений, направленных на создание самого комплекса, а также средств, необходимых для формирования чистого оборотного капитала проекта.

Капитальные вложения

Общая величина капитальных вложений, необходимых для осуществления проекта составляет 5134,3 тыс. долл. США. Из них 5000 тыс. долл. США составляют затраты на приобретение импортного оборудования и проведение строительно-монтажных работ в соответствии с предварительным предложением фирмы "AC-AC-BAU-und Handels Gesmbh", а 134,3 тыс. долл. США составляют таможенные выплаты по указанным активам.

Капитальные вложения осуществляются в первом интервале планирования.

Согласно предварительной договоренности, достигнутой с предполагаемым Генеральным подрядчиком - австрийской компанией "AC-AC-BAU-und Handels Gesmbh"

- проведение проектных и строительно-монтажных работ, доставка, установка, пусконаладка и гарантийное обслуживание оборудования будет осуществляться данной компанией.

Расчет и обоснование величины капитальных затрат представлен в разделе 10. Технические преимущества оборудования рассмотрены в разделе 3.1.

Реализация проекта планируется на базе существующего недостроенного здания стоимостью 6 251 873 рубля.

График распределения инвестиционных затрат во времени представлен в таблице 10-пр приложения 1.

Оборотный капитал

Помимо инвестиций в постоянные активы организации необходимо создать запас оборотных средств, обеспечивающий бесперебойную работу проекта.

Потребность в оборотном капитале определена с учетом планируемых периодов оборота основных составляющих текущих активов и текущих пассивов. В частности:

- расчет потребности в санитарно-гигиенических средствах одноразового применения, используемых клиентами гостиничного комплекса производится на основании предполагаемой периодичности закупок данного оборотного актива: объем страхового запаса - 7 дней, оборот - 14 дней;
- расчет потребности в продуктах питания, используемых для приготовления пищи в комплексе ресторана также производится на основании предполагаемой периодичности закупок данного оборотного актива: объем страхового запаса (продукты длительного срока хранения, спиртное) - 5 дней из расчета общей ежедневной потребности в активе, оборот - 2 дня;
- расчет суммы хозяйственного инвентаря, находящегося постоянно в обороте, производится на основании нормативов списания затрат по каждой позиции указанного актива и периодичности его обновления (см. Раздел 6.1);
- понятия "незавершенной продукции" и "готовой продукции" для данного специфического направления деятельности, связанного не с производством, а с предоставлением различных видов услуг не являются актуальными;
- условием оплаты за предоставленные услуги является оплата по факту;
- условием поставки сырья и материалов для всего комплекса услуг является оплата по факту;
- частота выплат заработной платы составляет 1 раз в месяц.

Кроме того, необходимо учесть следующие основные моменты, касающиеся НДС, поскольку обороты по данному налогу являются немаловажной частью формирования оборотного капитала компании:

- НДС к складским запасам выставляется к зачету по факту приобретения указанных оборотных активов;

- НДС по предметам, относящимся к прочему хозяйственному инвентарю, выставляется к зачету на полную сумму в момент ввода соответствующего актива в эксплуатацию;
- НДС по постоянным активам выставляется к зачету в полной мере в момент ввода основных средств в эксплуатацию и подлежит возмещению за счет сумм НДС по текущей деятельности, подлежащих уплате в бюджет. При этом полное возмещение НДС по постоянным активам в сумме около 30806 тыс. руб., уплаченного при реализации данного проекта произойдет только на 3 год эксплуатации досугового центра.

Расчет потребности проекта в оборотном капитале приводится в таблицах 11-пр и 12-пр приложения 1. Динамика изменения чистого оборотного капитала представлена на диаграмме 2-пр приложения 1.

13.4. ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

В качестве привлекаемого источника финансирования инвестиционных затрат по проекту в части постоянных активов, в расчетах рассматривается кредит на общую сумму 5 млн. долл. США.

Вложение собственных средств в проект предусматривается по трем направлениям:

- выплата НДС и таможенных платежей по приобретаемым основным средствам, на общую сумму около 34835 тысяч рублей (или около 1161 тыс. долл. США);
- формирование необходимой величины дополнительного оборотного капитала, требуемого для начала производственно-хозяйственной деятельности комплекса в сумме около 2200 тысяч рублей (или около 73 тыс. долл. США);
- оплата разовых комиссий по кредиту и финансирование текущих затрат в период строительства (налог на имущество). Данные расходы составляют около 3165 тыс. руб. (или около 105 тыс. долл. США).

Указанная схема финансирования проекта полностью покрывает инвестиционные затраты при его реализации, составляющие около 6,3 млн. долларов США, обеспечивая положительное сальдо денежных потоков в течение всего горизонта планирования.

Привлечение кредита осуществляется общей суммой в первом интервале планирования. Условия предоставления кредита: погашение кредита - равными полугодовыми платежами в течении 4 лет, начиная со 2-го года после пуска проекта в эксплуатацию (год выхода проекта на планируемые показатели реализации всего комплекса услуг); процентная ставка - 12% годовых с полугодовым периодом начисления и выплаты процентов; отсрочка выплаты процентов (льготный период) - 1 год (период строительства); оплата страховки - разовый единовременный платеж в размере 1% от суммы кредита.

График привлечения и возврата кредита по интервалам планирования представлен в таблице 14-пр и на диаграмме 3-пр приложения 1.

Также, в качестве источников финансирования текущей производственной деятельности выступают устойчивые пассивы организации (см. таблицу 12-пр приложения 1). Устойчивые пассивы предприятия складываются в следствии возникновения текущей задолженности предприятия перед персоналом и бюджетом.

Схема источников финансирования по интервалам планирования представлена в таблице 13-пр приложения 1.

13.5. ХАРАКТЕРИСТИКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

При заложенном в расчетах уровне доходов и затрат проект необходимо признать как эффективный. Рассматриваемая инвестиционная идея характеризуется следующими показателями:

Простой срок окупаемости полных инвестиционных затрат без учета времени строительства составляет 3,8 года.

Дисконтированный срок окупаемости с учетом реальной ставки сравнения 10% годовых составляет около 6 лет от начала реализации проекта.

В качестве ставки сравнения принята существующая на момент проведения оценки ставка рефинансирования ЦБ РФ, очищенная от инфляционной составляющей (поскольку оценка проекта производится в постоянных ценах, т.е. без учета влияния фактора инфляции на результаты проекта).

Годовой объем чистой прибыли проекта оценивается на уровне 25-30 млн. руб.

Чистая текущая стоимость проекта (NPV) при ставке сравнения 10% годовых и интервале планирования 11 лет составляет около 110 млн. руб. (или 3700 тыс. долл. США при курсе 30 руб./\$ US). Положительная величина NPV подтверждает целесообразность вложения средств в рассматриваемый проект.

Реальная внутренняя норма прибыли проекта (IRR), т.е. условная ставка дохода по проекту без учета инфляции, составляет 22% годовых, значительно превышает используемую ставку сравнения (10% годовых) и определяет максимальную номинальную “банковскую” ставку кредита, погашаемого в пределах срока жизни проекта (при отсутствии собственного капитала) на уровне 37% годовых (при уровне инфляции 14% годовых);

Доходность полных инвестиционных затрат определяется как отношение чистой текущей стоимости проекта (NPV) к дисконтированной величине инвестиционных затрат и составляет 65%.

Показатели эффективности рассматриваемого проекта представлены в таблицах 19-пр и 20-пр приложения 1. Динамика чистых доходов для полных инвестиционных затрат представлена на диаграмме 6-пр приложения 1.

На основании исходных данных, характеризующих проект, построены прогнозные формы финансовой отчетности (таблицы 16-пр, 17-пр, 18-пр приложение 1):

- отчет о прибыли,
- отчет о движении денежных средств,
- балансовый отчет.

Динамика прибыли и движение денежных средств по интервалам планирования представлены на диаграммах 4-пр и 5-пр приложения 1.

13.6. ХАРАКТЕРИСТИКА ФИНАНСОВОЙ СОСТОЯТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА

При заложенном в расчетах уровне доходов, текущих и инвестиционных затрат, а также объеме привлекаемого кредита в размере 5 млн. долл. США проект необходимо признать как финансово состоятельный.

Финансовую состоятельность проекта подтверждает положительный остаток свободных денежных средств на протяжении всего горизонта планирования (см. таблицы 14-пр и 17-пр Приложения 1). Минимальный остаток свободных денежных средств наблюдается в 6 год реализации проекта, когда осуществляется последний платеж по привлеченным кредитным ресурсам, и составляет около 235 тыс. долл. США. при курсе 30 руб./\$ US.

В целом проект характеризуется как потенциально кредитоспособный. Максимальная ставка кредитования, которую он в состоянии выдержать составляет 37% годовых в рублях, что значительно превышает стоимость кредитных ресурсов в России в настоящее время.

13.7. АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРОЕКТА К ИЗМЕНЕНИЮ ИСХОДНЫХ ПАРАМЕТРОВ

Цель проведения анализа чувствительности - установить границы изменения основных параметров, при которых проект сохраняет приемлемый уровень эффективности и финансовой состоятельности.

Параметрами наиболее подверженными возможному изменению при реализации данного проекта являются уровень цен на конечную продукцию, объем продаж и уровень инвестиций в постоянные активы.

В таблицах 14, 15 и 16 представлен анализ чувствительности проекта к изменениям указанных показателей. В качестве результирующих показателей рассмотрены варианты простого срока окупаемости и чистой текущей стоимости проекта для различного уровня цен на реализуемую продукцию, объемов производства и продаж и инвестиционных затрат.

Таблица 14

АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА ПРИ РАЗЛИЧНОМ УРОВНЕ ЦЕН НА УСЛУГИ

<i>Уровень цен на услуги, % от базового варианта</i>	(80%)	(90%)	(100%)	(110%)	(120%)
Чистая текущая стоимость (NPV), тыс. руб.	55 281	82 995	110 123	136 866	163 609
Простой срок окупаемости, лет	6,0	5,3	4,8	4,4	4,1

Таблица 15

АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА ПРИ РАЗЛИЧНЫХ ОБЪЕМАХ РЕАЛИЗАЦИИ УСЛУГ

<i>Уровень реализации услуг, % от базового варианта</i>	(80%)	(90%)	(100%)	(110%)	(120%)
Чистая текущая стоимость (NPV), тыс. руб.	61 956	86 375	110 123	133 431	156 391
Простой срок окупаемости, лет	5,8	5,2	4,8	4,5	4,2

Таблица 16

АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА ПРИ РАЗЛИЧНЫХ ОБЪЕМАХ ПЕРВОНАЧАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ПОСТОЯННЫЕ АКТИВЫ

<i>Уровень инвестиций в постоянные активы, % от базового варианта</i>	(80%)	(90%)	(100%)	(110%)	(120%)
Чистая текущая стоимость (NPV), тыс. руб.	133 906	122 014	110 123	98 147	86 071
Простой срок окупаемости, лет	4,1	4,4	4,8	5,2	5,5

Из приведенных таблиц видно, что проект является достаточно устойчивым к изменению указанных внешних факторов.

Колебания любого из рассмотренных параметров как в сторону уменьшения, так и в сторону его увеличения, существенным образом не влияют на конечные показатели эффективности проекта.

Для принятого диапазона значений указанных параметров от 80% до 120% их базовой величины изменение такого показателя, как простой срок окупаемости проекта составляет менее 1 года.

Вместе с тем, положительная величина такого показателя, как чистая текущая стоимость проекта, при любом уровне изменяемых параметров свидетельствует о значительной устойчивости проекта к возможному колебанию ценового фактора как стоимости инвестиций, так и реализуемой продукции.

Таким образом, приведенные результаты финансово-экономической оценки данного инвестиционного проекта свидетельствуют о высокой степени его привлекательности с точки зрения потенциальных инвесторов и целесообразности дальнейшей реализации на ЗАО “Чемпион”.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

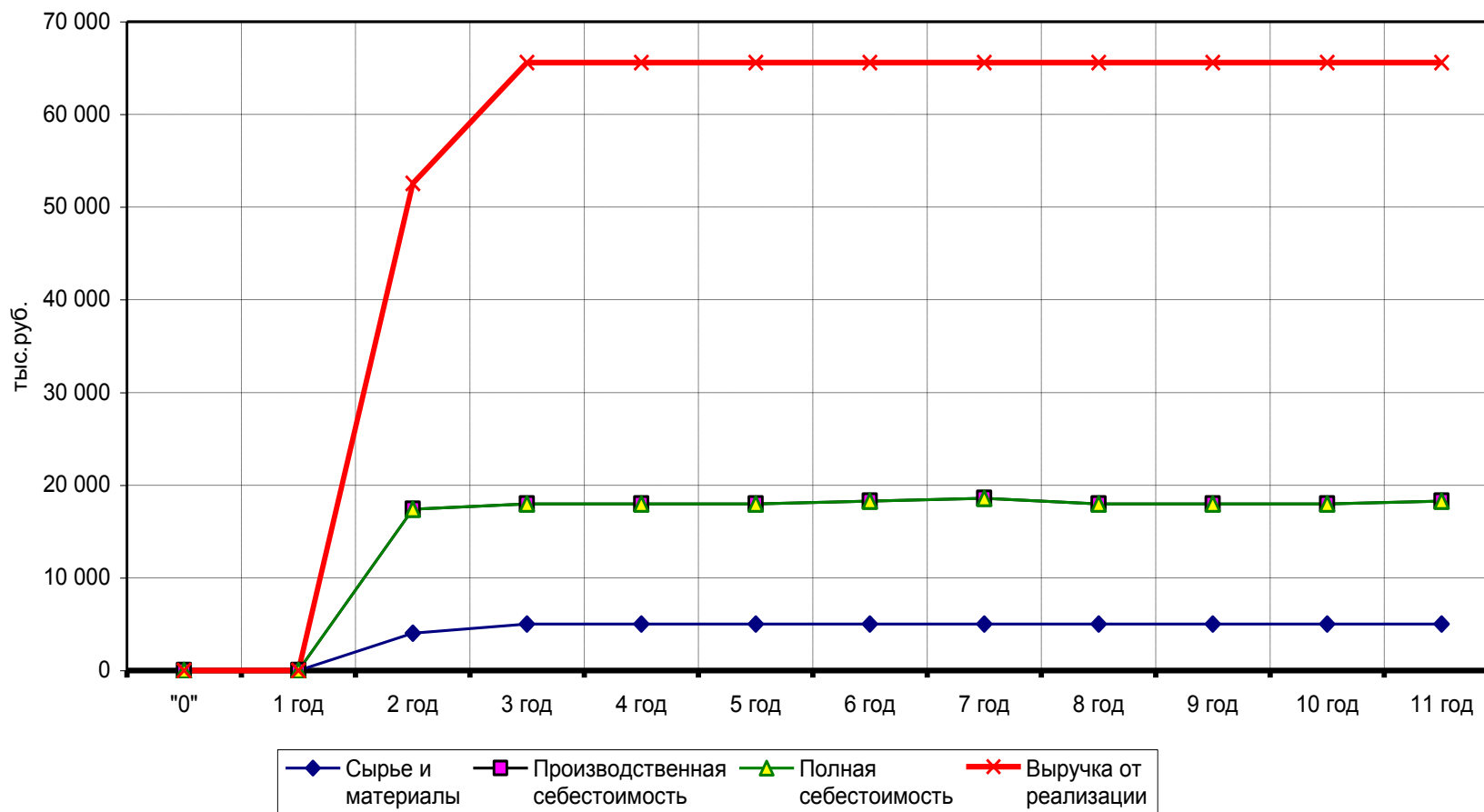
РАСЧЕТНЫЕ ТАБЛИЦЫ

и ДИАГРАММЫ

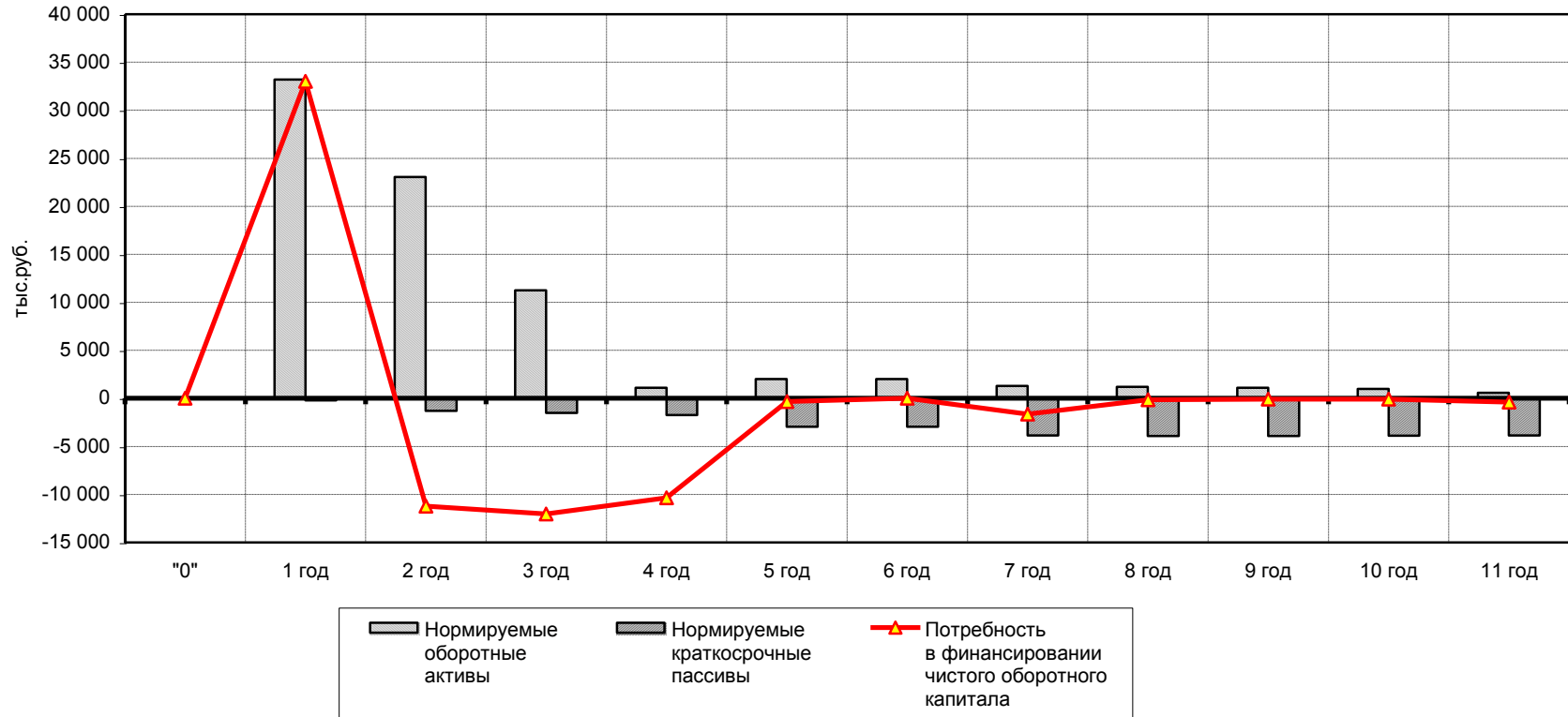
Расчетная часть
(таблицы 1-пр / 20-пр)

Графическая часть
(диаграммы 1-пр / 6-пр)

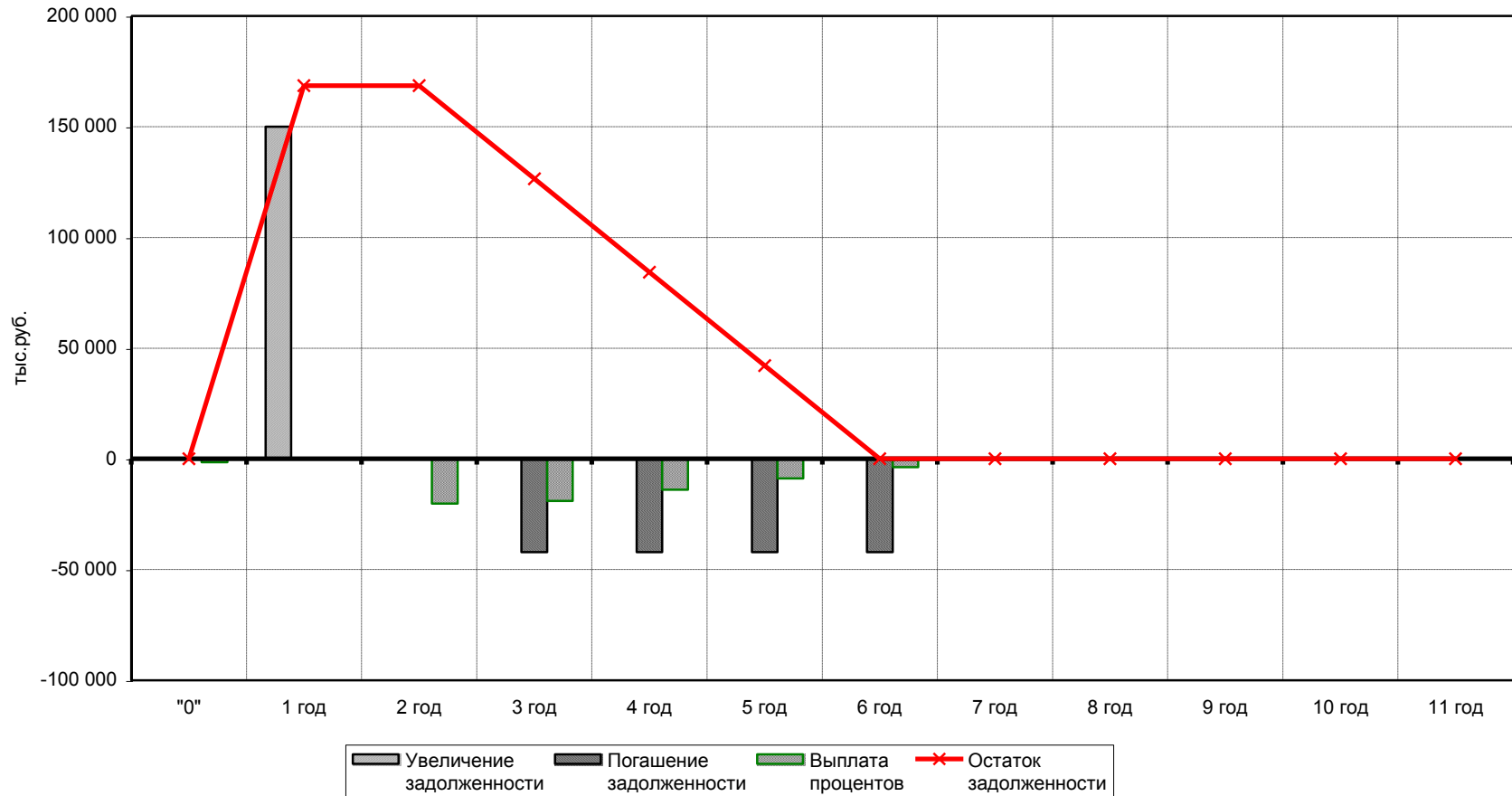
Диaг. 1-пр. Выручка / Себестоимость



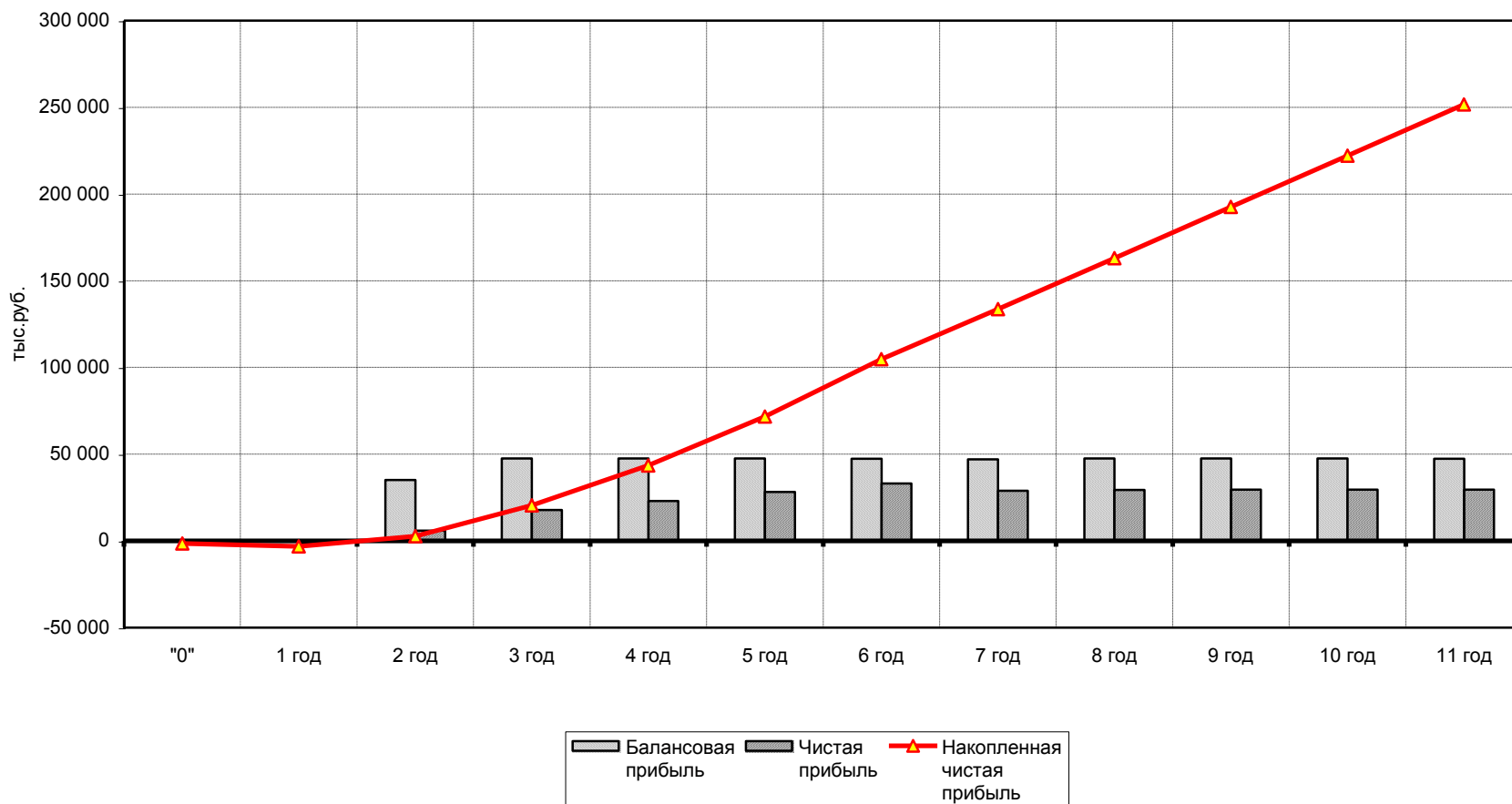
Диаг. 2-пр. Чистый оборотный капитал



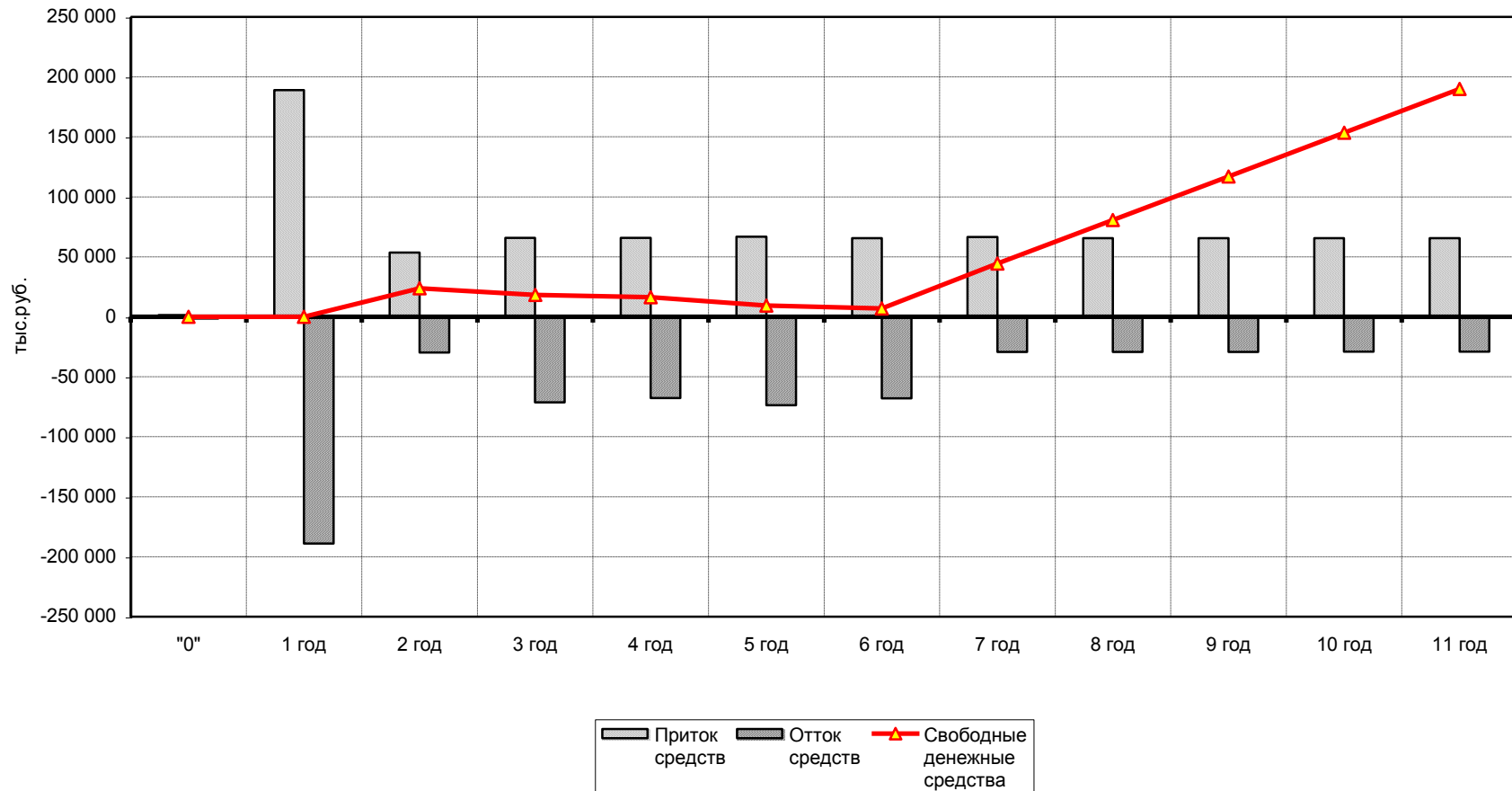
Диаг. 3-пр. Обслуживание задолженности



Диagr. 4-пр. Прибыль



Диэг. 5-пр. Движение денежных средств



Диэг. 6-пр. Чистые доходы (для полных инвестиционных затрат)

