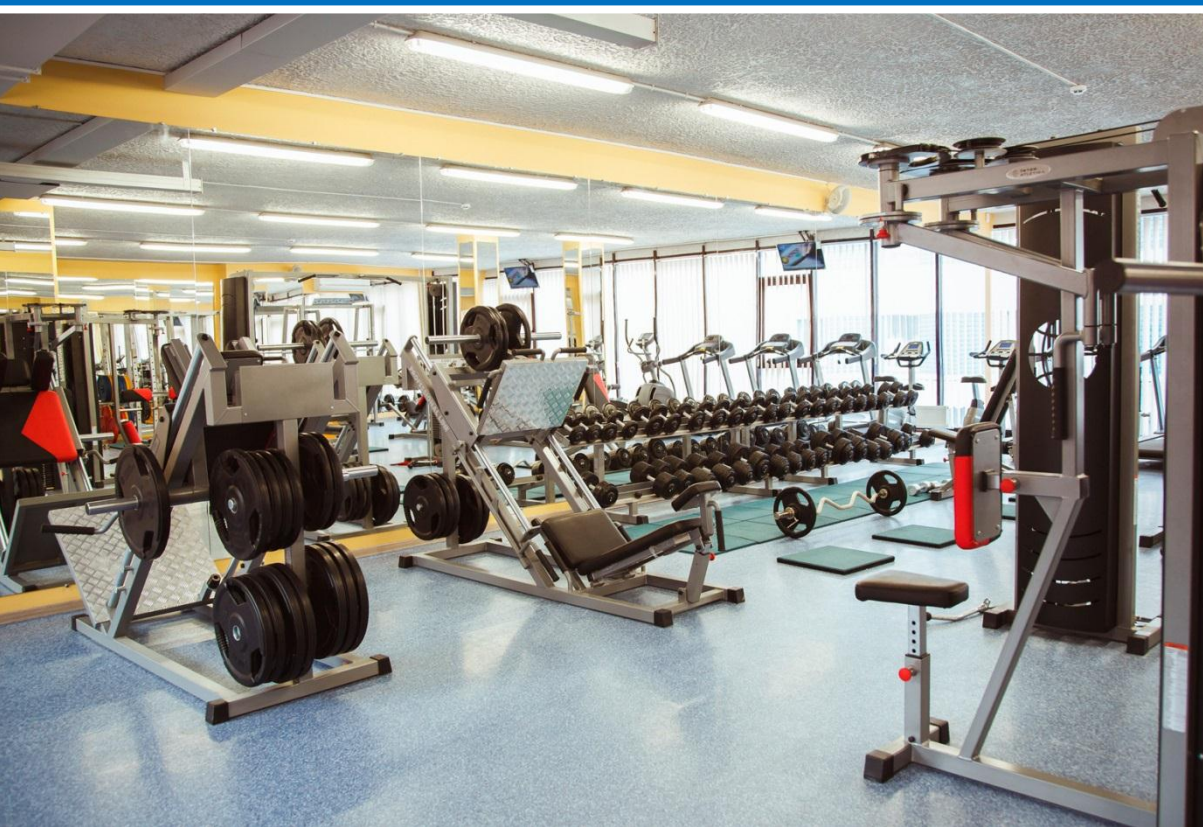


# БИЗНЕС-ПЛАН



# Спортзал



2014 г.

## Описание бизнес-плана спортзала

*Адаптация данного бизнес-плана возможна для любого региона России и стран СНГ.*

**Идея.** Фитнес-клуб, который совместит на своей территории все необходимое для сохранения и поддержания красоты и здоровья: профессиональный подход, использование новых методик, насыщенный комплекс спортивно-оздоровительных услуг и высококачественное оборудование. Фитнес-клуб будет находиться по адресу: г. \*\*\*, ул. \*\*\*, 132, в отдельно стоящем здании (общей площадью помещения – \*\*0 кв. м., высота потолков – 5-7 м). Планировка помещения смешанная. Коммуникации: водоснабжение, канализация, электричество, газ.

**Рынок.** Объем российского рынка фитнес-услуг увеличился на \*\*%, составил 1 млрд. \$ и достиг докризисного уровня. В ближайшие годы рынок будет развиваться за счет сетевых игроков и посредством проникновения фитнеса в регионы. В \*\*\*и на сегодняшний день насчитывается 17 тренажерных залов, объем продаж абонементов в которых составляет от 100 до 500 штук в месяц.

**Конкурентные преимущества.** Планируется открытие самого большого фитнес-клуба в \*\*\*и, общая площадь которого составит \*\*\* кв. м. Оборудование в клубе будет представлено тренажерами Hammer Strength – это бренд №1 в мире среди силовых тренажеров. В фитнес-клубе с посетителями будут работать профессиональные тренеры. Кроме того, для посетителей клуба доступны уникальная детская площадка, сауны, спортивное питание и широкий ассортимент спортивных товаров.

### Финансовые показатели проекта.

<b>Выручка</b>	тыс. руб.	215 578
<b>Валовая прибыль</b>	тыс. руб.	***
<b>Необходимые инвестиции</b>	тыс. руб.	***
<b>Чистая прибыль</b>	тыс. руб.	***
<b>NPV</b>	тыс. руб.	***
<b>IRR месячная</b>	%	***
<b>IRR годовая</b>	%	***
<b>Период окупаемости</b>	мес.	48
<b>Дисконтированный период окупаемости</b>	мес.	***

## Выдержки из исследования

По данным исследования посетители фитнес-центров предпочитают посещать тренажерный зал – такой ответ дали почти \*\*\*% респондентов, аэробика или шейпинг востребована в \*\*\* % посетителей, сауна или баня – \*\*\* % посетителей фитнес-клубов, на массаж в фитнес-клубы предпочитают ходить 41% посетителей. Эксперты отмечают, что меньшим спросом пользуются услуги солярия и косметологические услуги. Также потребители реже пользуются вело- и кардиотренажерами. Это может объясняться слабо развитым предложением данных видов услуг в фитнес-клубах.

Современный рынок фитнес-услуг достаточно привлекателен для потенциальных инвесторов в первую очередь с позиции динамики доминантных показателей:

- потенциальная емкость российского рынка фитнес-услуг составляет порядка \*\*\* млрд. \$, этого показателя рынок может достичь через 5-6 лет;
- услугами фитнес-клубов пользуется только \*\*\*% населения в Москве и менее \*\*\* % в регионах, в то время как в Лондоне этот показатель – 20%, в Барселоне – 35%, а в Берлине – почти 60%;
- российский рынок услуг фитнеса находится в стадии становления и его величина все еще составляет менее \*\*\* % от общемирового рынка, годовой оборот российской фитнес-индустрии в 20 раз меньше, чем в США.
- ежегодный темп роста рынка ожидается не ниже \*\*\*% и падения не ожидается, прежде всего – в регионах;
- среднеотраслевая рентабельность рынка фитнес-услуг составляет порядка \*\*\* %.

Для привлечения новых клиентов клуба будут применены следующие маркетинговые ходы:

- Партнерские программы: скидка на абонемент в размере 15% для посетителей кафе и ресторанов, которые являются партнерами фитнес-клуба (при выполнении определенных условий кафе и ресторанов).

- Розыгрыши абонементов, подарочных кружек, футболок, блокнотов и пр.
- Для постоянных клиентов будут выпускаться дисконтные карты, по которым клиенты смогут приобретать спортивное питание, вещи, абонемент на следующий месяц в фитнес-клуб со скидками.

## Содержание бизнес-плана спортзала

Меморандум конфиденциальности .....	2
Перечень таблиц, графиков, рисунков .....	5
Резюме .....	7
Раздел 1. Описание проекта .....	8
1.1. Концепция фитнес-клуба .....	8
1.2. Спектр услуг .....	9
Раздел 2. Информация об инициаторах проекта .....	10
Раздел 3. Анализ рынка фитнес-клубов .....	11
3.1. Объем российского рынка фитнес-услуг .....	11
3.2. Основные показатели социально-экономического развития ***ской области за январь-сентябрь 2013 г. ....	15
3.3. Население ***и .....	21
3.4. Фитнес-клубы ***и .....	23
Раздел 4. Стратегия маркетинга .....	25
4.1. Дизайн интерьера фитнес-клуба .....	25
4.2. Ценообразование .....	30
4.3. Маркетинговая стратегия .....	31
4.3.1. Создание веб-сайта .....	31
4.3.2. Поисковая оптимизация .....	31
4.3.3. Контекстная реклама .....	34
4.3.4. Продвижение фитнес-клуба в социальных сетях .....	35
4.3.5. Реклама на листовках .....	36
4.3.6. Наружная реклама .....	36
4.3.7. Реклама в журналах .....	37
4.3.8. Реклама на радио .....	41
4.3.9. Реклама в лифтах .....	42
4.3.10. Бюджет рекламы .....	43
4.4. Маркетинговые ходы .....	44
Раздел 5. Операционный план .....	45
5.1. Расположение фитнес-клуба .....	45
5.2. Необходимое оборудование для фитнес-клуба .....	46
5.3. Детская игровая площадка .....	70
5.4. Сауна .....	71
5.5. Персонал .....	72
Раздел 6. Финансовый план .....	75
6.1. План реализации .....	75
6.2. Объемы реализации .....	77
6.3. Цена реализации .....	79
6.4. Доходы от продаж .....	79
6.5. Переменные затраты .....	82
6.6. Постоянные затраты .....	83
6.7. Капитальные затраты .....	85

6.8. Налоги .....	86
6.9. Отчет о прибылях и убытках .....	87
6.10. Отчет о движении денежных средств .....	92
6.11. Финансовые показатели .....	98
Раздел 7. Анализ чувствительности .....	100
7.1. Изменение цены реализации .....	100
7.2. Изменение переменных затрат .....	102
7.3. Изменение постоянных затрат .....	104
7.4. Изменение капитальных затрат .....	106
7.5. Общие выводы .....	109

## Перечень приложений бизнес-плана спортзала

Рисунок 3.1. Структура российского рынка фитнес-услуг .....	12
Рисунок 3.2. Наиболее востребованные услуги фитнес-клубов .....	14
Таблица 3.1. Основные показатели социально-экономического развития ***ской области за январь-сентябрь 2013 г.....	17
Рисунок 3.3. Динамика численности населения ***и .....	23
Таблица 4.1. Ценообразование в фитнес-клубе .....	32
Рисунок 4.1. Распределение основных социальных медиа по критерию ежемесячного посещения в РФ .....	37
Таблица 4.2. Журналы, в которых будет размещена реклама фитнес-клуба .....	39
Таблица 4.3. Бюджет рекламы на радио .....	42
Таблица 4.4. Бюджет рекламы .....	44
Таблица 4.5. Дисконтные карты для постоянных клиентов клуба .....	45
Рисунок 5.1. Расположение фитнес-клуба на карте .....	46
Таблица 5.1. Тренажеры .....	47
Таблица 5.2. Блины .....	62
Таблица 5.3. Гантели .....	64
Таблица 5.4. Кардио .....	65
Таблица 5.5. Штанги .....	67
Таблица 5.6. Ручки .....	69
Таблица 5.7. Итоговая стоимость .....	70
Рисунок 5.1. Игровая площадка.....	71
Таблица 5.8. Общие технические характеристики ИК-кабины .....	72
Рисунок 5.2. Инфракрасная сауна .....	73
Таблица 5.9. Персонал .....	74
Таблица 6.1. План реализации .....	75
Таблица 6.2. Объемы реализации .....	77
Таблица 6.3. Цена реализации .....	79
Таблица 6.4. Доходы от продаж .....	79
Таблица 6.5. Переменные затраты .....	82
Таблица 6.6. Постоянные затраты .....	83
Таблица 6.7. Капитальные затраты .....	85
Таблица 6.8. Налоги .....	86
Таблица 6.9. Отчет о прибылях и убытках .....	87
График 6.1. Динамика изменения основных финансовых показателей	91
График 6.2. Динамика изменения размера чистой прибыли .....	92
Таблица 6.10. Отчет о движении денежных средств .....	93
График 6.3. Сравнение динамики денежного потока и аккумуляированного денежного потока .....	97
График 6.4. Сравнение динамики дисконтированного денежного потока и аккумуляированного дисконтированного денежного потока...	97
Таблица 7.1. Изменение цены реализации .....	100

График 7.1. Чистая приведенная стоимость – NPV (изменение цены реализации) .....	101
График 7.2. Период окупаемости (изменение цены реализации) .....	101
График 7.3. Внутренняя норма рентабельности – IRR годовая (изменение цены реализации) .....	102
Таблица 7.2. Изменение переменных затрат .....	102
График 7.4. Чистая приведенная стоимость – NPV (изменение переменных затрат) .....	103
График 7.5. Период окупаемости (изменение переменных затрат) .....	103
График 7.6. Внутренняя норма рентабельности – IRR годовая (изменение переменных затрат) .....	104
Таблица 7.3. Изменение постоянных затрат .....	104
График 7.7. Чистая приведенная стоимость – NPV (изменение постоянных затрат) .....	105
График 7.8. Период окупаемости (изменение постоянных затрат).....	105
График 7.9. Внутренняя норма рентабельности – IRR годовая (изменение постоянных затрат) .....	106
Таблица 7.4. Изменение капитальных затрат .....	106
График 7.10. Чистая приведенная стоимость – NPV (изменение капитальных затрат) .....	107
График 7.11. Период окупаемости (изменение капитальных затрат)	107
График 7.12. Внутренняя норма рентабельности – IRR годовая (изменение капитальных затрат) .....	108



*Благодарим Вас за оказанное доверие*

*и напоминаем, что:*

*✓ при покупке бизнес-плана компании  
«VTSConsulting» вы гарантированно получаете  
консультацию специалистов, которые работали  
над конкретным бизнес-планом*

*✓ в течение одного-двух часов наша команда будет  
готова отвечать на все вопросы, касающиеся  
структуры и содержания бизнес-плана.*

*С уважением,  
команда VTSConsulting*

## VTSConsulting – лидер СНГ на рынке бизнес-планирования

Компания «VTSConsulting» была основана в мае 2010 года командой профессионалов во главе с Владиславом Цыгодой.

Владислав Цыгода – бизнес-консультант, признанный лидер в сфере бизнес-планирования на территории СНГ (по версии портала free-lance.ru), сегодня – руководитель рейтинговой консалтинговой компании.

Разработка бизнес-планов, ТЭО, инвестиционных меморандумов, финансовых моделей и бизнес-презентаций – основные направления работы команды, в составе которой работают высококвалифицированные аналитики.

Опыт команды в сфере разработки инвестиционной документации – свыше 6 лет, и сегодня «VTSConsulting» – единственная компания в Украине, которая является партнером проекта «РБК. Исследование рынков».

### Команда VTSConsulting и принципы работы:

- ✓ уникальный подход к решению поставленных задач;
- ✓ безупречная репутация и высокая степень доверия клиентов;
- ✓ высокий профессионализм вне зависимости от сферы исследования;
- ✓ практический опыт работы, в том числе – в реализации сложных узкоспециализированных проектов.

**Мы высоко ценим сотрудничество с каждым нашим клиентом.  
И мы гордимся своими клиентами!**

ООО "Землегодие-Инвест", ОАО "Воткинский завод", НПП "Стэлс", Государственное предприятие УкрНИИ НП	компания "Петровизард", Порт Темрюк, ООО "Спецбудпроект", группа компаний "SEMPROGROUP" ООО "Максимус Констракшн", "Росмолодежь", ООО "Сисиф Сервис", ООО "Завод ТИТАН", ООО "Проджект К"	ООО "Портал Логистик", НПК "Наука", Институт проблем материаловедения им. И.Н. Францевича НАН Украины, НТУУ "КПИ", Научный парк "Киевская политехника", Верховная Рада Украины
---	---	--

– далеко не полный список тех,  
кто остался доволен сотрудничеством с "VTSConsulting".

Компания "VTSConsulting" – это команда профессионалов, знания и опыт которых позволят Вам сэкономить деньги, нервы и время: подготовка инвестиционных документов займет от 4 до 10 дней.

Нас рекомендуют своим друзьям и деловым партнерам, потому что мы работаем на результат и полное удовлетворение потребностей Клиента. Таким образом, заказывая бизнес-план, информационный или инвестиционный меморандум у нас, Вы не тратитесь.

**Вы инвестируете.**

*С уважением,  
Владислав Цыгода,*

*Генеральный директор "VTSConsulting"*