



БИЗНЕС-ПЛАН ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА СЕТЬ СОВРЕМЕННЫХ ТРЕНАЖЕРНЫХ ЗАЛОВ «PERFECT SKILLS»



ОГЛАВЛЕНИЕ

Наименование пункта	Слайд №
Раздел 1: Предложение Инвестору	
Анализ преимуществ Проекта	3
Предложение для инвестора. Инвестиции (I.) или займ (II.)	4
Раздел 2: Введение	
Миссия Проекта	5
Цели Проекта	6
Команда Проекта	7
Раздел 3: Отличительные черты	
Отличительные черты № 1÷4	8÷11
Раздел 4: Видение результатов	
Видение результатов Проекта	12
Ключевые Принципы Общества № 1÷7	13÷15
Раздел 5: Маркетинг	
Анализ рынка г. Старый Оскол	16÷18
Анализ рынка Российской Федерации	19
Раздел 6: Исходные Данные 1-го Проекта	
Подбор места расположения тренажерного зала	20
«Свёрнутая» экономическая модель Проекта	21
График реализации Проекта	22
Анализ рисков Проекта	23
Раздел 7: О себе	
Об авторе Проекта	24



АНАЛИЗ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРОЕКТА

1. Социальная миссия Проекта: «Повышение уровня мотивации и вовлеченности населения Российской Федерации в спортивную культуру» весьма актуальна на сегодняшний день для отечества, в связи со сравнительно низким процентом вовлеченности населения РФ в спортивную культуру, по сравнению с развитыми странами (см. слайд 19), что является сильнейшим мотивационным фактором для команды Проекта реализовать именно крупную всероссийскую сеть спортивных залов. Участие инвестора на первом этапе реализации Проекта (открытии 1-го спортивного зала) позволяет войти в Проект с минимальным порогом.

2. У Проекта привлекательные и обоснованные экономические (коммерческие) показатели (см. слайд 21):

Срок окупаемости инвестиций - 2,0 года.

Денежный поток (чистая годовая прибыль) - 3 409,5 ₽.

У района «Микро» высокая проходимость, при этом – региональный рынок далек от насыщения и низкоконкурентен.

3. В бизнесе отсутствует «сезонность», а также он устойчив к финансовым кризисам и стрессам рынка (волатильности спроса), что подтверждено маркетинговыми исследованиями (см. слайды 17 и 19).

4. Цель – иметь сеть спортивных залов в РФ – позволит инвестору со временем многократно приумножить вложенные инвестиции.



ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ИНВЕСТОРА

ИНВЕСТИЦИИ (I.) ИЛИ ЗАЙМ (II.)

I. Предоставить инвестиции в размере 6,0 млн. руб. на реализацию Проекта под следующие условия:

II. Предоставить займ в размере 6,0 млн. руб. на реализацию Проекта под следующие условия:

- | | |
|---|---|
| <p>1. <u>Полный возврат суммы через 24 месяца</u> после предоставления инвестиций или раньше (вся прибыль будет направляться на погашение долга, до полного его погашения).</p> <p>2. Все активы, приобретённые за инвестиции, будут обращены в залог предоставленных инвестиций.</p> <p>3. На срок реализации Проекта - предоставлять финансовые отчеты по требованию инвестора или графику отчетности (ежедневно, еженедельно, ежемесячно). С приложением всех документов, договоров и чеков. Возможна работа через план платежей (поэтапное финансирование).</p> | |
| <p>4. <u>Доля в уставном капитале – 25%. Деление прибыли 50/50</u> по факту возврата инвестиций, <u>до возврата инвестиций 100% чистой прибыли – инвестору.</u></p> <p>5. Возврат полной суммы долга без процента и любого другого коэффициента (включая инфляцию).</p> | <p>4. <u>Займ под 20% годовых.</u></p> <p>5. <u>Отсрочка выплат на 6 месяцев</u> (на реализацию Проекта и выход в зону стабильной прибыли).</p> |

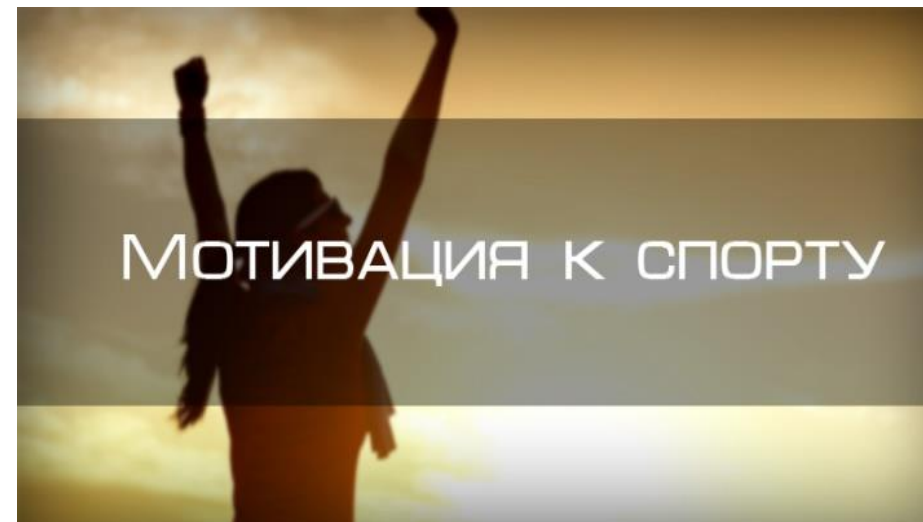


МИССИЯ ПРОЕКТА

Миссия коммерческого **Проекта** сети спортивных залов «PERFECT SKILLS» («Общества»):

Повышение уровня мотивации и вовлеченности населения Российской Федерации в спортивную культуру за счет предоставления услуг по модели, отличающейся большей привлекательностью от общепринятой, что достигается внедрением следующих отличительных особенностей:

1. Системного подхода к организации услуг и прозрачности ценообразования (см. *слайд 8*);
2. Особой маркетинговой модели с применением фотозоны (см. *слайд 9*);
3. Гибкой и высокоэффективной модели менеджмента Общества для обеспечения высокой операционной и инвестиционной эффективности (см. *слайд 10*);
4. Наличие необходимых бесплатных консультационных и иных услуг в спортивном зале (см. *слайд 11*).





ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Основополагающая Цель Проекта: не стараться быть лучше конкурентов, а быть другими, не превзойти конкурента, а изменить жизнь людей к лучшему, создавая максимально – удовлетворяющие население спортивные услуги. Для этого бизнес-модель предоставления услуги создаётся заново и постоянно пересматривается для учета ошибок уже работающих моделей.

Цели Проекта в горизонте 1 год:

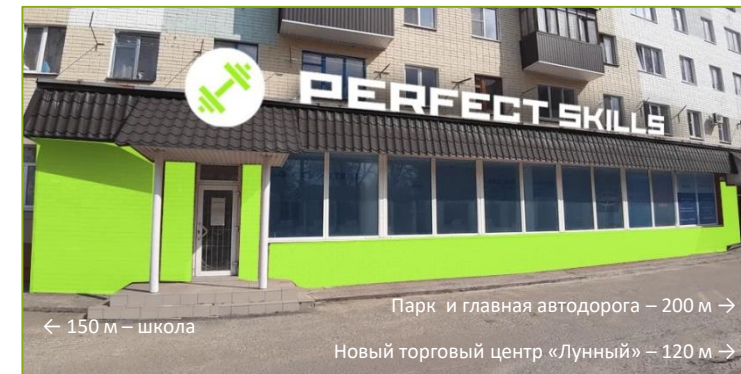
1. Получить инвестиции на 1-й зал по подготовленному плану, реализовать проект (см. раздел 6, слайды 20÷23).
2. Вывести 1-й Проект (спортивный зал) на плановую прибыль и посещаемость. Провесить плановые показатели на 10% к концу года с момента получения инвестиций.
3. «Обкатка» методик и бизнес-процессов (включая маркетинг) на 1-м зале в течение года.
4. Старт формирования высокой репутации бренда (с прим. маркетинга и digital-инструментов).
5. По факту выхода на плановую прибыль 1-го спортивного зала подготовки бизнес-плана на реализацию более крупного 2-го Проекта с помещением в собственность 1100м². Стоимость 2-го Проекта «Спортивный комплекс» около 100 млн. руб. (см. фото подобранного помещения в центре района «Микро» в городе реализации 1-го Проекта).

Цели Проекта в горизонте 3 года:

1. Формировании команды реализации инвест-проектов в регионах (анализ точек входа, реализация проектов).
2. Реализация минимум 5-ти крупных инвестиционных проектов (не считая 1-го и других малых проектов) в регионах РФ со слабой конкуренцией (увеличение доступности и создание инфраструктуры).
3. Формирование корпоративного университета и старт продажи франшиз.
4. По факту получения стабильного дохода от сети спортивных комплексов: работа по популяризации спорта и здорового образа жизни, разработка методик вовлечения населения РФ в спорт (кооперация с властями и партнёрство с конкурентами в этой сфере), поднятие цифры вовлеченности населения в спорт с 2,5% (2016-2017 гг.) до 3,0% (2021-2022 гг.) – т.е. вовлечение в спорт дополнительно 0,7 млн. чел. населения РФ, что принимается достижимым на фоне развитых стран, где этот показатель 15-17% (см. слайд 19).

Цели Проекта в горизонте 5 лет:

1. Реализация минимум 15-ти крупных инвестиционных проекта (по 5 в год).
2. Продажа минимум 25-и франшиз (по 10 франшиз в год).
3. Поднятие вовлеченности населения РФ в спорт с 3,0% (2021-2022 гг.) до 4,0% (2023-2024 гг.), что составляет 1,5 млн. чел. Наличие минимум 1,5 млн подписчиков в инстаграмм-канале Общества.





КОМАНДА ПРОЕКТА

Команда Проекта по состоянию на 02.04.2019*:

Роль в Проекте	Ф.И.О.	Функции
Учредитель, генеральный директор (подробнее обо мне - см. слайд 24)	Иванов Денис Игоревич	• Лидер бизнес-процессов, ответственный за достижение целей Проекта; • Обеспечение надёжной коммуникации участников Проекта; • Контроль за исполнением бюджета и графика Проекта.
Исполнительный директор	Сушкин Константин Аркадьевич	• Методологическое сопровождение Проекта; • Независимая оценка статуса достижения целей Проекта; • Маркетинг и анализ конкурентов.
Бухгалтерия и налоговый учет	Рудакова Ирина Константиновна Генеральный директор ООО «Отчет-Бухгалтерия»	• Ведение бухгалтерского и налогового учёта; • Консультационное сопровождение операционной деятельности Проекта.
Маркетинг и Продвижение Бренда «PERFECT SKILLS»	Гупалов Олег Русланович Директор «Актив» (ИП)	• Формирование линии Бренда (on-line и off-line); • Продвижение Бренда и консультационное сопровождение в области маркетинга.
Консультации по тренажёрной технике	Бойко Иван Александрович	• Консультационное сопровождение в области техники и услуг.

* Дополнительно в реализации Проекта участвуют:

I. Контрагент по поставке тренажёрной техники, также несущий ответственность за её доставку до места реализации Проекта – VivaSport (г. Москва) в лице менеджера Воронова Алексея Николаевича;

II. Контрагент по поиску и подбору персонала – кадровое агентство «ОсколПрофи» (г. Стары Оскол).



ОТЛИЧИТЕЛЬНАЯ ЧЕРТА № 1.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ОРГАНИЗАЦИИ УСЛУГ И ПРОЗРАЧНОСТЬ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Прозрачность ценообразования достигается применением иной концепцией предоставления услуг. Продажа тренерских услуг будет осуществляться при покупке абонеента и входить в его стоимость, что резко снизит степень недоверия клиентов к тренерам.

В настоящий момент, общая тенденция предоставления услуг: отдельно продавать услугу посещения спортивного зала и отдельно продавать тренерские услуги уже по факту посещения зала. Минусы такой концепции в самоорганизации тренеров и отсутствии логичных, четких и понятных всем правил (ощущению «навязывания» тренерских услуг у клиентов):

- Тренера назначают цену индивидуально, эта цена не регулируется и не контролируется, тренеры имеют возможность спекуляции ценами;
- Объёмы услуг оговариваются в не достаточной степени, что приводит к непониманию у клиентов по факту оказания услуг - оказана ли услуга полностью;
- Нет обязанности составлять график посещений, что редко оговаривается по факту покупки услуги, это приводит к совместным посещениям (несколько клиентов на одно время), что зачастую приводит к отказу от работы с тренером и переходу на самообучение;
- Навязыванию услуг индивидуальных тренировок тренерами в зале, отсутствию мотивации у тренеров бесплатно объяснять даже простейшие вещи, что вредит репутации всех залов, работающих по такой концепции, а их абсолютное большинство;
- Увеличению степени свободы тренерского состава, что увеличивает риски потери клиентов при переходе тренеров в другие спортивные залы, на что можно влиять при ведении определённой организационной работы силами другого персонала спортивного зала (ведение графиков посещений, работы с недовольными клиентами и др.), что приведет к увеличению степени комфорта у клиентов и у тренерского состава;
- Отсутствие единой методики тренировок. Что осложняет коммуникацию и обучение новых тренеров.

Во избежание этого тренерский состав «PERFECT SKILLS» будет проходить единые обучения и тренинги по методикам: работы с тренажёрами, диетологии, физиологии и индивидуальных особенностей, учета терапевтических особенностей (заболеваний), узконаправленных обучений и маркетингу (умению подать себя). В последствии будут организованы собственный тренерский обучающий состав и программы по всем направлениям обучения.



ОТЛИЧИТЕЛЬНАЯ ЧЕРТА № 2. ОСОБАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ МОДЕЛЬ С ПРИМЕНЕНИЕМ ФОТОЗОНЫ

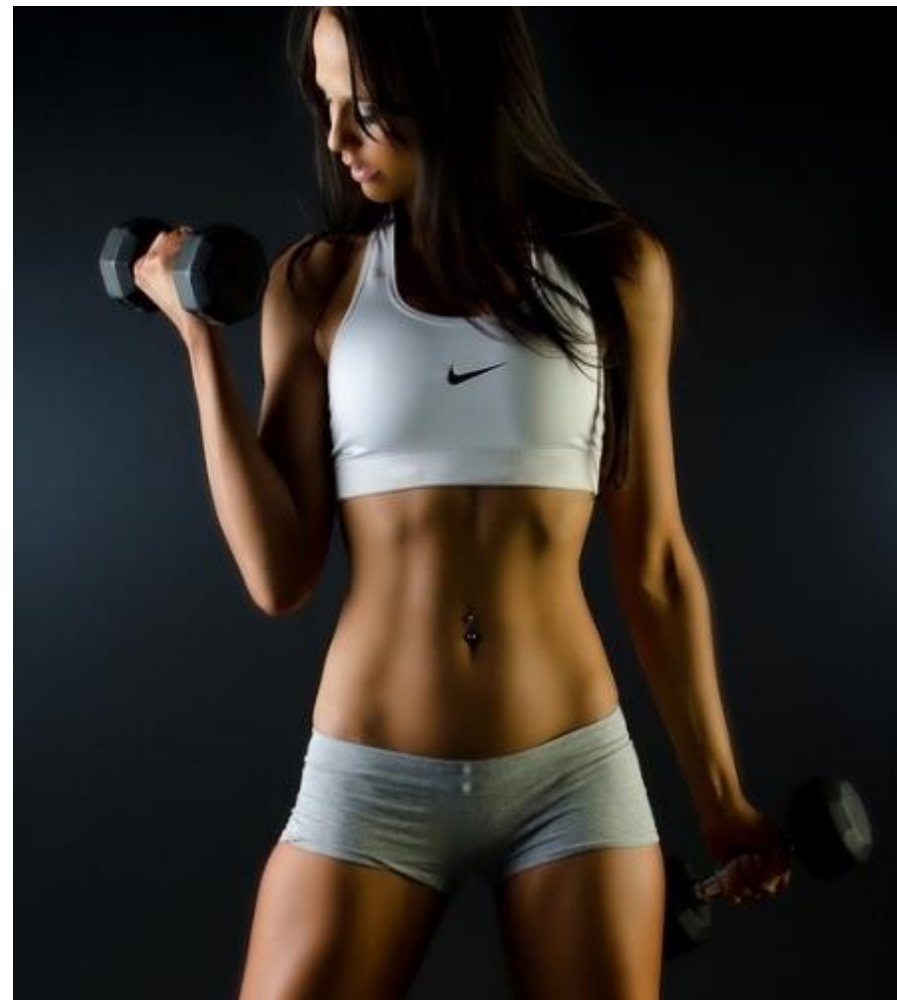
Акцент в формировании и продвижении Бренда сделан на on-line технологиях: Instagram, VKontakte, Контекстная реклама (*особая эффективность которой подтверждена на слайде 13*).

Но также будут применены и off-line технологии. Так, в зале будет организована фотозона где будет интегрировано название спортивного зала, что является новым, особо эффективным трендом в области маркетинга, это позволяет приобрести отличительную от конкурентов черту (выделение). В спортивных залах, даже в особо крупных, для этого применяются зеркала (по мнениям опрошенных клиентов, зачастую, даже в крупных залах нет мест, чтобы сделать качественное «селфи» для социальных сетей, а это является особо-сильным новым социальным трендом).

Применение фотозоны прогнозируемо приведет к рекламе Бренда спортивного зала и повышению его узнаваемости и, как следствие, спроса на услуги, что на сегодняшний день практически не применяется у конкурентов ввиду недооценённости эффекта от такой рекламы. Если судить по аналогам:

- фотозона в SAHAR & VOSK – салона красоты,
- портретные стаканчики с лицами покупателей в кофейне Sokol (СПб),

такие маркетинговые решения приводят к взрывному росту популярности этих брендов, их узнаваемости, и повышенному интересу к ним, что позволяет, на фоне отсутствия таких решений у конкурентов, приобрести определённую отличительную черту в маркетинговых технологиях для Бренда «PERFECT SKILLS» (учитывая тот факт, что решение неизбежно будет перенято конкурентами, рассматривается возможность запатентовать уникальность фотозоны).





ОТЛИЧИТЕЛЬНАЯ ЧЕРТА № 3.

ГИБКАЯ, ВЫСОКОЭФФЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВЫСОКОЙ ОПЕРАЦИОННОЙ И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Предполагается внедрение некоторых основополагающих принципов новой международной технологии по оптимизации персональной и коллективной эффективности – Getting Things Done (GTD):

- ❖ Правило назначения и определения контрольных списков всех проектов.
- ❖ Применение 5-и ступенчатой модели планирования всех сложных проектов:
 - I. Определение цели и принципов;
 - II. Визуализация результата (видения);
 - III. Мозговой штурм (наработки идей по реализации проекта);
 - IV. Осуществление организации (упорядочивание идей, разработка плана реализации проекта);
 - V. Определение следующих действий.
- ❖ Обязательное определение следующих действий по всем задачам и проектам всеми участниками деятельности Общества (в том числе операционной), формирование отчетов о деятельности в формате: контрольный список и следующее действие по каждому его пункту. Отличие в обязанности назначать следующее конкретное действие по каждой задаче, что повышает уровень позитивной энергии, в связи с осознанием выполнимости задачи, и наоборот, не принятие решения – понижает уровень энергии и приводит, в конечном итоге к стрессу.
- ❖ Применение менеджментом Общества модели обзора работы GTD для анализа текущей деятельности (анализ деятельности может производиться как снизу-вверх – исходя из иерархии проектов, так и сверху-вниз – исходя из горизонта выполняемой работы):
 - Горизонт 5: Миссия и принципы;
 - Горизонт 4: Видение;
 - Горизонт 3: Цели;
 - Горизонт 2: Роли, зоны ответственности и внимания;
 - Горизонт 1: Текущие проекты;
 - Основание: Текущие действия.



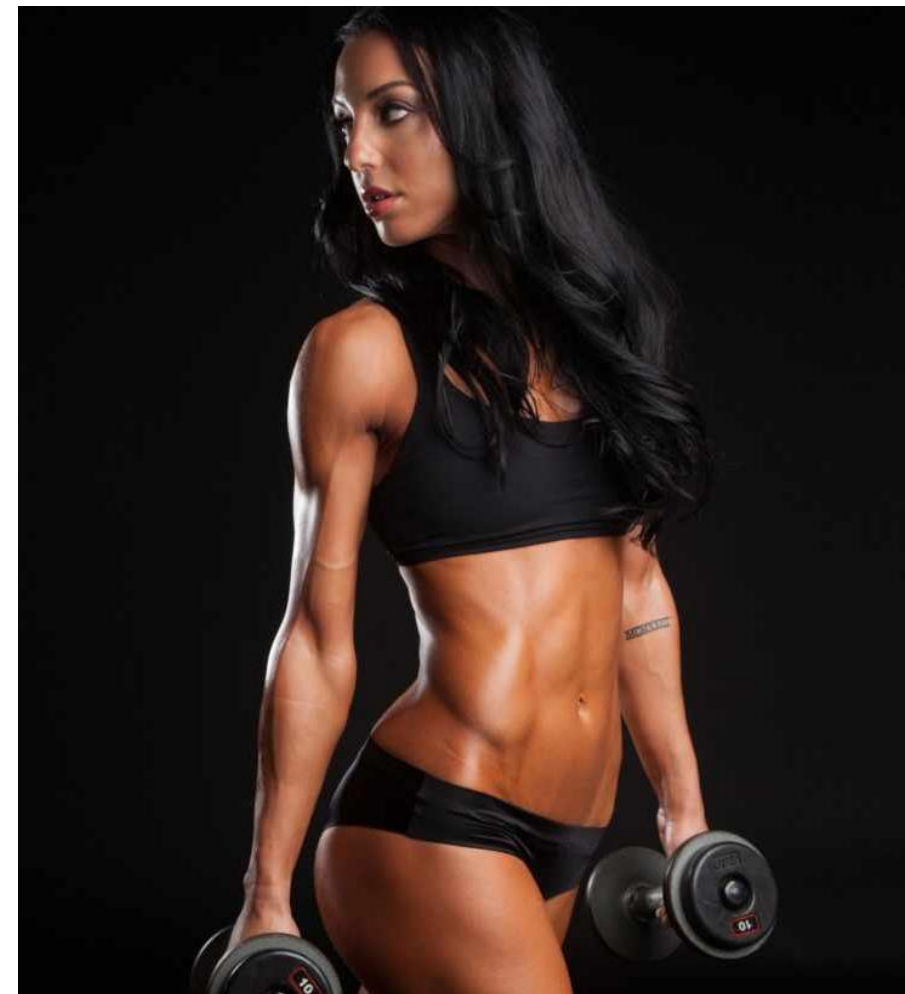


ОТЛИЧИТЕЛЬНАЯ ЧЕРТА № 4.

НАЛИЧИЕ НЕОБХОДИМЫХ БЕСПЛАТНЫХ КОНСУЛЬТАЦИОННЫХ И ИНЫХ УСЛУГ

Наличие минимально-необходимых бесплатных консультационных и иных услуг в спортивных залах «PERFECT SKILLS» будет сильной отличительной чертой, так как на сегодняшний день в большинстве спортивных залов (в том числе г. Старый Оскол) отсутствует даже печатный материал (находящийся в свободном доступе в сети интернет), отсутствуют тренеры от зала, а администраторы не обучены и не помогают при возникновении технических вопросов. Такой подход к организации мест спортивного досуга является сильным отталкивающим фактором для новых посетителей. В спортивных залах «PERFECT SKILLS» будет следующий перечень бесплатных услуг:

- Консультации от тренеров по общему стандарту: базовые тренировочные комплексы для самостоятельного достижения поставленной цели (цели прихода в спортивный зал), базовые программы тренировок по конкретным видам активности, базовые навыки работы с тренажерами, базовые диеты и консультации по порокам (последнее – индивидуальная (не базовая) бесплатная услуга, которая предоставляется бесплатно, в связи с ответственностью за жизнь и здоровье посетителей). Все индивидуальные услуги (с учетом любых других индивидуальных особенностей посетителя), кроме услуги по порокам, оказываются платно;
- Бесплатный доступ к питьевой воде (куллерам) для поддержания водного баланса в организме посетителя и улучшения самочувствия в спортивном зале (не дорогая но серьёзная поддержка);
- Бесплатные бахилы на входе для поддержания чистоты спортивного зала.

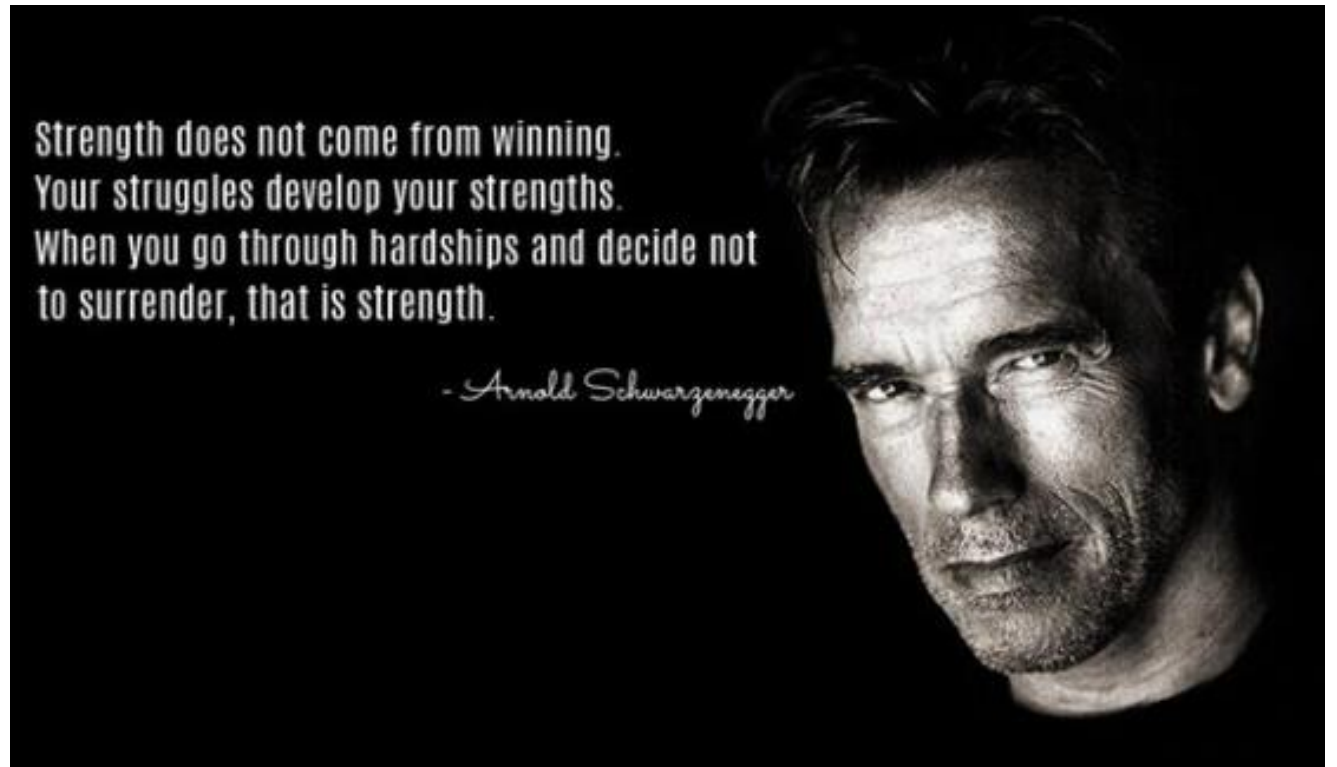




ВИДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОЕКТА

Видение результатов **Проекта** определено теорией «Разбитые окна – разбитый бизнес», что подразумевает **отсутствие мелочей и незначительных вещей в бизнесе (всё имеет равноценно высокое значение)**, применение такой теории предполагает **отсутствие любых недостатков (идеализированный подход к реализации Проекта)**. Это приближает бренд к «Переломному моменту» в его общественном восприятии и приводит к выдающимся результатам работы.

Идеализированный подход достигается за счет следования 7-и основным принципам работы (слайды 13÷15), определённые на первом этапе, в дальнейшем они будут дополнены/улучшены.





КЛЮЧЕВЫЕ ПРИНЦИПЫ ОБЩЕСТВА № 1÷3

1. **Основополагающий принцип:** отношения к клиентам и персоналу – как к членам собственной семьи. И вытекающее условие: делать только те услуги, которые мы сами понимаем и которые потребляем (делать для себя). Это неизбежно повысит качество услуг и даст необходимый импульс в сторону достижения престижности посещения спортивного зала и работы в нём.

2. **Принцип создания развлекательных и увлекающих условий.** Иными словами: создание условий, при которых занятия спортом будут приносить не только пользу, но и удовольствие. Вовлечение персонала Общества в жизнь Общества и стимулирование повышенного интереса к работе (совместные цели у персонала Общества и у менеджмента общества – каскадирование целей).

3. **Управленческий принцип:** корпоративные принципы Общества – продолжение личных принципов менеджмента компании (для менеджмента компании включая все верхние уровни). Таким образом, для выполнения изменений в Обществе менеджменту всегда необходимо будет начинать с себя. Для достижения минимального разрыва между сформулированными принципами (кем мы себя видим) и реальностью (кем мы являемся) подбор команды и персонала Общества осуществляется строго в соответствии со следующими качествами:

- ✓ Порядочность (честность);
- ✓ Открытость;
- ✓ Не конфликтность;
- ✓ Ответственность;
- ✓ Вовлеченность;
- ✓ Профессионализм (при высоком показателе вовлеченности менее значим).





КЛЮЧЕВЫЕ ПРИНЦИПЫ ОБЩЕСТВА № 4÷5

4. Принцип подбора спортивного инвентаря и тренажёров: только высокого качества. Для Проекта подобрано оборудование высокого качества, полностью соответствующее лучшему оборудованию премиального класса, но по более приемлемой цене. Локально, это даёт высочайшее конкурентное преимущество, так как спортивные залы-конкуренты применяют оборудование несколькими классами ниже.

5. Принцип достижения наивысшего качества подбора помещения, его ремонта и ухода за ним. В основе этого принципа:

- ✓ Выбор помещения с максимальной площадью, расположенного в хорошо доступной части города (в 15-и минутной шаговой доступности густонаселенного жилого квартала);
- ✓ Ремонт помещения до идеального состояния исходя из концепции «Разбитые окна – разбитый бизнес» с применением корпоративного дизайна по концепции «eco-design» (трава-камень-дерево);
- ✓ Поддержание идеальной чистоты в помещениях;
- ✓ Поддержание порядка на примыкающих к помещению территориях (благоустройство территории включая стоянки);
- ✓ Выделение достаточных площадей на «неэффективные» площади (ресепшн, раздевалки, уборные, душевые).





КЛЮЧЕВЫЕ ПРИНЦИПЫ ОБЩЕСТВА № 6÷7

6. Маркетинговый принцип: ориентация на лояльных клиентов (приобретение лояльности к Бренду). Маркетинговая стратегия выстроена без применения «раздражающей/назойливой» рекламы, что связано с высокой степенью осознанности клиентов тренажёрных залов. Такая маркетинговая технология подразумевает в первую очередь гибкость и на сегодняшний день включает в себя:

- ✓ На старте работы Общества – применение принципа привлечения первых клиентов по «воронке продаж»: максимум информации о себе для целевой аудитории при минимальном пороге входа. Это будет достигнуто за счет применения административного ресурса (по договоренности с городскими властями – для целевой аудитории – профессиональных спортсменов, проживающих в районе реализации Проекта – будут выпущены бесплатные месячные абонементы, что для новых посетителей зала (не профессиональных спортсменов) будет весомым аргументом для того, чтобы вернуться);
- ✓ Реализация проекта Фотозоны;
- ✓ Продвижение в Instagram;
- ✓ Продвижение в VKontakte;
- ✓ Продвижение через контекстную рекламу Яндекс и Google (см. слайд 17).



7. Принцип доступной, но не заниженной цены. Учитывая все вышеизложенное – предлагается установить цену на среднем региональном уровне (не завышать – что может сделать услугу менее доступной, и не занижать («демпинговать») – что может привести к проблемам у конкурентов, что противоречит цели Проекта). Выбор цены (см. слайд 18) – принимается максимальная цена от конкурентов с качеством услуг на уровень ниже (при условии, что у конкурентом с сопоставимым качеством услуг аналогичная цена или выше).



АНАЛИЗ РЫНКА Г. СТАРЫЙ ОСКОЛ (1/3)

В районе «микро» г. Старый Оскол (Белгородской обл.) расположены 6-ть тренажерных залов с уровнем обслуживания (качеством) – ниже среднего. Другими словами – помещения маленькие, душные (отсутствует вентиляция), душевые зачастую отсутствуют, а туалеты в плохом состоянии, тренажёров либо недостаточно (ввиду малых площадей), либо тренажёры неудовлетворительного качества (старые, поломанные, повсеместно используются «домашние» тренажёры – не подходящие для использования в спортивных залах), при этом, отчужденность работников зала от работы отталкивает от посещения этих спортивных заведений. Средняя проходимость одного зала на «микро» высокая: от 150 до 650 человек в месяц (в основном, зависит от размеров спортивного зала). Время работы спортивных залов «микро» – малое, даже по сравнению с конкурентами в другой части города – «новый город» – Айсберг и Аркада (см. анализ на рисунке ниже).

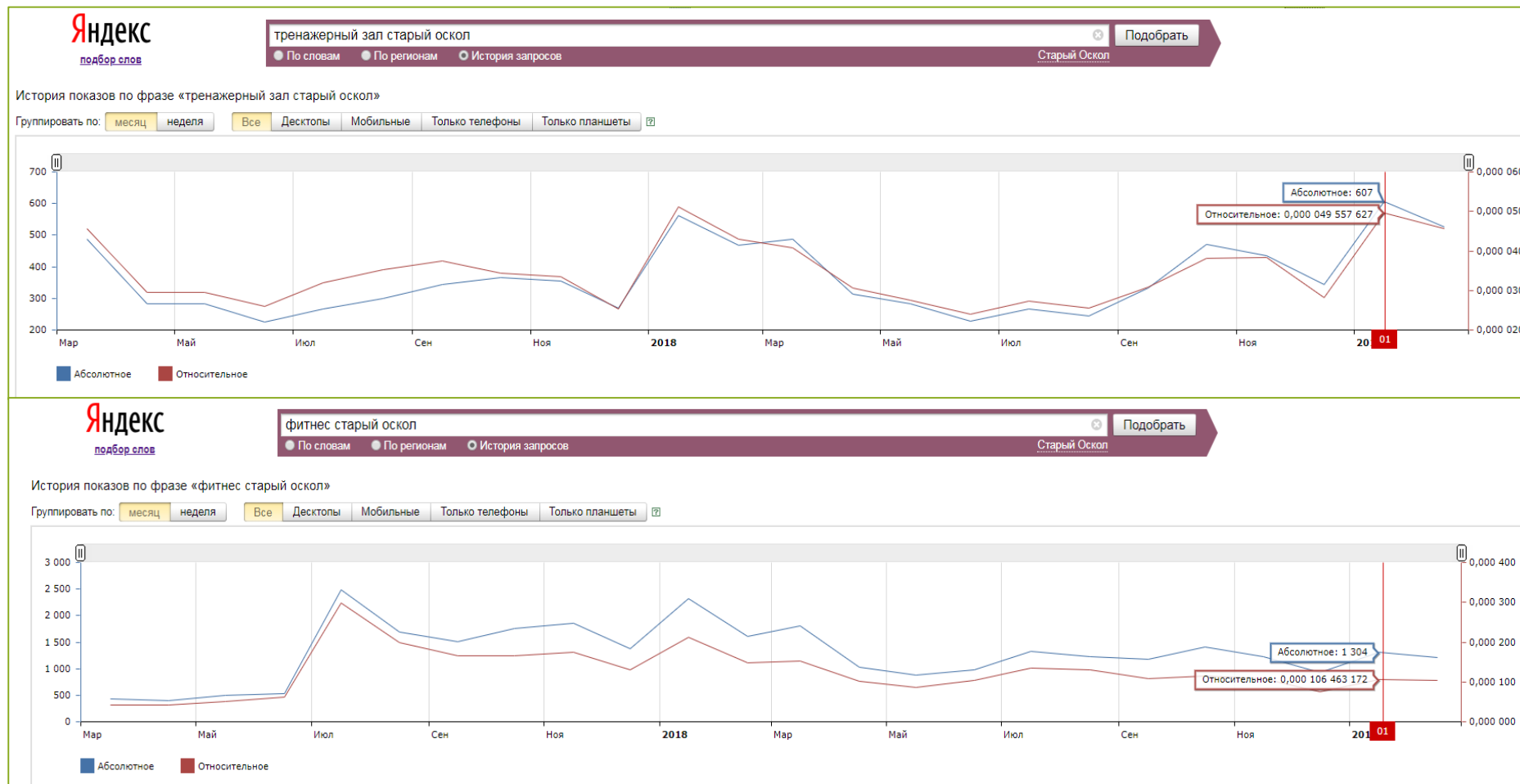
Время работы спортивного зала PERFECT SKILLS – 17 часов в сутки, что позволит принять клиентов с других залов, т.к. не один зал «микро» не работает до 9:00 и после 21:00.

Анализ времени работы спортивных залов г. Старый Оскол																										
Район	Зал/Время суток	1:00	2:00	3:00	4:00	5:00	6:00	7:00	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00	0:00	
Новый город	Айсберг	17 ч/сутки																						17		
	Аркада	16 ч/сутки																					16			
Микро	F-Гум	13 ч/сутки																					13			
	Олимп	12 ч/сутки																				12				
	Варяг	10 ч/сутки																				10				
	Колизей	12 ч/сутки																				12				
	Тонус - АТЭ	11 ч/сутки																				11				
	XL	12 ч/сутки																				12				
	PERFECT SKILLS	17 ч/сутки																						17		

Тренажёрные залы «Айсберг» и «Аркада» расположены в другой части города – «новый город», проходимость залов очень высокая (от 150-и человек в день), и при этом, эти залы переполнены в пиковые часы (17:00-21:00). В обоих залах есть свои преимущества и недостатки, которые не рассматриваются в связи с их отдалённостью от места реализации Проекта (10+ км.).

Таким образом, жители старой части города вынуждены посещать залы «микро» с недостаточным качеством услуг или ездить в тренажерные залы в другой части города (за 10+ км). Стоит отметить, что часть жителей «микро» по этим причинам вообще не посещают тренажёрные залы.

АНАЛИЗ РЫНКА Г. СТАРЫЙ ОСКОЛ (2/3)



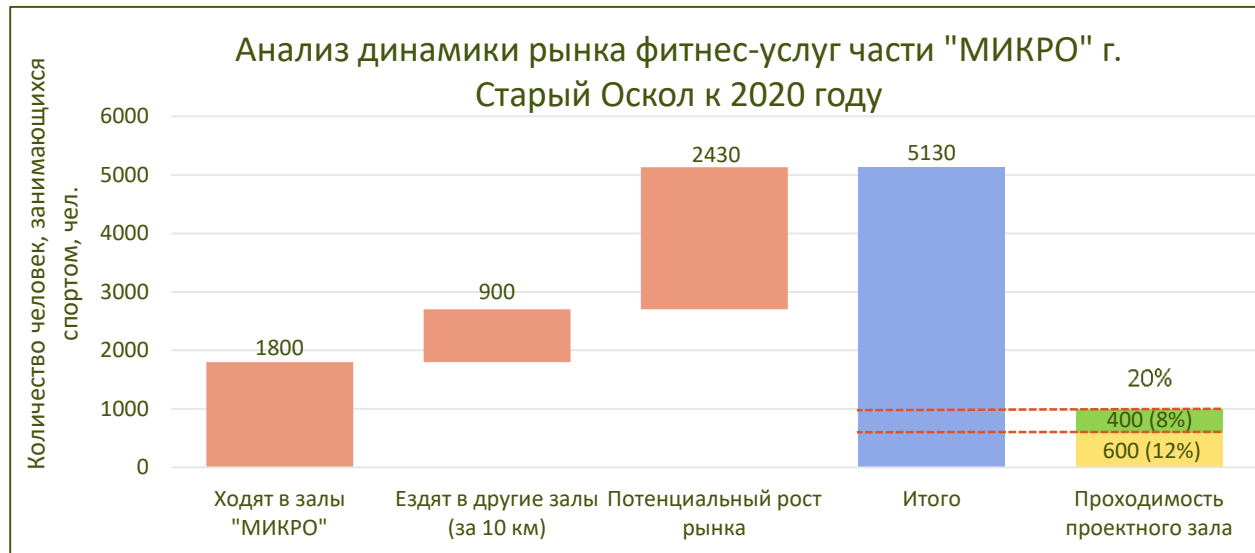
Слева приведена подборка самой популярной части возможных комбинаций запросов Яндекс «Подбор слов»: суммарно в месяц Яндекс принимает от 1500 до 3500 запросов на поиск тренажёрных залов в г. Старый Оскол (это без учета статистики Google, Opera, Mazila и др. браузеров).

Это высокий результат, что позволяет сделать выводы:

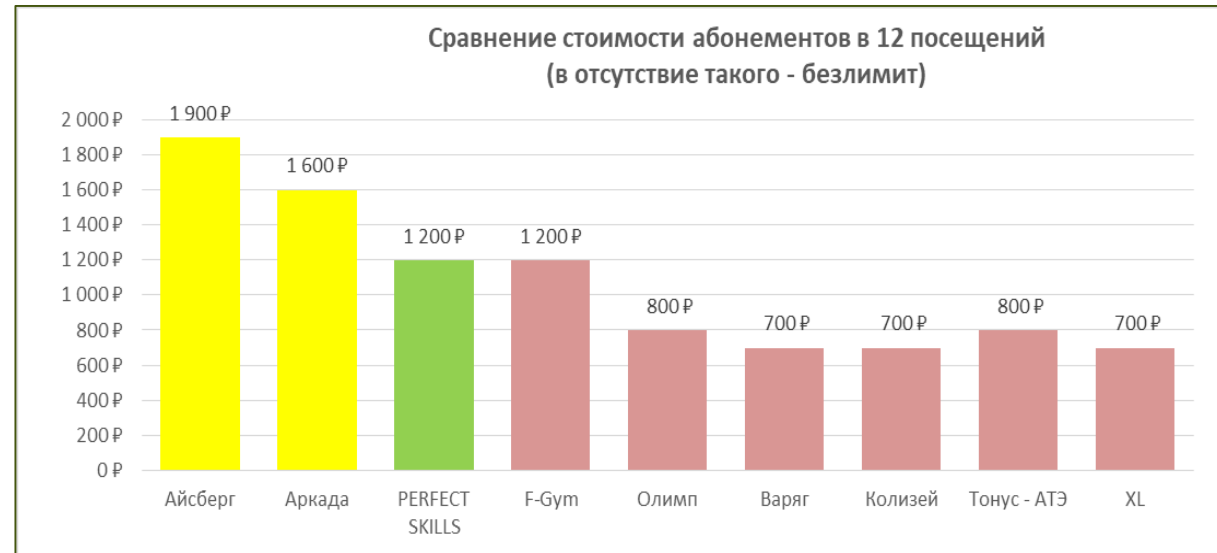
1. О стойком интересе (спросе) в г. Старый Оскол к спортивным услугам;
2. Исходя из того, что для реализации Проекта необходимо всего 400 чел/мес – этот показатель можно принять легко-достижимым.
3. О высокой эффективности применения контекстной рекламы (рекламы по запросам), которую в регионе не использует не один конкурент (ни в Google, ни в Яндекс).



АНАЛИЗ РЫНКА Г. СТАРЫЙ ОСКОЛ (3/3)



Пофакторный анализ рынка района «Микро» г. Старый Оскол, с учетом естественного роста спроса к 2020 году, позволяет сделать вывод, что для выхода на срок окупаемости 1-2 года спорт-залу в этой части города необходимо иметь 20% локального рынка к 2020 году. С учетом того, что рынок продолжит расти прежними темпами (25% в год), а так-же тем, что на сегодняшний день в этой части города рынок далёк от насыщения – цифра в 20% рынка принимается достижимой.



Предполагаемая стоимость абонемента в 12 посещениях – весьма демократична конкурентоспособна – 1200 руб., что намного дешевле, чем в залах «Нового города» с соответствующим качеством услуг, и не превышает стоимости аналогичных абонементов «микро».

При этом не предполагается «демпинговать» (занижать) стоимость абонемента (кроме момента открытия – предполагается привлечение целевой аудитории по средствам 0-го порога входа и распространение через административный ресурс (секции, спорт-клубы и др.)). Учитывая высокую сознательность аудитории спортивных залов – искать лояльных клиентов необходимо при помощи честной конкуренции.



АНАЛИЗ РЫНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

К факторам, способствующим **росту рынка РФ** свыше 200 млрд. руб. можно отнести следующие ^[1-3]:

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

- В 2013-2016 гг. на фоне общего спада Российского рынка услуг в целом, рынок спортивных услуг продолжал расти. Даже кризисные явления не сказались на его росте, так за период 2016-2017 гг. **рынок РФ увеличился в 1,9 раза** по сравнению с объемами 2015 г. Ежегодный прирост до 2014 года составлял **более 25%**, а потенциальная емкость рынка оценивалась в 2 млрд долларов, при том, что рынок очень далек от насыщения. В связи с этим **потенциал для дальнейшего расширения рынка фитнес-индустрии России представляется значительным** ^[1,2].
- Несмотря на финансовый кризис и падение реальных доходов россиян до 2016 года рынок фитнес услуг продолжил расти. При этом его темпы роста, по некоторым оценкам, весьма значительны для российской экономики. Согласно данным РБК Исследования рынков, **в 2015 году рынок фитнес-услуг РФ вырос на 14,1% в денежном выражении и на 3,6% в реальном (натуральном)**. Совокупный объем рынка, включая сопутствующие направления (кроссфит, индивидуальные тренировки) составил по итогам года около **101,5 млрд рублей** ^[1].
- В развитых странах на развитие рынка спортивных услуг выделяется до 2% ВВП, в РФ этот показатель составляет 0,2% ^[1], **что позволяет аргументированно привлекать для реализации спортивных проектов административный ресурс**.
- Территориальная структура рынка фитнес-услуг России, как и многих других сегментов, крайне неоднородна. На Москву и Московскую область приходится 47% всей выручки российского рынка фитнес-индустрии, на Санкт-Петербург и другие города-миллионники – 39%, а на другие регионы – всего 14%. К наиболее перспективным для развития сферы фитнес-индустрии относят города с большой численностью населения. **Рынок городов-миллионников (без Москвы и Санкт-Петербурга) оценивается по итогам 2015 года 28,4 млрд рублей или 28% от совокупного объема. Это говорит о том, что региональный рынок еще далек от насыщения и имеет существенные перспективы развития** ^[1,2].
- Если **в США фитнесом занимается более 17% населения**, то **в России пока только 2,5%**, но в Москве этот показатель составляет уже более **7%**. По разным оценкам, на сегодняшний день в России действуют 3,5-3,7 тысяч фитнес-клубов ^[1,3]. **Эти данные свидетельствуют о неизбежном тренде роста спроса на спортивные услуги в РФ**.
- Характерной особенностью для Московского региона является значительная степень консолидации рынка – значительная его часть поделена между несколькими крупными игроками. В регионах ситуация пока что отличается – рынок диверсифицирован, присутствует большое количество небольших игроков, в том числе региональных. Однако, при **дальнейшем развитии рынка в регионах следует ожидать развития столичного сценария с консолидацией рынка и его разделом между несколькими крупными сетевыми игроками**.

Динамика объемов рынка фитнес-услуг, в России в ценах 2015 года, млрд руб., % (данные РБК Исследования рынков, ИПЦ – Росстат) ^[1]



[1] <https://www.openbusiness.ru/biz/business/obzor-rynka-fitness-uslug/>

[2] <https://marketing.rbc.ru/research/37091/>

[3] <https://uldelo.ru/2018/02/19/b-rynok-fitnessa-b-br-vremya-millennialov>



ПОДБОР МЕСТА РАСПОЛОЖЕНИЯ ТРЕНАЖЕРНОГО ЗАЛА

После длительных поисков помещения (более 3-х месяцев) и ряда встреч (в том числе с администрацией города) был найден оптимальный вариант по цене, расположению и площадям.

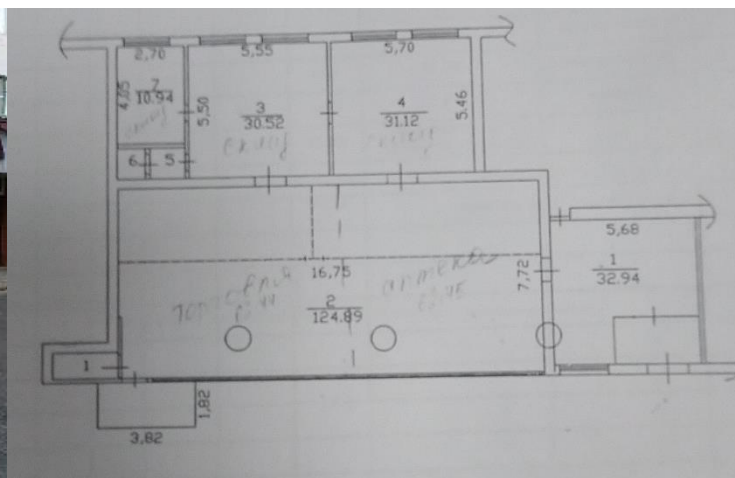
Плюсы помещения:

- ✓ Большая полезная площадь (под зал) – 124 м² и достаточное место под раздевалки и душевые/туалеты (чем не могут похвастаться конкуренты);
- ✓ Большие окна, что позволит расположить кардио-зону перед окнами (посетитель будут бежать не «в стену», а в свободное пространство);
- ✓ Высокие потолки (3 м), что увеличивает свободное пространство и комфорт при занятиях спортом;
- ✓ Расположен в высоко-проходимой части спального района «микро» – рядом (в 100 м) крупный торговый центр;
- ✓ Оптимальная арендная плата (предварительно: 48 тыс. руб. / мес., что гораздо выгоднее аналогов).

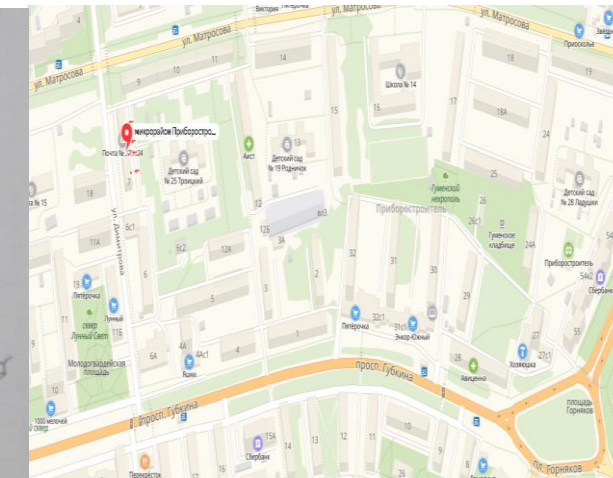
Вид фасада



Генплан



На карте





«СВЁРНУТАЯ» ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ПРОЕКТА

Сумма, необходимая для реализации Проекта:

- Капитальные затраты 4 961,3 ₽;
- Операционные затраты 1 240,3 ₽ (на 4 месяца);

ИТОГО: 6 079,4 ₽ - 6 млн. руб.

Денежный поток 3 409,5 ₽ в год (без учета сарех - кап-затрат).

Чистый срок окупаемости (с момента выхода на Проектную мощность): 1,5 лет.

С учетом времени на открытие (~2мес.) и времени выхода на Проектную мощность (~4мес.): **полный срок окупаемости: 2,0 года.**

Экономическая модель Проекта*						
№ статьи	Статья затрат	№ договора	Описание статьи	Кол-во, шт.	Стоимость, тыс. руб.	Примечания
1	2	3	4	5	6	7
Расходная часть					8 315,6 ₽	
			Капитальные затраты		4 961,3 ₽	
1	УСО		Подготовка помещения		1 436,5 ₽	Просчитан самый затратный вариант
2	ТМЦ		Закупка оборудования и мебели в зал		2 877,6 ₽	Расчет оборудования на 35 - 40 мест
3	Прочее		Непредвиденные (15%)		647,1 ₽	
			Операционные затраты		3 354,3 ₽	
1			Аренда	12	600,0 ₽	
2			Оплата труда	12	1 284,0 ₽	
3			Оплата коммунальных услуг		372,0 ₽	
4			Амортизация	12	473,1 ₽	
5			Налоги		505,2 ₽	
6			Другое (печатная продукция и т.д.)	12	120,0 ₽	
Доходная часть					6 763,8 ₽	
1			Продажа абонементов		6 583,8 ₽	Проходимость зала ~400 человек/месяц
2			Получение процента от занятий	5	180,0 ₽	
Прибыль EBITDA, тыс. руб. в год					4 387,8 ₽	
Чистая операционная прибыль (до вычета капитальных затрат), тыс. руб. в год					3 409,5 ₽	
Полный годовой баланс Проекта					-1 551,7 ₽	
Срок окупаемости Проекта, лет					1,5	Окупаемость, без учета дисконта от инфляции и WACC
NPV (чистая приведённая стоимость), тыс. руб.					3 517,7	36 мес. (на конец 2021 года)
IRR (внутренняя норма доходности, WACC-10%), %					47,2	36 мес. (на конец 2021 года)

*Полная, развернутая экономическая модель с формулами и связями высылается по запросу инвестора.



Ид.	Название задачи	Длительность	Начало	Окончание	Полугодие 2, 2018							Полугодие 1, 2019					Полугодие 2, 2019				Полугодие 1, 2020			
					И	А	С	О	Н	Д	Я	Ф	М	А	М	И	И	А	С	О	Н	Д	Я	Ф
1	Проект по организации тренажерного зала	284 дней	Чт 30.08.18	Пн 30.09.19																				
2	I. Привлечение инвестиций	137 дней	Сб 01.12.18	Пн 10.06.19																				
3	Разработка бизнес-плана	77 дней	Сб 01.12.18	Пн 18.03.19																				
4	Поиск инвестора, получение инвестиций	3 месяцев	Вт 19.03.19	Пн 10.06.19																				
5	II. Учреждение и отладка работы юр.лица	85,88 дней	Пн 24.12.18	Пн 22.04.19																				
6	Учреждение юр.лица ООО "Перфект Скиллс"	0,99 месяцев	Пн 14.01.19	Пт 08.02.19																				
7	Организационные процедуры юр.лица (расчетный счет, договора, бухгалтерское сопровождение, персонал, налоги и др.)	4,29 месяцев	Пн 24.12.18	Пн 22.04.19																				
8	III. Разработка Бренда (цвет. схема, дизайн и пр.)	171 дней	Пн 10.12.18	Пн 05.08.19																				
9	Найм Брендингового агентства	1,24 месяцев	Пн 10.12.18	Пт 11.01.19																				
10	Разработка логотипа	2,99 месяцев	Пн 14.01.19	Пт 05.04.19																				
11	Разработка дизайн-макета	1,24 месяцев	Пт 05.04.19	Пт 10.05.19																				
12	Лендинг, Instagram+VK	2 месяцев	Вт 11.06.19	Пн 05.08.19																				
13	IV. Поиск подходящего помещения	234 дней	Чт 30.08.18	Пн 22.07.19																				
14	Выбор помещения с привлечением административного ресурса	80 дней	Чт 30.08.18	Вт 18.12.18																				
15	Предварительное прохождение торгов (в связи с предварительными планами по привлечению инвестиций)	57 дней	Ср 19.12.18	Чт 07.03.19																				
16	Прохождение торгов	1,5 месяцев	Вт 11.06.19	Пн 22.07.19																				
17	Подписание договора аренды	0 дней	Пн 22.07.19	Пн 22.07.19																				
18	V. Выбор и поставка тренажерной техники	239 дней	Чт 01.11.18	Пн 30.09.19																				
19	Рассылка запросов на ТКП, обработка ТКП	2,64 месяцев	Чт 01.11.18	Пт 11.01.19																				
20	Выбор тренажерного ряда (работа с техническими специалистами)	1 месяц	Пт 11.01.19	Пт 08.02.19																				
21	Переговоры по выбору поставщика по подобранному перечню тренажерной техники	1 месяц	Пт 08.02.19	Пт 08.03.19																				
22	Согласование контракта, перечня поставки и др.	5 дней	Пт 08.03.19	Пт 15.03.19																				
23	Подписание договора с поставщиком	0 дней	Пн 10.06.19	Пн 10.06.19																				
24	Поставка тренажеров	2 месяцев	Вт 11.06.19	Пн 05.08.19																				
25	Разгрузка, сборка и расстановка тренажерной техники	10 дней	Вт 17.09.19	Пн 30.09.19																				
26	VI. Найм персонала (администраторы-тренера)	166 дней	Пн 14.01.19	Пн 02.09.19																				
27	Найм исполнительного директора	5 нед	Пн 14.01.																					



АНАЛИЗ РИСКОВ ПРОЕКТА

Риски Проекта с малой вероятностью и малым влиянием:

1. Нечестная конкуренция (попытки конкурентов мешать ведению бизнеса).
2. Форс-мажоры (и криминальная составляющая).
3. Отсутствие подходящего помещения.

Риски Проекта с малой вероятностью и средним влиянием:

4. Недостаток финансирования (ошибка планирования).
5. Отклонения от графика реализации Проекта.

Оценка рисков
(максимальной степени непредвиденных затрат)

Вероятность, %		Влияние, млн.руб.		
		<1	1-3	>3
		75%	50%	25%
	75%			
	50%			
	25%	1,2,3	4,5	
		<1	1-3	>3
		Влияние, млн.руб.		
		ВСЕГО МАХ, млн.руб.: 1,8		

Выводы:

1. В Проекте минимальные выявленные риски (с минимальными вероятностями наступления), чего нет у большинства аналогичных проектов.
2. Максимальный ущерб Проекту – 1,8 млн. руб. при заложенных в бюджет Проекта непредвиденных затратах – 650 тыс. руб. (см. слайд 22), это позволяет полностью исключить негативный эффект от любых реализованных рисков Проекта.



ОБ АВТОРЕ ПРОЕКТА



Лидер Проекта (в т. ч. идейный лидер), единственный учредитель Общества: Иванов Денис Игоревич, 01 мая 1990 г. рождения (28 лет).

Личностные качества: честность, порядочность, гибкость, ответственность, открытость, высокая вовлеченность.

Образование:

- Университет НИТУ МИСиС в 2012 году по специальности черная металлургия, инженер;
- Победитель областного конкурса У.М.Н.И.К. на научный грант в г. Белгород в 2010 году, также выиграл продление гранта в 2012 году (доп. финансирование).
- Аспирантура до 2015, плановый срок защиты к.т.н. – август 2019 года (*имеются патенты*);
- Прошёл большое количество дополнительных образовательных курсов (*английский язык, soft skills – лидерство, работа в команде, коммуникации, постановка задачи, мотивация, делегирование; подготовка по работе с программными комплексами, курсы повышения квалификации и др.*).
- Постоянное самообразование в области персональной эффективности и компетенций отладки бизнес-процессов (*из последнего, книги: «Getting Things Done», «Переломный момент», «Разбитые окна - разбитый бизнес», «Алхимик»; видео-каналы о бизнесе YouTube*).

Опыт работы: основные навыки руководства и операционной эффективности получил работая в команде реализации (Рабочей группе) крупных инвестиционных проектов НЛМК (ОАО «Стойленский ГОК») в роли аналитика Проектов в период с 12.2015 и до сих-пор. *Основные обязанности: методическая и оформительская поддержка менеджера Проекта; регулярный мониторинг и анализ хода реализации Проекта, контроль исполнения графика и бюджета Проекта; оперативное информирование о возможных отклонениях; организация составления отчетов по Проекту для руководства НЛМК.*

Спорт: бокс, тяжелая и легкая атлетики, плавание.

Контакты:

Тел.: +7(929)000-98-13; +7(910)361-17-47;

E-mail: perfect_skills@list.ru; axel-crusader@mail.ru.