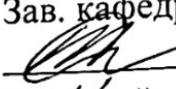


Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический
Кафедра экономической безопасности и экспертизы
Направление подготовки 38.03.06 – Торговое дело
Направленность (профиль) образовательной программы Коммерция

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
 Е.С. Рычкова
« 22 » 06 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Экономическое обоснование создания организации по оказанию
услуг спортивного образования в г.Благовещенске

Исполнитель

студент группы 475-об

 22.06.18

П.И. Люлин

Руководитель

доцент, к.э.н.

 22.06.18

Е.С. Рычкова

Нормоконтроль

ассистент

 22.06.2018

Н.Б. Калинина

Благовещенск 2018

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический

Кафедра экономической безопасности и экспертизы

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

« 22 » 06 2018 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной бакалаврской работе (проекту) студента

Люлина Павла Игоревича

1. Тема выпускной бакалаврской работы

Экономическое обоснование создания организации по оказанию услуг спортивного образования в г. Благовещенске

(утверждено приказом от 23.04.2018 №914-УЧ)

2. Срок сдачи студентом законченной работы(проекта) 22.06.2018

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе Учебные пособия, статьи, электронные ресурсы

4. Содержание выпускной бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопросов

1 Теоретические аспекты организации бизнеса в сфере услуг

2 Анализ рынка услуг спортивного образования в городе Благовещенске

3 Экономическое обоснование открытия спортивной школы «Время спорта» в городе Благовещенске

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.)

3 рисунка, 14 таблиц, 54 источника

6. Консультанты по выпускной бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов) _____

7. Дата выдачи задания 19.04.2018

Руководитель выпускной бакалаврской работы (проекта)

Рычкова Евгения Сергеевна, доцент, канд. эконом. наук

(Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата) 19.04.2018

_____ (подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 60 с., 3 рисунка, 14 таблиц, 54 источника.

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ, СПОРТИВНЫЕ УСЛУГИ, АНАЛИЗ РЫНКА, АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ, SWOT АНАЛИЗ

Актуальность темы исследования. Планирование предпринимательской деятельности необходимо для достижения финансового успеха, для долговременной и эффективной работы фирмы или предприятия. Современный предприниматель должен уметь определять перспективы развития своего предприятия, обосновывать целесообразность получения банковских кредитов и привлечения инвестиций, а также быть готовым к структурным изменениям внутри производства.

Цель работы - оценить экономическую эффективность открытия школы единоборств «Время спорта» в городе Благовещенске.

Для достижения поставленной цели, формулируются следующие задачи:

- рассмотреть аспекты организации бизнеса в сфере услуг;
- провести анализ рынка услуг спортивного образования в городе Благовещенске;
- провести экономическое обоснование открытия школы единоборств «Время спорта» в городе Благовещенске.

Предмет исследования данной работы является система бизнес планирования.

Объектом исследования является экономическую эффективность открытия школы единоборств «Время спорта» в городе Благовещенске.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические аспекты организации бизнеса в сфере услуг	8
1.1 Сущность и значение бизнес-плана	8
1.2 Содержание бизнес-плана	13
1.3 Экономическое обоснование эффективности создания организации	19
2 Анализ рынка услуг спортивного образования в городе Благовещенске	22
2.1 Анализ внешней среды организации по оказанию спортивных услуг в городе Благовещенске	22
2.2 Оценка потребности в открытии организации по оказанию спортивных услуг в городе Благовещенске	25
2.3 Основные направления развития бизнеса в сфере спортивных услуг в городе Благовещенске	30
3 Экономическое обоснование открытия спортивной школы «Время спорта» в городе Благовещенске	33
3.1 Мероприятия по созданию спортивной школы «Время спорта» в городе Благовещенске	33
3.2 Планирование ресурсов необходимых для создания спортивной школы «Время спорта» в городе Благовещенске	40
3.3 Прогноз экономической эффективности открытия спортивной школы «Время спорта» в городе Благовещенске	47
Заключение	52
Библиографический список	56

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Перед началом любой деятельности необходимо провести бизнес-планирование. Бизнес-планирование деятельности направлено на достижения финансового успеха, способствует долговременной и эффективной работы организации, позволяет избежать непредвиденных расходов. Чтобы не обанкротиться бизнесмену следует определять перспективы развития своей организации, а также уметь обосновать перед инвесторами и банками целесообразность получения банковских кредитов и привлечения инвестиций.

В случае если планируется открытие крупного бизнес проекта, требующего больших временных и финансовых затрат, в результате которых возможно получение большой прибыли, необходимо для успешной реализации этого проекта.

В рыночной экономической деятельности планирование стало неотъемлемой частью деятельности всех организаций. Можно планировать не только всю предпринимательская деятельность в целом, но и отдельные операции. Если планирование затрагивает несколько взаимосвязанных операций необходимо провести их совокупное бизнес-планирование.

Бизнес-план – это, по сути, программа осуществления функционирования организации, содержащая сведения не только о самой фирме, но и о ее товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, конкурентах, потребителях.

В бизнес-плане определяются цели предприятия, происходит их обоснование, намечаются способы достижения желаемого результата, необходимые для достижения этого результата средства и конечные финансовые результаты работы. Чаще всего бизнес-план разрабатывается на три – пять лет, с разбивкой по годам. Данные по первому году делают более подробные с разбивкой по месяцам и по кварталам, а на последующие годы – в целом за год.

При составлении бизнес-планов уже действующих предприятий

используется плавающий график, при котором ежегодно разрабатывается детальный план на будущий год, а затем его уточняют и продлевают на необходимое количество лет.

Основное назначение любого бизнес-плана – показать насколько прибыльна будущая идея. Бизнес-план должен не только дать реальную оценку возможностей и рисков, но и определить необходимо ли для бизнеса привлечение дополнительных инвестиций, получение кредитов. С помощью бизнес-планирования определяется успешность управления и пути развития предприятия с целью достижения поставленной цели Бизнес-план – это программа действий или план осуществления предпринимательских операций.

Руководство предприятия использует бизнес-план для информирования акционеров, для принятия решение о распределении прибыли между акционерами.

Иногда бизнес-план используют в целях организации совместной деятельности с другими фирмами, изготавливающими аналогичную или взаимодополняющую продукцию, для осуществления совместных проектов.

Однако, несмотря на разнообразие вариантов использования бизнес-плана чаще всего его используют в процессе поиска и привлечения инвесторов (акционеров, спонсоров, кредиторов).

Фирмы, с целью расширить свое производство или организовать новое направление бизнеса, составляют бизнес-план с указанием преимуществ и эффективности нового продукта. Инвесторам обычно предлагается краткое содержание бизнес-плана, которое называется резюме проекта, подготовить которое можно на основании всех разделов бизнес-плана.

Цель работы - оценить экономическую эффективность открытия школы единоборств «Время спорта» в городе Благовещенске.

Для достижения поставленной цели, формулируются следующие задачи:

- рассмотреть аспекты организации бизнеса в сфере услуг;
- провести анализ рынка услуг спортивного образования в городе Благовещенске;

– провести экономическое обоснование открытия школы единоборств «Время спорта» в городе Благовещенске.

Предмет исследования данной работы является система бизнес планирования.

Объектом исследования является экономическую эффективность открытия школы единоборств «Время спорта» в городе Благовещенске.

Информационной базой исследования выступают законодательные и нормативные акты, научные работы по менеджменту, бизнес-планированию и анализу, а также исследования, проведенные автором.

В работе использовались такие общенаучные методы исследования, как метод анализа и синтеза; метод сравнения, дающий возможность сопоставить изучаемые процессы, их субъекты, объекты, способы и механизмы взаимодействия; исторический подход к объектам изучения (рассмотрение в процессе возникновения и развития); анализ документов, правовых актов, статистических данных.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕСА В СФЕРЕ УСЛУГ

1.1 Сущность и значение бизнес-плана

В настоящее время существует несколько определений бизнес планирования. Все эти определения не противоречат, а только дополняют друг друга.

Бизнес-план представляет собой документ, в котором кратко, точно, доступное и понятно дано описание планируемого бизнеса, он является важнейшим инструментом, позволяющим предусмотреть большое количество различных ситуаций, а также позволяет выбрать наиболее прибыльный желаемый результат и позволяет определить необходимое количество средства для его достижения. Бизнес-план является неотъемлемым элементом стратегического планирования, который дает возможность руководить бизнесом, поэтому его можно представить, как неотъемлемую часть документа для исполнения и контроля. Необходимо рассматривать бизнес-план не только как [процесс](#) планирования, но и как инструмент для внутрифирменного управления.

Все перемены на экономическом рынке, а также перемены, происходящие внутри фирмы необходимо также отражать в бизнес-плане. Для этого в нем необходимо своевременно вносить необходимые изменения, обновления, зависящие от перемен.

Бизнес-план – это, по сути, программа осуществления функционирования организации, содержащая сведения не только о самой фирме, но и о ее товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, конкурентах, потребителях.

В бизнес-плане определяются цели предприятия, происходит их обоснование, намечаются способы достижения желаемого результата, необходимые для достижения этого результата средства и конечные финансовые результаты работы. Чаще всего бизнес-план разрабатывается на три – пять лет, с разбивкой по годам. Данные по первому году делают более подробные с

разбивкой по месяцам и по кварталам, а на последующие годы – в целом за год.

При составлении бизнес-планов уже действующих предприятий используется плавающий график, при котором ежегодно разрабатывается детальный план на будущий год, а затем его уточняют и продлевают на необходимое количество лет.

Основное назначение любого бизнес-плана – показать насколько прибыльна будущая идея. Бизнес-план должен не только дать реальную оценку возможностей и рисков, но и определить необходимо ли для бизнеса привлечение дополнительных инвестиций, получение кредитов. С помощью бизнес-планирования определяется успешность управления и пути развития предприятия с целью достижения поставленной цели.

Бизнес-план составляет все фирмы, независимо от их размеров, маленьким фирмам для составления бизнес-плана проще привлечь квалифицированных специалистов из консалтинговых организаций. Составляя бизнес-план необходимо изучить концепцию развития фирмы, ее финансовый и экономические цели, ее технические и материальные возможности. Без бизнес-плана предпринимателю сложно сделать обоснование целесообразности принятия бизнес-решений, сложно правильно рассчитать объемы продаж, прибыли и доходов, определить расходы фирмы, точку безубыточности и период окупаемости.

Бизнес-план создается для разных групп пользователей – внутренних (руководитель, учредители и персонал фирмы) и внешних (потенциальные инвесторы, кредиторы, партнеры).

Бизнес-план составляется, преследуя три основные цели:

- дать ответ на вопрос инвестору, стоит ли вкладывать средства в данный бизнес-проект;

- является источником информации для реализаторов проекта;

- позволяет банку принять решения о выдаче кредита.

Основные задачи, решить которые позволяет бизнес-планирование:

- сформулировать четкие цели предприятия, определить конкретные

количественные показатели сроки их реализации;

- определяет основные направления развития фирмы;
- определяет основные целевые рынки и место фирмы на рынке;
- позволяет сформулировать краткосрочные и долгосрочные цели фирмы, определяет стратегию и тактику достижения этих целей, определяет конкретные количественные показатели их реализации и сроки их достижения;
- назначает ответственных лиц за выполнение стратегии и тактики деятельности фирмы;
- оценивает производственные и иные издержки по их созданию и реализации;
- оценивает наличие и соответствие имеющихся кадров фирмы, предъявляемым требованиям для достижения поставленных целей;
- составляет маркетинговый план фирмы с целью анализа рынка, определения направлений рекламной политики, ценообразования и др.;
- позволяет создать систему контроля над этапами реализации проекта.

Существуют следующие виды бизнес-планов:

- инвестиционный бизнес-план – составляется для потенциального инвестора, включает в себя результаты маркетингового исследования, обоснование стратегии захвата доли;
- бизнес-план развития компании или фирмы – составляется с целью определения направлений развития организации на предстоящий или плановый период;
- бизнес-план для отдельного структурного подразделения предприятия;
- бизнес-план для кредиторов, с целью получения кредита в банке или для участия в тендере.

Основные требования, предъявляемые к бизнес-плану:

- должен быть написан простым и понятным всем языком с использованием кратких и четких формулировок;
- объем бизнес – плана не должен превышать 20-30 печатных страниц;
- должен быть полным и подробным, включая всю информацию по

проекту, представляющую интерес для инвестора;

- быть реальным и обоснованным;
- должен иметь стратегию достижения поставленных целей;
- должен содержать производственное, маркетинговое, организационное, финансовое обоснование;
- должен быть нацелен на перспективу, предполагает возможность разработки на его основе дальнейших планов с сохранением преемственности развития;
- должен быть гибким, позволять вносить корректировки и изменения в разработанный проект;
- содержать контрольную информацию, позволять контролировать графики работ, контрольные сроки и показатели.

Бизнес- план может иметь различную структуру и содержание, которая будет изменяться в зависимости от цели составления бизнес-плана и области применения (производственные, сервисные, торговые и др. компании). Существуют несколько групп стандартов по составлению бизнес-плана.

Самыми распространенными среди них являются стандарты:

- Европейского Союза в рамках программы по содействию ускорению процесса экономических реформ в содружестве независимых государствах (TACIS);
- Организацией Объединённых Наций по промышленному развитию (UNIDO);
- Федерального фондом поддержки малого предпринимательства (ФФПМП);
- Международной сети фирм, предоставляющих аудиторские, налоговые и консультационные услуги КМРГ;
- Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР);
- Министерства финансов РФ.

Основной задачей написания бизнес-плана является определение потребности и сбор ресурсов для реализации проекта.

Однако не менее важной задачей написания бизнес-плана стоит считать привлечение инвесторов, партнеров, кредиторов, для которых большое значение имеет эффективность, тщательной проработки проекта, реальность и объективность данных. Инвесторы до того, как вложить свои деньги в проект, изучают бизнес-план, а только затем принимают решение о финансировании.

Составление бизнес-плана может заниматься консалтинговая компания, собственник бизнеса, менеджер, или группой лиц одновременно. Любой сотрудник фирмы может предложить свою идею для бизнес-плана фирмы или создать свой бизнес-план, если него возникнет идея изготовления нового продукта, либо нового метода управления производством.

Такие фирмы, которые занимаются разработкой новых видов продукции, разрабатывают бизнес-планы на постоянной основе. Если у фирмы не хватает собственных финансов для реализации своих идей фирма может показать бизнес-план инвесторам и кредиторам, если они сочтут его привлекательным, то вложатся в его реализацию.

Руководство предприятия использует бизнес-план для информирования акционеров, для принятия решения о распределении прибыли между акционерами.

Иногда бизнес-план используют в целях организации совместной деятельности с другими фирмами, изготавливающими аналогичную или взаимодополняющую продукцию, для осуществления совместных проектов.

Однако, несмотря на разнообразие вариантов использования бизнес-плана чаще всего его используют в процессе поиска и привлечения инвесторов (акционеров, спонсоров, кредиторов).

Фирмы, с целью расширить свое производство или организовать новое направление бизнеса, составляют бизнес-план с указанием преимуществ и эффективности нового продукта. Инвесторам обычно предлагается краткое содержание бизнес-плана, которое называется резюме проекта, подготовить которое можно на основании всех разделов бизнес-плана.

Сначала разрабатывается весь план, и определяются основные ресурсы и

мероприятия по его выполнению. Потом выделяются основные важные моменты, которые включают в краткое содержание, которое после предоставляется инвесторам и кредиторам. По данным этого краткого содержания кредиторы могут сделать выводы об прибыльности проекта.

С целью получения необходимого результата в процессе бизнес-планирования необходимо проработать, обосновать и определить главные цели, задачи и основные результаты проекта.

При наличии определенного опыта и знаний в ведение предпринимательской деятельности, собственник может сформировать представление о состоянии рынка, его потребностях, спросе на товары и услуги, о конкуренции на рынке, а также о возможных доходах и прибыли после реализации продукции.

При написании бизнес-плана следует выбирать ту продукцию или услугу, которая является основной для данного предприятия. После выбора основного продукта определяется то количество продукции, которое предприятие имеет производственную возможность произвести и реализовать, и проводится анализ ожидаемой прибыли, полученной после реализации этой продукции.

После анализа данных показателей, можно сделать вывод о целесообразности вложения бизнеса. После самостоятельного проведенного анализа бизнесмену следует обсудить свои замыслы с другими бизнесменами, и лучше со специалистами и экспертами в области предпринимательской деятельности и только после этого принимать решение.

1.2 Содержание бизнес-плана

После появления идеи и желания ее реализовать следующим этапом является написание бизнес-плана. Бизнес-план будет включать в себя разделы, которые будут призваны обосновать необходимость, надежность и прибыльность задуманной идеи.

Не существует строго определенной структуры составления и содержания бизнес-плана, как и нет строгой заданной формы оформления и составления бизнес-плана, однако в каждом бизнес-плане присутствуют основные разделы.

Рассмотрим их. Несмотря на необязательность придерживаться строго данной структуры бизнес-план может состоять из следующих разделов:

- краткое содержание (резюме проекта);
- анализ положения дел в отрасли;
- описание работ, услуг;
- анализ рынка;
- маркетинговый план;
- организационно-производственный план;
- источники финансового обеспечения;
- финансовый план;
- оценка экономической эффективности проекта;
- анализ рисков.

Далее перейдем к рассмотрению подробнее содержания перечисленных разделов бизнес-плана.

Краткое содержание

Раздел «Краткое содержание» или резюме проекта представляет собой аннотацию бизнес-плана. Этот раздел создаётся с целью привлечь внимание тех, кто знакомится с содержанием проекта (инвесторов, кредиторов), чтобы они заинтересовались проектом. Если краткая характеристика заинтересует инвесторов он продолжит изучение бизнес-плана.

Именно резюме, стоит уделить как можно больше внимания, оно должно быть написано лаконично и предельно ясно, его должно быть легко, читать, и оно нацелено на то, чтобы дать инвестору ответы на всего возникающие вопросы.

В резюме проекта не применяется много специальной терминологии. Здесь приводятся основные цифры, которые показывают преимущества проекта всем инвесторам. Резюме бизнес-плана составляется в последнюю очередь, так как включает в себя информацию из всех остальных разделов бизнес-плана

Следующий раздел это анализ положения дел в отрасли.

Этот раздел включает в себя характеристику текущее состояние отрасли,

рассматривает направления и тенденции ее развития. Здесь рассматривается специфика и размеры предприятия, изучается производственный и научный потенциал предприятия, каналы распространения продукции, доля рынка и прочее. Здесь также проводится анализ основных конкурентов, выявляются их сильные и слабые позиции на рынке. На основе полученных данных составляется прогноз развития отрасли, проводится анализ потребителя товаров или услуг компании. При написании раздела часто проводят анкетирование и опросы, заказывают маркетинговое исследование рынка.

Следующий раздел это существо предлагаемого проекта.

Основная цель написания этого раздела — дать описание продукции, работ или услуг, которые будут предложены потребителю. Здесь делается акцент должен быть сделан на уникальность, которые отличает предлагаемую продукцию или услуги от продукции и услуг конкурентов, а также проводится анализ товарной политики компании, т.е. планах дальнейшего развития товара (услуг).

Вся информация в данном разделе излагается простым и понятным языком. Никакая специальная терминология здесь не используется. Здесь используются доводы в пользу новой продукции (услуг) отражающие возможности ее совершенствования, экономические, социальные, экологические и прочие выгоды, которые получает потребитель.

В этом разделе также прописываются права собственности на продукцию. Оформляются патенты, регистрируются авторские права, товарные и фирменные знаки, заключаются регулирующие права владения контракты, которые создают барьеры вторжению конкурирующих фирм на рынок.

Следующий раздел это анализ рынка.

Анализ рынка формируют в одни из первых, так как именно рыночная конъюнктура предопределяет целесообразность осуществления проекта. Основное назначение этого раздела заключается в определение основных характеристик потенциальных рынков сбыта новой продукции, а также способов продвижения новой продукции до конечного потребителя и пути

достижения требуемых объемов сбыта.

С целью убедить инвестора в существовании спроса на продукцию или услуги, выявляется тот сегмент рынка, который будет для компании главным, и определяется его емкость. Также выбор сегмента рынка зависит от остроты конкурентной борьбы.

Следующий раздел это план маркетинга.

В этом разделе отражаются меры, обеспечивающие успешный сбыт продукции. Также здесь следующие аспекты:

- формулировка целей и выбором способов проникновения на рынок;
- формулируется ценовая политика и делается анализ ожидаемых объемов продаж продукции;
- планируется, каналы сбыта и распространения продукции;
- обосновываются методы продвижения продукции на рынке, планируется рекламная компания.

Ценовая политика предприятия зависит от множества разнообразных факторов, в число которых входят: конкурентоспособность продукции, структура рынка, этапы жизненного цикла товаров, общие цели компании, а также оценивается уровень влияния на цены поставщиков ресурсов, потребителей продукции, участников сети распространения продукции, конкурентов, государства и другие рыночные сегментов.

Часто, когда компания только входит на рынок, устанавливаются намерено низкие цены, позволяющие быстро привлечь множество покупателей и захватить значительную долю рынка. Но если вы продаете научные исследования и опытно-конструкторскую разработку продукции, которая отличается высоким качеством и новизной, то цена устанавливается таким образом, чтобы получить максимальную прибыль.

При выборе той или иной ценовой политики необходимо руководствоваться получаемой компанией прибылью. Система сбыта должна основываться на анализе функционирования сложившейся сбытовой сети, оценке привлечения традиционных каналов распространения продукции или

путейсоздания новых.

Кроме того, следует привести план рекламной кампании и стимуляции сбыта путем предоставления скидок с цены при последующей покупке новых версий и модификаций товара, гарантийного и послепродажного обслуживания клиентов и т.п.

Следующий раздел это производственный план.

В данном разделе бизнес-плана описывают технологию производства, оценивают потребность в материально-технических ресурсах, делают оценку месторасположения предприятия с точки зрения его близости к рынкам сбыта. В данном разделе приводят список необходимого оборудования, оценивают потребность предприятия в производственных мощностях, планируемом уровне загрузке оборудования, профессионально-квалификационной структуре рабочего персонала, а также данных о работах, которые будут выполнять субподрядчики.

В данном разделе отражается структура и уровень производственных издержек, определяются постоянные и переменные затраты, определяется производственный цикл предприятия.

Следующий раздел бизнес-плана — это организационный план.

В этом разделе содержится описание организационной структуры управления предприятия, приводятся сведения об организационно-правовом статусе предприятия, форме собственности и потребности в трудовых ресурсах.

В данном разделе излагаются условия, функционирования предприятия, приводится состав учредителей общества, дается характеристика акционерного общества, состав и количество акций, их стоимость.

В этом разделе отражается состав и правовой статус участников общества, права собственности и объем ответственности каждого из них. В данном разделе содержится информация о руководящем составе предприятия, в том числе их адреса и краткие биографические справки.

Большее внимание уделяется распределению прав, обязанностей и ответственности. Предполагается, что в идеале квалификация и навыки

работников высшего звена должны дополнять друг друга, охватывая все функции управления (маркетинг, финансовый менеджмент, управление кадрами, координация производства). Однако это не обязательное условия, возможно привлечение сторонних специалистов.

Спортивная школа будет носить статус Общества с ограниченной ответственностью, в силу того, что ответственность учредителей по обязательствам в данной форме собственности ограничена рамками уставного капитала. Помимо этого, текущий документооборот и отчетность в данном случае проще, чем в АО, и не требует таких колоссальных затрат и усилий.

Как уже ранее говорилось, предприятие будет носить организационно-правовой статус Общество с Ограниченной Ответственностью (ООО). Именно такой вид правовой формы будет самым оптимальным для нашей организации, так как он имеет следующий вид преимуществ:

- может быть основан при малом капитале;
- риск каждого из компаньонов ограничен основным вкладом;
- компаньоны имеют широкие права по управлению, что исключит различные ошибки, так как все решения по основным вопросам, связанные с управлением производством, будут приниматься общим собранием компаньонов;
- гарантирует непрерывность управлением предприятием;
- затраты на учреждение и управление ниже чем в других обществах.

Следующий раздел, который мы рассмотрим это анализ рисков.

В разделе «Анализ рисков» рассчитывают вероятности наступления неблагоприятных событий при реализации проекта, анализируют причины их возникновения и разрабатывают меры по предотвращению или снижению ущерба.

Риски привязывают к конкретным фазам реализации проекта (пред инвестиционной, инвестиционной, эксплуатационной), раскрывают их природу и происхождение опасностей (действия конкурентов, собственные промахи и просчеты, изменение налогового законодательства и т.д.). Если у предприятия

отсутствию, риски и угрозы все равно рекомендуется их перечислить и обосновать их отсутствие.

В данном разделе приводится перечень конкретных мероприятий, направленных на снижения потенциальных рисков, в том числе таких: создание резерва покрытия непредвиденных расходов, перераспределение риска между участниками проекта, страхование рисков. В бизнес-план рекомендуется включение пессимистического сценария, рисующего наихудший вариант развития событий, и плана выхода из кризиса, позволяющего инвестору сформулировать мнение о степени рискованности вложений в данный проект.

Следующий раздел это финансовый план.

Это один из ключевых разделов бизнес плана, назначение раздела заключается в экономическом обоснование эффективности и целесообразности реализации проекта. Финансовый план составляют на срок три-пять лет.

Финансовый план включает в себя: отчет о прибыли; отчет о движении денежных средств; баланс; анализ рентабельности, срока окупаемости проекта.

Таким образом, нами рассмотрены основные разделы бизнес-плана, раскрыта сущность каждого из них, описаны основные моменты содержания разделов бизнес плана и очередность их составления, а также даны рекомендации по их формированию.

1.3 Экономическое обоснование эффективности создания организации

Экономическое обоснование эффективности создания организации– это система оценки, позволяющая организации определить пути и вероятность достижения стратегических и тактических целей. Использование данной системы дает оценить финансовое состояние и помогает в оценке реализации стратегии.

Показателями эффективности бизнес – проекта являются:

- прибыль;
- рентабельность;
- точка безубыточности;
- запас финансовой прочности;

- срок окупаемости — PBP;
- принятая ставка дисконтирования –D;
- дисконтированный срок окупаемости- DPBP;
- чистая приведенная стоимость- NPV;
- внутренняя норма доходности- IRR;
- срок возврата заемных средств- RP;
- коэффициент покрытия ссудной задолженности (возврат заемных средств).

Прибыль является важнейшим показателем эффективности деятельности организации.

Рентабельность также характеризует эффективность работы предприятия.

Рентабельность позволяет оценить доходность, прибыльность предприятия.

Рентабельность позволяет оценить результаты производственного процесса предприятия.

Существует ряд основных показателей рентабельности:

- Рентабельность продукции и продаж;
- Рентабельность вложений предприятия;
- Рентабельность активов;
- Рентабельность производства;
- Общая рентабельность;

Рентабельность находится в зависимости от ряда факторов, связанных:

- с повышением эффективности оборотных средств;
- снижением себестоимости;
- повышением рентабельности продукции и услуг.

Именно рентабельность и прибыль те показатели, которые отражают эффективность деятельности предприятия, эффективность использования предприятием своих ресурсов, доходность различных направлений деятельности (производственной, предпринимательской, инвестиционной и т.д.).

Значение уровня рентабельности позволяет оценить долгосрочное благополучие предприятия, его способность получать достаточную прибыль на вложенные средства.

Рентабельность является более надежным индикатором, чем показатели финансовой устойчивости и ликвидности именно в долгосрочных проектах, где их эффективность определяется на основании соотношения отдельных статей баланса. Именно показатели рентабельности рассматривают в первую очередь инвесторы и кредиторы.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что бизнес-планирование — это процесс, который должен стать неотъемлемым этапом, предшествующим началу любого бизнеса, показатели рентабельности, являются основными показателями, которые характеризуют финансовые результаты и эффективность деятельности предприятия. На основании проведенного экономического анализа эффективности вложений инвестор делает вывод о целесообразности открытия того или иного вида бизнеса.

2 АНАЛИЗ РЫНКА УСЛУГ СПОРТИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ГОРОДЕ БЛАГОВЕЩЕНСКЕ

2.1 Анализ внешней среды организации по оказанию спортивных услуг в городе Благовещенске

На сегодняшний день спортивные центры - один из самых быстроразвивающихся сегментов рынка услуг для населения.

Важное значение в деятельности любого коммерческого предприятия является достижение поставленных целей, главной из которых, как и у большинства фирм, является получение прибыли.

Рассмотрим, какие из факторов макросреды могут оказать влияние на результаты деятельности спортивной школы «Время спорта» в таблице 1.

Таблица 1 - PEST- анализ компании по реализации спортивных услуг в г. Благовещенске

<p>«Р»</p> <ul style="list-style-type: none">- политическая стабильность в государстве;- изменение законодательства государства (налоговая политика);- уровень регулирования и контроля со стороны государства;- характер отношения государства к отрасли.	<p>«Е»</p> <ul style="list-style-type: none">- экономическая стабильность в Российской Федерации и Амурской области;- система налогообложения и качество экономического законодательства;- уровень развития конкурентных отношений на рынке города Благовещенска;- размеры и темпы роста предприятий в городе Благовещенске;- инвестиционные процессы;
<p>«S»</p> <ul style="list-style-type: none">- структура населения;- уровень жизни населения города Благовещенска;- роль спорта в обществе;- уровень образования, традиции и	<p>«Т»</p> <ul style="list-style-type: none">- нахождение конкурентных преимуществ на рынке за счет развития технологической базы;- доступность деловой, статистической, маркетинговой и другой информации в Интернете;- развитие и распространение новых технологий;

культурные ценности.	- требования к квалификации кадров спортивной школы.
----------------------	--

Изучение экономической среды позволяет понять, каким образом формируются и распределяются ресурсы спортивной школы. Факторы экономической среды оказывают как положительное, так и отрицательное влияние на деятельность организации. При этом наиболее положительное имеют следующие факторы:

- инвестиционные процессы;
- размеры и темпы роста рынка.

А наиболее отрицательное влияние оказывают факторы:

- система налогообложения и качество экономического законодательства;
- общий уровень экономического развития;
- уровень развития конкурентных отношений.

К факторам социальной среды, оказывающим негативное воздействие на деятельность предприятия можно отнести:

- уровень жизни населения в городе.

Положительное влияние оказывает развитие культуры здорового образа жизни среди населения, популяризация спорта среди молодёжи.

Таким образом, данные виды анализа позволяют выявить основные факторы, оказывающие влияние на деятельность спортивной школы в целом и на выбор определенной стратегии дальнейшего развития.

Анализ макро- и микросреды компании позволяет сделать выводы относительно потенциальных угроз и возможностей, которые компания должна учитывать в своей деятельности. Такой список носит название SWOT-анализа и будет рассмотрен в таблице 2.

Составленная матрица SWOT-анализа позволяет сформулировать перечень первоочередных мероприятий, которые должна провести компания для совершенствования системы управления маркетингом. В компании «отсутствует служба маркетинга, а затраты на рекламу и стимулирование сбыта носят разовый и бессистемный характер.

Таблица 2 - Матрица SWOT-анализа компании по реализации спортивных услуг в г. Благовещенске

	Сильные стороны S	Слабые стороны W
	1 Новое направление на рынке спортивных услуг города 2 Высокий уровень организации управленческого учета 3 Наличие высококвалифицированного персонала 4 Профессиональное спортивное оборудование	1 Недостаточный уровень клиентского сервиса 2 Недостаточный уровень развития каналов развития школьных услуг. 3 Средняя позиция в доле рынка спортивных услуг. 4 Отсутствие известности школы на рынке города 5 Отсутствие системы стратегического планирования
Возможности O	SO-стратегия	WO-стратегия
1 Расширение рынка спортивных услуг за счет старшего поколения 2 Изменение общественных стереотипов по отношению к спорту 3 Увеличение количества рождаемости 4 Увеличение покупательной способности населения 5 Увеличение популярности спорта	1 Расширение спортивных площадей 2 Развитие системы продвижения спортивной школы 3 Расширение спортивных направлений	1 Создание и распространение бесплатных рекламно-информационных материалов о деятельности школы 2 Создание единой службы маркетинга на предприятии 3 Увеличение рыночной доли компании за счет открытия новых направлений и завоевания новых сегментов рынка
Угрозы T	ST-стратегия	WT-стратегия
1 Замедление темпов экономического развития 2 Увеличение налогового пресса 3 Развитие технологии	1 Создание системы учета и снижения затрат 2 Применение налоговых льгот 3 Создание системы электронных продаж (сайт,	1 Расширение каналов сбыта спортивных услуг 2 Создание системы обратной связи с клиентами компании 3 Развитие технологий

электронных коммуникаций	соц. сети)	
--------------------------	------------	--

Результаты анализа свидетельствуют о том, что для ситуации, сложившейся для спортивной школы «Панкратион» планирующей оказанные спортивные услуги на рынке города Благовещенска достаточно типична для российских предприятий на данном этапе рыночной экономики. Среди слабых сторон по реализации спортивных услуг спортивной школой «Панкратион» можно назвать следующие:

- недостаточный уровень клиентского сервиса;
- недостаточный уровень развития каналов развития школьных услуг;
- средняя позиция в доле рынка спортивных услуг;
- отсутствие известности школы на рынке города;
- отсутствие системы стратегического планирования.

Однако у спортивной школы есть также и сильные стороны, такие как:

- новое направление на рынке спортивных услуг города;
- высокий уровень организации управленческого учета;
- наличие высококвалифицированного персонала;
- профессиональное спортивное оборудование.

Проведенный нами анализ внешней среды организации по оказанию спортивных услуг в городе Благовещенске показал сильные и слабые стороны организаций по оказанию спортивных услуг населению. Для дальнейшей оценки целесообразности открытия организации по оказанию спортивных услуг в городе Благовещенске проведем оценку потребностей населения города Благовещенска в спортивных услугах.

2.2 Оценка потребности в открытии организации по оказанию спортивных услуг в городе Благовещенске

На сегодняшний день спортивные центры - один из самых быстроразвивающихся сегментов рынка услуг для населения.

Перед реализацией бизнес-плана по открытию школы в сфере оказания спортивных услуг на рынке города Благовещенска необходимо оценить потребность населения в данном направлении спортивных услуг.

Цель проекта - открытие спортивной школы «Время спорта» в городе Благовещенске.

Главная цель ООО «Время спорта» - создание прочной конкурентной позиции на рынке спортивных - услуг, с ежегодным ростом дохода 25 % в год.

Дети, как и взрослые, являются полноправными членами спортивной школы. Потому что детство — это лучшее время для формирования привычки «быть в форме». Уже с 1,5 лет малыши вместе с родителями могут посещать специальные занятия, чтобы по достижении 3 летнего возраста могут открыть для себя большой мир фитнеса для маленьких в школе дошкольного развития.

Таким образом, мы видим, что спортивные услуги пользуются спросом у достаточно большого количества потребителей.

На сегодняшний день на в городе Благовещенске по данным последней переписи населения 2015 г. проживает 224 192 человек. Из них по данным государственного комитета статистики дети и молодежь в возрасте до 19 лет это 49 409 человек. Все действующие в отрасли спортивно-оздоровительных услуг организации можно разделить на две категории: коммерческие и некоммерческие. Первые создаются с целью получения прибыли, вторые направлены на то, чтобы сделать спортивные услуги доступными для малоимущих слоев населения. В настоящий момент на рынке существует дисбаланс. Государственное финансирование направлено в первую очередь на реализацию масштабных проектов (строительство инфраструктуры к Чемпионату мира по футболу 2018 года), а также на небольшие спортивные структуры и заведения (обычно финансируются из регионального бюджета). Частные инвесторы вкладывают деньги в фитнес-клубы, доля которых достигает 75 % в общем объеме инвестиций. Что касается стоимости годового абонеента, то в таблице 3 представлена разбивка по ценовому сегменту.

Таблица 3 - Классификация спортивных организаций города Благовещенска по ценам за годовой абонемент.

Ценовой сегмент	Стоимость годового абонеента, руб.
Премиум / люкс	> 80 000
Бизнес	50 000 – 80 000

Комфорт	30 000 – 50 000
Эконом	15 000 – 30 000
Лоу-кост	< 15 0000

На рисунке 1 представлена структура рынка спортивных услуг г. Благовещенска, процент от совокупной выручки.

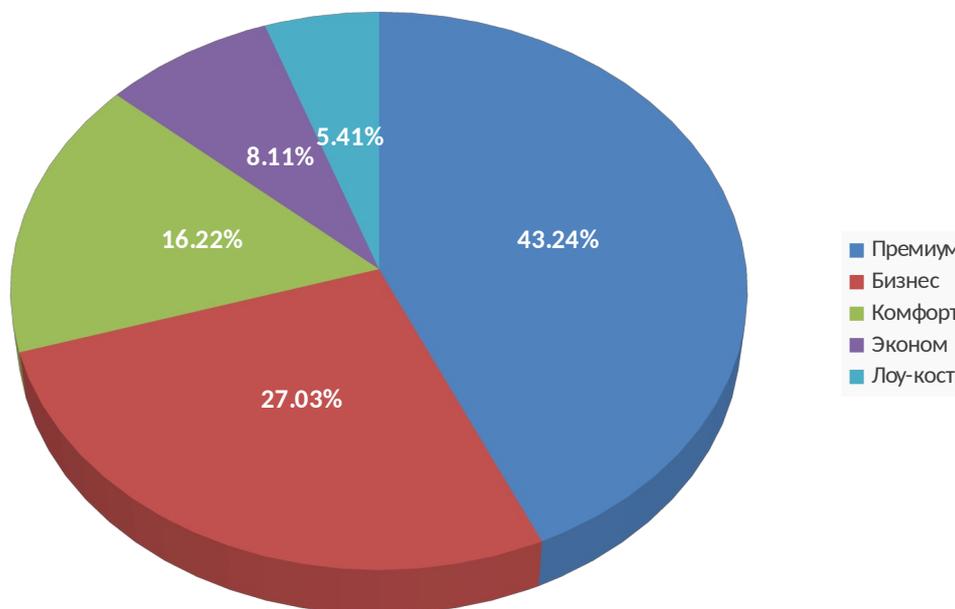


Рисунок 1 – Доля рынка спортивных услуг г. Благовещенска в зависимости от ценовой категории

Активное развитие в последнее время получают также смежные направления – кроссфит, индивидуальные тренировки.

К факторам, способствующим дальнейшему росту рынка можно отнести следующие:

- 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 спортивных услуг в г. Благовещенске.

В настоящее время на рынке города Благовещенска представлено достаточно большое количество фитнес клубов и спортивных секций, оказывающие различные виды спортивных услуг для взрослых и детей. Можно выделить 4 сегмента потребителей спортивных и физкультурно-оздоровительных услуг.

В таблице 3 представлена разбивка по сегментам потребителей спортивных услуг в г. Благовещенске.

Таблица 3 - сегменты потребителей спортивных и физкультурно-оздоровительных услуг

Сегмент	Характеристики
Сегмент «А»	<p>1) Доля мужчин и женщин в сегменте примерно одинакова (51 % женщин и 49 % мужчин). В данном сегменте большая доля людей старшего возраста, чем в других сегментах. Основными целями занятий физической культурой и спортом являются:</p> <ul style="list-style-type: none">- желание укрепить здоровье;- получить положительные эмоции;- похудеть и повысить внешнюю привлекательность. <p>Наиболее популярные виды спорта: плавание, фитнес, силовые виды спорта. Большинство представителей данного сегмента занимаются спортом 2-3 раза в неделю.</p> <p>Представители данного сегмента выше, чем представители других сегментов, оценивают свой спортивный объект по характеристике «удобный график работы». Основными факторами выбора спортивного объекта для данного сегмента потребителей являются возможность заниматься различными видами спорта в одном месте и наличие дополнительных услуг</p> <p>В данном сегменте выше, чем в других, доля имеющих среднее специальное образование, женатых/замужем, имеющих детей старше 18 лет</p>
Сегмент «Б»	<p>1) Доля мужчин и женщин в сегменте примерно одинакова (51 % женщин и 49 % мужчин). Основными целями занятий физической культурой и спортом такие же, как и в сегменте «А».</p> <p>Основными факторами выбора спортивного объекта для данного сегмента являются удобство расположения, доступная стоимость услуг и наличие системы скидок.</p>
Сегмент «В»	<p>1) В данном сегменте преобладают женщины (56 %). Около трети данного сегмента находятся в возрасте 30-39 лет. Основными целями занятий спортом являются:</p> <ul style="list-style-type: none">-желание укрепить здоровье;- получить положительные эмоции;- похудеть и повысить внешнюю привлекательность. <p>Наиболее популярные виды спорта: плавание, фитнес, силовые виды спорта.</p>
Сегмент «Г»	<p>1) В данном сегменте преобладают дети и молодежь в возрасте до 20 лет.</p> <p>Основными целями занятий спортом являются:</p> <ul style="list-style-type: none">- желание укрепить здоровье;- получить спортивное образование; <p>Наиболее популярные виды спорта: плавание, фитнес, силовые виды спорта</p>

В рамках различных сегментов потребителей наблюдается существенное распределение важности факторов качества услуги.

Так как по рейтингу популярности основными сегментами их потребителей являются:

- сегмент «В» (основные мотивы занятий спортом: хорошее техническое состояние объекта, удобство расположения, доступная стоимость услуг, удобный график работы);

- сегмент «Г» (основные мотивы занятий спортом: укрепление здоровья, спортивное развитие).

При планировании оказания услуг данной категории необходимо учитывать:

- удобный график работы;
- укомплектованность спортивным оборудованием;
- квалификация тренеров/инструкторов;
- наличие системы скидок;
- наличие дополнительных услуг.

Основными факторами выбора спортивного объекта для данного сегмента являются известность/репутация спортивного объекта и высокая квалификация тренеров и инструкторов.

Для данного сегмента характерно большее число учащихся/студентов.

Основные источники информации, которые используются при выборе спортивного объекта:

- от родственников, знакомых, соседей;
- давно его знаю;
- проходил/проезжал мимо и увидел;
- реклама на щитах, транспарантах на улице, транспорте, в метро;
- реклама в интернете;
- рекламные листовки/буклеты на улице, у метро, в почтовом ящике;
- сам специально искал информацию о спортивном объекте;
- корпоративная программа;
- реклама в местной газете;
- рекламное объявление по радио.

Таким образом, развивать услуги целесообразно по следующим направлениям:

- внедрять семейные занятия и детские спортивные услуги;
- предоставлять услуги спортивного образования среди детей и молодежи.

Таким образом, на рынке спортивных услуг существует не реализованная потребность населения в оказании качественных и разнообразных спортивных услуг. Более 50 % населения города Благовещенска — это дети и молодежь в возрасте до 19 лет, которая нуждается в развитии спортивного образования. Далее нами будут рассмотрены основные направления развития бизнеса в сфере спортивных услуг в городе Благовещенске.

2.3 Основные направления развития бизнеса в сфере спортивных услуг в городе Благовещенске

Рассмотрим основные направления развития спортивных услуг среди детей и молодежи, представленные на рынке города Благовещенска в таблице 4. Таблица 4 - Основные направления развития спортивных услуг среди детей и молодежи, представленные на рынке города Благовещенска

Наименование спортивного заведения	Адрес	Виды спорта
Форвард Хоккейная школа	Благовещенск, Пионерская, 51	Хоккейная школа
Ярый Школа кикбоксинга	Благовещенск, Зейская, 33	Школа кикбоксинга
KickboxGym Зал кикбоксинга, Федерация кикбоксинга Амурской области	Благовещенск, Ленина, 60	Зал кикбоксинга
ЮНИОР Футбольная школа	Благовещенск, Красноармейская, 139/1	Футбольная школа
Золотой дракон Школа тайского бокса	Благовещенск, Краснофлотская, 83	Школа тайского бокса
ХануманМуай Тай Школа тайского бокса	Благовещенск, Зейская, 33	Школа тайского бокса
Монолит Зал вольной борьбы	Благовещенск, Текстильная, 48	Зал вольной борьбы
ДЮСШ № 5	Благовещенск, Святителя Иннокентия переулок, 4/2	Бокс, дзюдо, самбо, ушу
ДЮСШ № 7	Благовещенск, Мухина, 7	Лыжный спорт, спортивная гимнастика, художественная гимнастика

ДЮСШ № 3	Благовещенск, Пионерская, 51	Баскетбол, волейбол, футбол хоккей
----------	---------------------------------	---------------------------------------

На основании проведенного анализа в таблице 4, мы видим, что на рынке г. Благовещенска, представлены различные направления спортивного обучения детей и молодежи, однако не одна из школ города не занимается обучением такому виду спорта, как Панкратион.

Панкратион является древним олимпийским видом единоборств, который возродили в наше время. Данный вид спорта вошёл в программу Олимпийских игр ещё в 648 году до нашей эры. Своему происхождению панкратион обязан древнегреческим легендам о Геракле и Тесее. Техника боя, которая применяется в панкратионе, была применена Тесеем в схватке с минотавром, а Геракл применил свои знания панкратиона в бою против Немейского льва.

Но с целью охвата большего количества потребителей, помимо обучения такому виду спорта, как панкратион, предполагается оказание услуг тренажерного зала.

В таблице 5 представлены основные конкуренты вновь открывающейся школы «Время спорта»

Таблица 5- Сравнительный анализ "+" и "-" сторон открываемого предприятия перед конкурентами

Название фитнес - центра	Сильные стороны	Слабые стороны
ДЮСШ №7	Лыжный спорт, спортивная гимнастика, художественная гимнастика Доступная цена	Отсутствие тренажёрного зала Малое количество рекламы Отсутствие взрослого зала
Монолит Зал вольной борьбы	Большой зал	Неудобное расположение
ДЮСШ № 5 г. Благовещенска	Тренажерный зал Зал аэробики Доступная цена	Малое количество тренажеров Малая площадь
ДЮСШ №3	Баскетбол, волейбол, футбол хоккей	Отсутствие тренажёрного зала Режим работы Отсутствие взрослого зала
«Время Спорта»	Тренажерных зал Панкпатион Удобное расположение Детский и взрослый зал	Отсутствие известности и репутации

Как видно из таблицы 5, у спортивной школы «Время спорта» сильные стороны преобладают над слабыми, следовательно, можно сделать вывод, что он сможет войти и выжить на рынке. Далее рассмотрим конкурентоспособность предлагаемых услуг при помощи балльной системы оценок, сравнивая их с услугами спортивная школы конкурентов

Критериями анализа выступают наличие тренажерного зала, зала аэробики, цена, скидки, дополнительные услуги и реклама. По каждому критерию возможно получение одной из следующих трех оценок: очень хорошо (3 балла), удовлетворительно (2 балла) и плохо (1 балл). В таблице 6 представлен балльный анализ конкурентов.

Таблица 6 - Балльный анализ конкурентов

Критерий	ДЮСШ №7	ДЮСШ № 5 г. Благовещенск	ДЮСШ №3	Монолит Зал вольной борьбы	«Время Спорта»
Ассортимент услуг	3	3	3	1	3
Транспортная доступность	2	3	2	3	3
Скидки/ акции	2	3	2	3	2
Реклама	2	3	2	1	3
Дополнительные услуги	1	3	3	2	3
Цены	3	2	3	2	3
Итого	13	17	15	12	17

По таблице 5 можно сделать вывод о том, что открываемая школа спортивных услуг занимает неплохую позицию среди конкурентов. Основным конкурентом является ДЮСШ № 5 г.и ДЮСШ №3 Но спортивная школа в дальнейшем предполагает приобрести известность за счет рекламы, а это значит, что есть возможность занять лидирующую позицию. Далее рассмотрим экономическое обоснование открытия школы единоборств «Время спорта» в городе Благовещенске в данном сегменте потребителей. Основной упор будем делать на развитие детско-юношеского спорта.

3 ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ОТКРЫТИЯ ШКОЛЫ ЕДИНОБОРСТВ «ПАНКРАТИОН» В ГОРОДЕ БЛАГОВЕЩЕНСКЕ

3.1 Мероприятия по созданию школы единоборств «Панкратион» в городе Благовещенске

Рассмотрим основные мероприятия по созданию школы единоборств «Панкратион» в городе Благовещенске. Предприятие планируется открыть в форме ООО. Название предприятия – «Время спорта», как нельзя лучше отражает основной посыл школы.

С целью реализации данного бизнес-проекта нами подготовлен бизнес-план спортивной школы.

Наш спортивная школа будет специализироваться на обучение детей и молодежи панкратиону. Панкратион — это древний олимпийский вид единоборств, возрожденный в наше время. Панкратион вошел в программу древних Олимпийских игр в 648 году до н.э. Кроме того, реализация проекта позволит решить некоторые социальные вопросы: физическое здоровье нации, занятость детей.

Занятия спортом помогают восстановить умственную работоспособность, улучшить сопротивляемость организма человека вирусам и стрессам, а также уменьшить вероятность подверженности психики самой распространенной

Нами был проведен анализ предложений на рынке города Благовещенска среди детских и юношеских школ и было выявлено, что услуги по обучению панкратиону никто не предоставляет, соответственно данная ниша в городе не занята.

Рассмотрим поэтапно основные этапы создания бизнес плана спортивной школы «Время спорта» в городе Благовещенске.

Описание услуг.

Основным направлением школы будет обучение детей и юношей панкратиону, но с целью повышения охвата клиентуры школа будет оказывать дополнительные виды услуг.

Предоставляемые услуги:

- групповые занятия: панкратион;
- тренажерный зал;
- персональный тренинг;

Преимущества школы «Время спорта»:

- единственная школа в городе, профессионально обучающая такому виду спорта, как Панкратион;
- удобный график работы школы, с 8.00 до 21.00;
- индивидуальный подход к учащимся, возможность персональных тренировок;
- аренда помещения в проходимом районе города, близость торгового центра «Острова» и хорошая транспортная доступность будет способствовать популярности школы.

План маркетинга.

ООО «Время спорта» для достижения целей будет использовать стратегию концентрического роста - проникновения на рынок и усиления рыночной позиции.

Привлекать клиентов планируется за счет нового направления на рынке спортивных услуг, применения нового оборудования, профессионализма инструкторов, доступностью занятий.

Целями и задачами проекта являются:

- создание новой “ниши” на существующем сегменте рынка спортивных услуг в г. Благовещенска;
- окупаемость капитальных вложений за 3 года;
- получение дохода на вложенные средства не менее 150 % в год;

- создание новых рабочих мест.

По данным переписи населения 2011 года в городе проживает 189,3 тыс. человек, из них по категории от 16 до 54 лет - 125,4 тыс. человек (65,8 %). Согласно данным группы экспертов из всего населения пользуются фитнес-услугами 5 % населения, следовательно, по данному району нашими услугами могут пользоваться 6270 тыс. чел.

Рассмотрим спрос на фитнес-услуги нашего предприятия и конкурентов в количественных показателях. Отметим, что наш спортивная школа «Время спорта» располагается в новом торгово-развлекательном комплексе «Острова» на цокольном этаже в районе ТРЦ «АСЯ».

Данное помещение было выбрано путем опроса населения г. Благовещенска. В квартале проживает около 30000 человек, из них 15000 категория от 16-54 лет.

Благодаря исследовательской группе было опрошено 100 человек данного района, готовы ли они пользоваться услугами нашей спортивной школы, 24 человека дали положительный ответ. Следовательно, 3600 человек готовы ходить в «Время спорта».

Также в разных частях города опросили респондентов в количестве 100 человек. На выбор было предложено 3 места положения спортивной школы:

- ул. Калинина, 116.
- ул. Пионерская, 12.
- ул. Мухина, 110.

В таблице 7 представлена информация, о результатах проведенного опроса и на рисунке 3.

Таблица 7 – Анализ результатов проведенного опроса о выборе местоположения спортивной школы «Панкратион»

Адрес, будущей школы «Панкратион»	Количество голосов опрошенных, чел.
Ул. Пионерская, 12	11
Ул. Калинина, 116	30
Ул. Мухина, 110.	59

По данным таблицы видно, что 59 % из опрошенных выбрали район ТРЦ «АСЯ» как наиболее предпочтительный. Наглядно это представлено на рисунке ниже.

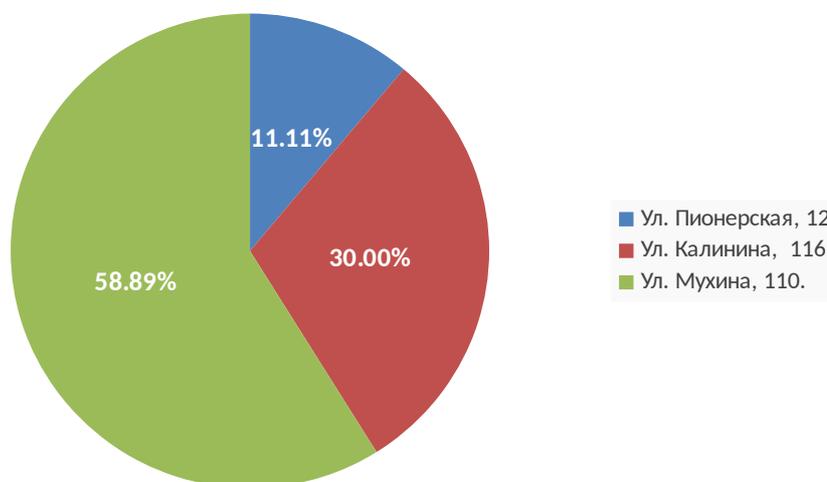


Рисунок 2 - Анализ результатов проведенного опроса о выборе местоположения спортивной школы «Панкратион»

Потребителей услуг спортивной школы можно сегментировать по параметрам, представленным в таблице 8.

Таблица 8 – Сегментирование потребителей услуг спортивной школы

Параметры потребителей услуг школы «Панкратион»	Значение параметра
Географический портрет потребителя	г. Благовещенск, в большей степени жители Микрорайона, района ДСК
Демографический портрет потребителя	дети, молодёжь в возрасте от 12 до 25 лет.
Половозрастной портрет потребителя	В большей степени мужчины и дети от 12 до 25 лет.
Уровень дохода	средний
Образ жизни	Активный образ жизни
Социальное положение	средний класс (люди, имеющие средний достаток).

Анализ потенциальных потребителей представлен в таблице 9.

Таблица 9 - Анализ потенциальных потребителей

Группы покупателей	Основные критерии покупок		
	На первом месте	На втором месте	Прочие
«Студенты»	Цена	Стиль	Многообразие видов услуг
«Спортсмены»	Качество снарядов	Опыт тренера	Цена

«Случайные клиенты»	Ассортимент	Цена	Качество обслуживания
«Дети»	Время посещения	Цена	Наличие детского тренера

Все группы клиентов по-своему важны для спортивной школы. Они формируют разнообразный спрос, в зависимости от которого, компания принимает решения об ассортименте и ценовой стратегии услуг, о приобретении определенных тренажеров и спортивных снарядов.

Созданной службе маркетинга кроме чисто маркетинговых проблем придется решать вопросы, связанные с перераспределением функциональных обязанностей и структурных взаимоотношений внутри компании, вести разъяснительную работу среди сотрудников о роли и месте маркетинга в современной рыночной экономике. Таким образом, причиной всех выше приведенных недостатков и упущений является недопонимание и игнорирование руководством компании роли и места маркетинга и маркетинг-менеджмента в управлении предприятием.

Расценки на услуги школы будут следующими.

- первый разовый визит -300 рублей;
- повторный разовый визит - 300 рублей;
- абонемент на 10 занятий – 2000 рублей.

Также в спортивной школе будет введена обширная система дисконтных карт с гибкой системой скидок. Кроме индивидуальных карт, будет предложена семейная карта для желающих заниматься всей семьей, а также детские и подростковые карты. Корпоративная программа для организаций и фирм будет предусматривать гибкую систему скидок до 30 %.

Предварительные расчеты показали, что и такие цены позволят покрыть издержки и получить достаточную прибыль, за счет большого числа привлеченных потребителей. Все расчеты будут приведены в производственном и финансовом плане.

Направления по отношению к размерам и структуре рынка:

- захватить и удержать долю рынка, обеспечивающую безубыточное функционирование и конкурентоспособность спортшколы.

Направления выбора ведущих факторов обеспечения спроса:

- ориентация на уровень цен;
- ориентация на качество услуг.

Направления выбора степени активности маркетинга по отношению к потребителям:

- ориентация на адаптацию к спросу.

Направления реагирования на изменения рыночной конъюнктуры:

- отслеживание текущих изменений и проведение заблаговременных преобразований.

Направления выбора типа реакции на изменения рынка:

- изменения объема оказания услуг;
- изменения номенклатуры услуг и цен.

План маркетинговых действий включает комплекс действий, включая товарную, ценовую, сбытовую и сервисную политику и стратегию.

Ценовая политика новой спортивной школы предполагает обеспечение широкого ассортимента спортивных предложений высокого качества, высокий уровень обслуживания посетителей. Ценовая политика увязана с общими целями и включает формирование кратко- и долгосрочных целей на базе издержек производства и спроса на продукцию, а также цен конкурентов. Ценовая стратегия базируется на товарной политике и предполагает цены, в период открытия ниже, чем цены конкурентов, в период зрелости – сопоставимые с ценами конкурентов и даже немного выше, широкую систему скидок.

Будут использованы следующие методы стимулирования и продвижения услуг организации:

- во всех спортивных буклетах, где перечисляется перечень спортивных услуг в городе, которые может получить клиент, будет указан организуемый школу;

- бегущая строка на местных телевизионных каналах г. Благовещенска;
- объявления в газетах, печатающих бесплатные объявления: «Из рук в руки», «2x2»;
- подача платных объявлений в газетах: «Квартирьер», «Попутчик»;
- рассылка информационных писем о предоставляемой услуге директорам фирм, предприятий с перечислением фирм уже пользующихся данной услугой;
- бонусные скидки;
- распространение рекламной информации в спортивных школах.

Реклама в журналах привлечет продвинутую молодежь, а также женщин и мужчин не стесненных во времени. Реклама на телевидении охватит сегмент домохозяек и женщин творческих профессий. Наружная реклама обратит внимание людей проживающих или часто бывающих в районе открытия спортивного комплекса. Реклама на радио адресована занятым людям, много времени проводящим в автомобиле.

В периоде функционирования спортивного комплекса цель рекламы – информировать потенциальных клиентов о периоде скидок или предложении новой услуги, а также имеет цель напоминания. В этом периоде планируется реклама на радио, наружная реклама, а также реклама в журналах. Реклама в интернет предназначена для разнообразной интернет-аудитории. она может быть необходима на протяжении всего периода работы магазина. Ее преимущества – возможность вернуться на нужную страницу и уточнить время работы, наличие определенного вида услуг и др. Этим свойства лишены реклама на радио и телевидении.

Компания пользуется также другими способами продвижения товара на рынок. Это, прежде всего, наличие скидок на предлагаемые услуги. Это наиболее эффективный способ привлечь нового посетителя, может быть потенциального будущего постоянного клиента, поразив его качеством предлагаемых услуг, уровнем обслуживания.

Примерный объем затрат на рекламу:

- разработка рекламного пакета – 70 000 руб.;
- разработка сайта – 80 000 руб.;
- печать плакатов, листовок – 50 000 руб.;
- стоимость рекламных площадей и услуг почтовых отделений – 100 000 руб.

3.2 Планирование ресурсов необходимых для создания школы единоборств «Панкратион» в городе Благовещенске

Для воплощения бизнес-плана в реальную организацию необходимо осуществить планирование ресурсов необходимых для создания школы единоборств «Время спорта».

Спортивная школа будет располагаться в арендованном помещении в ТРК «Острова». Виды аренды могут быть следующие: прямая аренда и субаренда. Так как открытие спортшколы является бизнесом, требующим капитальных вложений, то лучше всего напрямую заключить договор с собственником арендуемого помещения (прямая аренда). При этом сумма арендных платежей будет меньше, нежели при субаренде, а гарантии длительного пребывания на арендуемых площадях надежнее. Лучше всего заключить договор аренды минимум на 5-10 лет, т.к. при создании достойной школы деньги, вложенные в него, раньше, чем через 2-3 года возможно не окупятся:

Общая площадь школы - 300 м².

Высота потолков - 3 метра.

Автостоянка на 20 машин, благоустроенная охраняемая территория.

Цена за квадратный метр 316,7 руб.

Договор заключен на пять лет, цена принята фиксированной на все пять лет. Оплата предварительно до 1 числа месяца.

Таким образом, ежемесячная стоимость помещения будет составлять:

$316,7 \times 500 = 108\,500$ руб.

Программа оказания услуг будет осуществляться в соответствии с разработанным ранее прогнозом объема реализации.

Будем исходить из того, что ежедневно спортивная школа способна

принять в среднем 1000 человек. В среднем потребитель посещает спортивную школу три раза в неделю, при предполагаемом объеме рынка в 5 000 человек мы можем объективно рассчитывать, что за месяц к нам придут эти 1000 человек.

Таким образом, наша спортивная школа может рассчитывать:

1- в месяц:

Общий объем производства составляет 7 200 часов за месяц.

По школьным картам будет продано 70 % общего объема: $7200 \times 0,7 = 5040$ часов, стоимостью 200 руб./час. Выручка: $200 \times 5040 = 1\,008\,000$ руб.

Оставшиеся 2 160 часов будут реализованы по цене 300 руб. за единицу.

Итого за месяц: $1\,008\,000 + (2\,160 \times 300) = 1\,656\,000$ руб.

2- в год:

Общий объем производства составляет 86 400 часов в год.

Итого за год: $1\,008\,000 \times 12 = 12\,096\,000$ руб.

Спортивные - услуги не требуют обязательного лицензирования. Лицензированию в таких случаях могут подлежать только торговые площади на территории самой спортивной школы. За пожарную безопасность и поддержание нормальных условий для функционирования школы ответственность несет лично управленческий состав центра.

Состав основного оборудования.

Заказывать оборудование нужно за 3-4 месяца до открытия школы, "подгадывая" таким образом, чтобы оборудование было завезено, когда уже положены основные покрытия.

Для комплектации фитнес центра с двумя большими тренажерными залами и десятью секциями необходимо приобрести следующее оборудование:

Таблица 10– Состав основного оборудования Русское название	Цена	Кол-во	Стоимость
1	2	3	4
Велотренажеры	56000	6	336000
Беговая дорожка	96000	6	576000
Эллиптические тренажеры	140000	2	280000
Степперы	120000	2	240000

Гребные тренажеры	90000	2	180000
Многоблочные тренажеры	60000	2	120000
Силовые комплексы	60000	2	120000

Продолжение таблицы 10

1	2	3	4
Бенч горизонтальный с двухуровневой стойкой	20000	2	40000
Бицепс машина	165000	2	330000
Брусья для отжимания	56000	2	112000
Гиперэкстензия	80000	2	160000
Голень машина	68000	2	136000
Голень сидя	30000	2	60000
Гребля	61000	2	122000
Гребля с упором для груди	72000	2	144000
Грудь машина	83000	2	166000
Грузоблочная рама с двумя стеками	71000	2	142000
Дельта машина	350000	2	700000
Дельта-машина фронтальная	80000	2	160000
Жим ногами горизонтальный	80000	2	160000
Жим от груди сидя	60000	2	120000
Жим сидя	60500	2	121000
Лат машина (тяга сверху)	65000	2	130000
Пресс машина	82000	2	164000
Пресс машина лежа	120000	2	240000
Пресс машина с упором для коленей	92500	2	185000
Пресс машина с упором для спины	84000	2	168000
Римский стул	16000	2	32000
Сгибание ног	78000	2	156000
Сгибание ног лежа	82500	2	165000
Скамья атлетическая горизонтальная	32000	5	160000
Скамья атлетическая наклонная регулируемая	44000	5	220000
Скамья горизонтальная	18000	5	90000
Скамья для жима лежа	35000	5	175000
Скамья для жима сидя	43500	5	217500
Скамья для прессы	34000	5	170000
Скамья Скотта, сидя	31000	5	155000
Скамья Скотта, стоя	46000	10	460000
Стойка для подтягивания	41000	2	82000
Универсальный тренажер, 4 рабочих места	250000	2	500000
Универсальный тренажер (тяга сверху, машина Смитта)	270000	2	540000

Фитнес баттерфляй	79000	2	158000
Французский жим сидя	153500	2	307000
Продолжение таблицы 10			
1	2	3	4
Прочее неучтенное оборудование			1000500
ИТОГО (с учетом НДС)			10000000

Поиски поставщика и заказ товара были осуществлены посредством сети интернет. При выборе поставщика оборудования руководством школы были рассмотрены три крупных поставщика оборудования: компания «Мега Фитнес», компания "Элькорт-Н фитнес", компания "ПТК КОНСТАНТА спорт". Выбор остался за компанией «Мега Фитнес».

Компании [«Мега Фитнес»](#) является эксклюзивными дистрибьютором лучших мировых производителей, отвечает за обеспечение и комплектацию спортивных школ в России и стран СНГ профессиональным оборудованием и спортивными товарами.

Индивидуальный подход к клиенту, качественный сервис и гибкая ценовая политика позволяют разрабатывать программы под любой бюджет. Собственная сервисная группа осуществляет монтаж, гарантийное и послегарантийное обслуживание.

Занимает лидирующие позиции на рынке продаж спортивного оборудования и аксессуаров для профессионального и домашнего пользования уже более 10 лет.

«Мега Фитнес» представляет разные виды спортивных тренажеров ведущих мировых производителей Nautilus, SportsArt, StairMaster, Casall, The STEP, TheBodyBarSystems, SPRI, WaterGear, Aquajogger, STOTT PILATES, Gravity: кардио, силовые, эллиптические тренажеры, беговые дорожки, тренажеры на свободных весах, степперы и др. При разработке силовых и кардиолиний компании используют последние разработки фитнес-индустрии.

Основное направление компании – продажа оборудования для оснащения спортивных центров, бассейнов, детских игровых комнат, раздевалок, соляриев,

саун и бань. Специалисты компании помогают не только подобрать оборудование, но и оказывают помощь в разработке экспликаций тренажерных залов, в расстановке и монтаже, проводят вводный инструктаж по эксплуатации, ознакомили с новыми фитнес- программами.

Срок поставки – до 3 месяцев со склада в Москве.

Альтернативные поставщики оборудования.

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

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

Школа будет работать ежедневно с 8 утра до 22 часов вечера. Также мы посчитали объем производства исходя из того, что каждый день в школе будет присутствовать 6 тренеров. Исходя из потока посетителей, для экономии людских ресурсов работу тренеров можно организовать следующим образом: 3 тренеров будут работать с утра (с 11 до 19 часов), 2 тренеров вечером (с 15 до 22 часов), при этом 1 тренер будет отдыхать. Работа будет организована посменно и таким образом, чтобы соблюдалось трудовое законодательство (40- часовая рабочая неделя).

При таких объемах производства нам потребуется 2 администратора, 2 уборщиков, и аппарат управления из 3 человек. Величина заработной платы и ее месячный фонд представлены в таблице 11.

Таблица 11– Величина заработной платы работающих

Персонал	1 год		
	Кол-во	Зароботная пл.	Всего
Тренеры	6	50000	300000
Администраторы	2	20000	40000
Уборщики	3	20000	60000
Управленческий состав	3	40000	120000
Месячный фонд (без учета страховых взносов)			520000
Страховые взносы, 30,2 %			157040
Месячный фонд (с учетом страховых взносов)			677040
Годовой фонд оплаты труда (с учетом страховых взносов)			8124480

Стоимость основных производственных фондов будет равна стоимости оборудования, поскольку здание под спортивная школа будет арендовано.

В отношении купленного оборудования будет применена простая линейная амортизация. Средний срок службы приобретенного оборудования равен 5 годам.

Таким образом, каждый год амортизационные отчисления должны составить $10\ 000\ 000:5 = 2\ 000\ 000$, ежеквартально $2\ 000\ 000:4 = 500\ 000$ руб.

Норма амортизации составит:

$2\ 000\ 000:10\ 000\ 000 \times 100 = 20\ %$ в год или $5\ %$ ($20:4=5$) ежеквартально.

Величина потребности в инвестиция определена в таблице 12.

Рассмотрим данную таблицу.

Таблица 12- Инвестиции (в период строительства и эксплуатации)

Статьи затрат	1 год					2 год				3 год	
	всего	по кварталам				всего	по кварталам				всего
		I	I	II	I		I	I	II	I	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

1 Капитальные вложения по утвержденному проекту, подлежащие выполнению, всего												
в том числе:												

Продолжение таблицы 12

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
строительно-монтажные работы	1000000	1000000	-	-	-	500000	500000	-	-	-	500000
оборудование	1000000 0	1000000 0	-	-	-	100000 0	100000 0	-	-	-	100000 0
2 Приобретение оборотных средств	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 Другие инвестиции в период освоения и эксплуатации производственных мощностей:											
получение разрешений, оформление документации (на 5 лет)	200000	200000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
постановка финансового учета (введение системы контроля и управленческой отчетности)	200000	200000	-	-	-	50000	50000	-	-	-	50000
расходы на рекламу до запуска школы	300000	300000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
прочие оборотные средства	200000	200000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Итого — объем инвестиций (сумма показателей пунктов 1-3)	11900000	11900000	-	-	-	155000 0	155000 0	-	-	-	155000 0

В соответствии с таблицей 10, финансовые ресурсы, необходимые для осуществления проекта равны 11 900 000 руб.

Схема финансирования.

Необходимые денежные средства для реализации проекта составляют 11 900 000 руб. По принятым условиям данные финансовые ресурсы

предусматривается привлечь частично в виде кредита, частично в виде вкладов учредителей. Потребность в кредите равна 11 700 000 руб.

При выборе банка, в котором возможно взять кредит были рассмотрены три крупнейших банка г. Благовещенска: Сбербанк России, ПАО «АТБ», и банк «ВТБ 24».

Во все три банка были поданы заявки на кредит под залог покупаемого на эти средства оборудования и оснащения.

Банк «ВТБ 24», ответил отказом, предположительно по причине того, что данный банк редко работает с только открывающимся бизнесом, предпочитая предоставлять кредиты на развитие уже имеющегося. Из двух оставшихся банков, готовых выдать кредит школе, был выбран ПАО «АТБ», который достаточно давно находится на рынке и по стабильности мало уступает Сбербанку, а ставки по кредитам предложил ниже.

Итак, школой будет взят кредит на сумму 11 700 000 руб. под годовую процентную ставку 15 % на срок 3 года. В таблице 11 представлена схема погашения кредита.

Общая сумма платежа за каждый год рассчитана по формуле:

$$S \times \frac{r}{\left(1 - \frac{1}{(1+r)^n}\right)}; \quad (1)$$

где K – сумма кредита;

r – процентная ставка за пользование кредитом;

n – срок кредита (3 года).

$$S = 11700000 \times \frac{0,15}{\left(1 - \frac{1}{(1+0,15)^3}\right)} = 5124330,45$$

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

$$11\,700\,000 \times 0,15 = 1\,755\,000 \text{ руб.}$$

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

$$5\,124\,330,45 - 1\,755\,000 = 3\,369\,330,45 \text{ руб.}$$

Таким образом, сумма оставшегося кредита будет равна:

$$11\,700\,000 - 3\,369\,330,45 = 8\,330\,669,55 \text{ руб.}$$

Далее необходимо рассчитать экономическую эффективность открытия школы единоборств «Время спорта» в городе Благовещенске

3.3 Прогноз экономической эффективности открытия школы единоборств «Панкратион» в городе Благовещенске

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

Таблица 13 – Расчет прибыли и рентабельности проекта открытия спортивной школы «Время спорта»

	Показатели	Период		
		2018 г.	2019 г.	2020 г.
	Приток			
	Выручка	12 096 000	12 096 000	12 096 000
	Амортизация	12 096 000	2 000 000	2 000 000
	Итого приток	14 096 000	14 096 000	14 096 000
	Инвестиции в проект	11900000		
1.	Расходы на аренду	1 302 000	1 302 000	1 302 000
2.	Расходы на заработную плату	8 124 480	8 124 480	8 124 480
3.	Прочие расходы (канцтовары, услуги связи, мелкий ремонт/сервис оборудования.), реклама	1 000 000	1 000 000	1 000 000
4.	Прибыль до налогообложения	3669520	3669520	3669520
5.	Налоги, 6 %	220171,2	220171,2	220171,2
6.	Чистая прибыль	3449348,8	3449348,8	3449348,8
7.	Рентабельность проекта	28,6	28,6	28,6
8.	Коэффициент дисконтирования	0,15	0,15	0,15

По данным таблицы видно, что рентабельность проекта составит 28,6 %, а полученной чистой прибыли хватит для погашения полученного кредита.

Проведем расчёт эффективности инвестиционного проекта «открытие спортивной школы «Время спорта»:

Общая накопленная величина дисконтных доходов:

$$PV = \sum_{t=1}^T \frac{D_t}{(1+r)^t}, \quad (2)$$

где D_t – годовой доход от инвестиций в t -ом году;

T – количество лет в течение которых инвестиция приносит доход;

r – ставка дисконтирования.

Расчет прибыли и рентабельности проекта представлен в таблице 11.

Годовой доход за 3 года будет складываться из величин чистой прибыли и начисленной амортизации:

$$PV = \frac{(3449348,8 + 2000000)}{(1+0,15)^1} + \frac{(3449348,8 + 2000000)}{(1+0,15)^2} + \frac{(3449348,8 + 2000000)}{(1+0,15)^3} = 12892005,113$$

руб.

Чистый дисконтированный доход:

$$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{D_t}{(1+r)^t} - IC,$$

(3)

где IC – инвестиции.

$$NPV = 12892005,113 - 11900000 = 992005,113 \text{ руб.}$$

Индекс доходности:

$$PI = \frac{PV}{IC},$$

(4)

$$PI = \frac{12892005,113}{11900000} = 1,084 \text{ руб./руб.}$$

Срок окупаемости:

$$T_{ок} = \frac{IC}{P_{с.г.}}$$

(5)

где $P_{с.г.}$ – среднегодовая прибыль

IC – общая сумма инвестиций.

$$T_{ок} = \frac{11900000}{3449348,8} = 3,450$$

Таким образом, срок окупаемости проекта составляет 3 года и пять месяцев.

Построим финансовый профиль проекта по открытию спортивной школы «Время спорта».

Для этого в таблице 14 представим значение NPV по годам.

Таблица 14 – Значение NPV в динамике за 3 года.

Год	1	2	3
Значение NPV	- 7 161 435,8	- 3 040 945,2	992 005

Финансовый профиль проекта спортивной школы «Время спорта» представлен на рисунке 3.

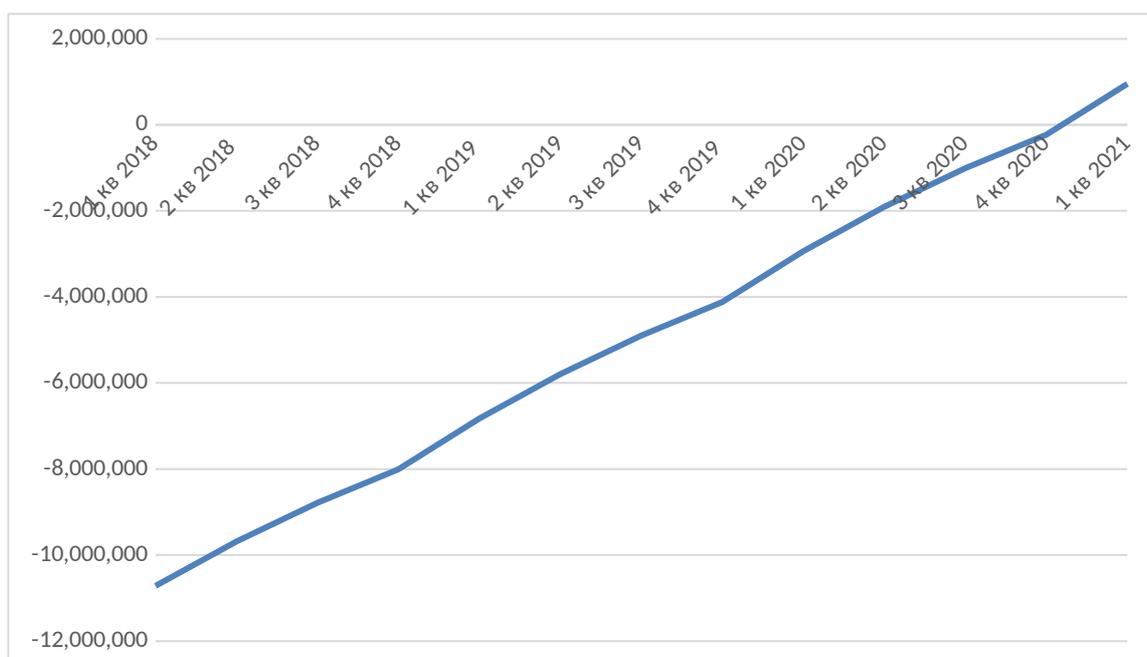


Рисунок 3 – Финансовый профиль проекта спортивной школы «Время спорта»

Таким образом, показана экономическая эффективность предлагаемого проекта, что определяется, прежде всего, положительными показателями чистого дисконтированного дохода, индекса инвестиции, и сравнительно небольшим сроком окупаемости, срок окупаемости проекта составляет 3 года и пять месяцев. Рентабельность проекта составит 28,6 %, а полученной чистой прибыли хватит для погашения полученного кредита

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

По итогам проведенного исследования, экономического обоснование открытия школы «Время спорта» в городе Благовещенске, можно с уверенностью сделать вывод о привлекательности данного проекта для инвесторов и кредиторов, о небольших сроках окупаемости данного проекта и возможности успешного развития данного проекта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Планирование предпринимательской деятельности необходимо для достижения финансового успеха, для долговременной и эффективной работы фирмы или предприятия. Современный предприниматель должен уметь определять перспективы развития своего предприятия, обосновывать целесообразность получения банковских кредитов и привлечения инвестиций, а также быть готовым к структурным изменениям внутри производства.

Программа действий или план осуществления предпринимательских операций называется бизнес-планом.

Бизнес-план является постоянным документом, в котором производятся необходимые изменения, обновления, зависящие от перемен на экономическом рынке, а также от перемен, происходящих внутри фирмы. Бизнес-план составляет каждая фирма, независимо от ее масштаба, хотя мелкая фирма для составления бизнес-плана может привлечь специалистов из консалтинговых организаций. При составлении бизнес-плана необходимо

учитывать концепцию развития фирмы, ее финансовый и экономический аспект, ее технические и технологические возможности. Наличие бизнес-плана позволяет бизнесмену обосновать целесообразность проведения бизнес-операции, правильно рассчитать объемы продаж, прибыли и доходов, определить источник финансирования операции, подобрать команду для осуществления плана.

При формировании бизнес-плана бизнесмен будет выбирать ту продукцию или услугу, которая представляет основную цель операции. В процессе формирования задуманной операции бизнесмен приходит к решению главного вопроса: стоит ли начинать это дело.

По данным проведенного исследования отметим следующие:

На сегодняшний день спортивные центры - один из самых быстроразвивающихся сегментов рынка услуг для населения.

Перед реализацией бизнес-плана по открытию школы в сфере оказания спортивных услуг на рынке города Благовещенска необходимо оценить потребность населения в данном направлении спортивных услуг.

Цель проекта – открытие спортивной школы «Время спорта» в городе Благовещенске.

Главная цель ООО «Время спорта» - создание прочной конкурентной позиции на рынке спортивных - услуг, с ежегодным ростом дохода 25 % в год.

Дети, как и взрослые, являются полноправными членами спортивной школы. Потому что детство — это лучшее время для формирования привычки «быть в форме». Уже с 1,5 лет малыши вместе с родителями могут посещать специальные занятия, чтобы по достижении 3-х летнего возраста могут открыть для себя большой мир фитнеса для маленьких в школе дошкольного развития.

Нами выявлено, что спортивные услуги пользуются спросом у достаточно большого количества потребителей.

На сегодняшний день на в городе Благовещенске, по данным последней переписи населения 2015 г. проживает 224 192 человек. Из них по данным государственного комитета статистики дети и молодежь в возрасте до 19 лет это 49 409 человек. Все действующие в отрасли спортивно-оздоровительных услуг

организации можно разделить на две категории: коммерческие и некоммерческие. Первые создаются с целью получения прибыли, вторые направлены на то, чтобы сделать спортивные услуги доступными для малоимущих слоев населения.

В настоящий момент на рынке существует дисбаланс. Государственное финансирование направлено в первую очередь на реализацию масштабных проектов (строительство инфраструктуры к Чемпионату мира по футболу 2018 года), а также на небольшие спортивные структуры и заведения (обычно финансируются из регионального бюджета).

Частные инвесторы вкладывают деньги в фитнес-клубы, доля которых достигает 75 % в общем объеме инвестиций. На рынке спортивных услуг существует не реализованная потребность населения в оказании качественных и разнообразных спортивных услуг. Более 50 % населения города Благовещенска — это дети и молодежь в возрасте до 19 лет, которая нуждается в развитии спортивного образования.

На основании бального анализа конкурентов был сделан вывод, что открываемая школа спортивных услуг занимает неплохую позицию среди конкурентов. Основным конкурентом является ДЮСШ № 5 г. и ДЮСШ №3 Но спортивные услуги в дальнейшем предполагает приобрести известность за счет рекламы, а это значит, что есть возможность занять лидирующую позицию. Далее рассмотрим экономическое обоснование открытия школы единоборств «Панкратион» в городе Благовещенске в данном сегменте потребителей. Основной упор будем делать на развитие детско-юношеского спорта.

Основным направлением работы школы будет обучение детей и юношей панкратиону, но с целью повышения охвата клиентуры школа будет оказывать дополнительные виды услуг.

Предоставляемые услуги:

- Групповые занятия;
- тренажерный зал;

- персональный тренинг;

Преимущества школы «Время спорта»:

- единственная школа в городе, профессионально обучающая такому виду спорта, как Панкратион;

- удобный график работы школы, с 8.00 до 21.00;

- индивидуальный подход к учащимся, возможность персональных тренировок;

- аренда помещения в проходимом районе города, близость торгового центра «Острова» и хорошая транспортная доступность будет способствовать популярности школы.

Программа оказания услуг будет осуществляться в соответствии с разработанным ранее прогнозом объема реализации.

Будем исходить из того, что ежедневно спортивная школа способен принять в среднем 1000 человек. В среднем потребитель посещает спортивная школа три раза в неделю, при предполагаемом объеме рынка в 5 000 человек мы можем объективно рассчитывать, что за месяц к нам придут эти 1000 человек.

Необходимые денежные средства для реализации проекта составляют 11 900 000 руб. По принятым условиям данные финансовые ресурсы предусматривается привлечь частично в виде кредита, частично в виде вкладов учредителей. Потребность в кредите равна 11 700 000 руб.

Показана экономическая эффективность предлагаемого проекта, что определяется прежде всего положительными показателями чистого дисконтированного дохода, индекса инвестиции, и сравнительно небольшим сроком окупаемости, срок окупаемости проекта составляет 3 года и пять месяцев. Рентабельность проекта составит 28,6 %, а полученной чистой прибыли хватит для погашения полученного кредита

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

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Агабекян, О. В. Учет финансовых результатов : признание доходов и расходов, расчеты по налогу на прибыль / О. В. Агабекян. – М. : Финансовая газета , 2014. – 46 с.
- 2 Абрамс, Р. Бизнес-план на 100 %: Стратегия и тактика эффективного бизнеса. 2-е изд. / Р. Абрамс. — М.: Альпина Паблишер, 2015. — 486 с.
- 3 Алиев, В.С. Практикум по бизнес-планированию с использованием программы ProjectExpert: Учебное пособие / В.С. Алиев. — М.: Форум, ИНФРА-М, 2017. — 288 с.
- 4 Алиев, В.С. Бизнес-планирование с использованием программы ProjectExpert (полный курс): Учебное пособие / В.С. Алиев. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. — 352 с.
- 5 Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. — М.: Форум, 2017. — 256 с.

- 6 Бейт, Н. Как преодолеть экономический спад. План выживания в бизнесе / Н. Бейт. — М.: Олимп-Бизнес, 2014. — 208 с.
- 7 Бронникова, Т.С. Разработка бизнес-плана проекта: Учебное пособие / Т.С. Бронникова. — М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2017. — 224 с.
- 8 Буров, В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: Учебное пособие / В.П. Буров. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. — 192 с.
- 9 Бухалков, М.И. Планирование на предприятии: Учебник / М.И. Бухалков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 411 с.
- 10 Волков, А.С. Бизнес-планирование: Учебное пособие / А.С. Волков. — М.: ИЦ РИОР, ИНФРА-М, 2017. — 81 с.
- 11 Гарнов, А.П. Экономика предприятия: современное бизнес-планирование: учеб. Пособие / А.П. Гарнов. — М.: ДиС, 2017. — 272 с.
- 12 Гладкий, А.А. Бизнес-план: Делаем сами на компьютере / А.А. Гладкий. — М.: Рид Групп, 2016. — 240 с.
- 13 Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. — М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2017. — 248 с.
- 14 Горемыкин, В.А. Бизнес-план: Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана / В.А. Горемыкин. — М.: Ось-89, 2017. — 592 с.
- 15 Джакубова, Т.Н. Бизнес-план: расчеты по шагам / Т.Н. Джакубова. — М.: Финансы и статистика, 2016. — 96 с.
- 16 Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / И.А. Дубровин. — М.: Дашков и К, 2017. — 432 с.
- 17 Жуков, В.В. Бизнес-планирование в электроэнергетике / В.В. Жуков. — М.: МЭИ, 2016. — 568 с.
- 18 Золотухин, О.И. Бизнес-планирование: учебное пособие / О.И. Золотухин. — СПб.: ГУАП, 2017. — 84 с.
- 19 Иванова, Л.И. Развитие методики анализа финансовой устойчивости как способа достижения объективной оценки финансового состояния

организации / Л.И. Иванова, А.С Бобылёва // Менеджмент в России и за рубежом. - 2017. - № 2. - С. 35-42.

20 Кренер, С. Планета МВА. Бизнес-школы: взгляд изнутри / С. Кренер, Д. Дирлова. — М.: Олимп-Бизнес, 2016. — 256 с.

21 Крылов, С.И. Методические аспекты анализа и прогнозирования финансового состояния промышленного предприятия / С.И. Крылов, О.Е. Решетников // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2018. – № 8(32). – С. 7.

22 Куницына, Н.Н. Бизнес-планирование в коммерческом банке: Учебное пособие / Н.Н. Куницына. — М.: Магистр, 2016. — 383 с.

23 Лопарева, А.М. Бизнес-планирование: учебно-методический комплекс / А.М. Лопарева. — М.: Форум, 2016. — 176 с.

24 Лосев, В. Как составить бизнес-план. Как составить бизнес-план: Практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей: Пер. с англ. / В. Лосев. — М.: Вильямс, 2017. — 208 с.

25 Лосев, В.А. Как составить бизнес-план. Практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей (+CD) / В.А. Лосев, К.Н. Петров. — М.: Вильямс, 2016. — 208 с.

26 Любушин, Н.П. Анализ методик по оценке финансового состояния организации / Н.П. Любушин, Н.Э. Бабичева // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 22. – С.87

27 Марченкова, И.Н. Бухгалтерская отчетность как основной источник информации для детализованной оценки показателей финансового состояния хозяйствующего субъекта / И.Н. Марченкова // Экономический анализ: теория и практика. – 2016. – № 20(185). – С. 33.

28 Мищенко, В.А. Анализ методологических подходов к оценке финансового состояния предприятия / В.а. Мищенко, М.В. Петренко // Бизнес информ. - 2015. - № 8. - С. 134-136.

29 Морошкин, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин. — М.: Форум, 2017. — 288 с.

- 30 Орлова, Е.Р. Бизнес-план: Методика составления и анализ типовых ошибок / Е.Р. Орлова. — М.: Омега-Л, 2017. — 168 с.
- 31 Орлова, П.И. Бизнес-планирование: Учебник / П.И. Орлова. — М.: Дашков и К, 2018. — 284 с.
- 32 Орлова, П.И. Бизнес-планирование: Учебник. 2-е изд., пер. и доп. / П.И. Орлова. — М.: Дашков и К, 2016. — 288 с.
- 33 Орлова, П.И. Бизнес-планирование: Учебник для бакалавров, 2-е изд., перераб. и доп.(изд:2) / П.И. Орлова. — М.: ИТК Дашков и К, 2018. — 288 с.
- 34 Преснякова, Л.Ф. Методы оценки финансового состояния предприятия / Л.Ф. Преснякова // Путеводитель предпринимателя. - 2015. - № 16. - С. 218-221.
- 35 Пятикоп, К.А. Концептуальный анализ методик оценки финансового состояния предприятия / К.А. Пятикоп, М.П. Деружинская // Экономика устойчивого развития. - 2015. - № 14. - С. 158-167.
- 36 Петухова, С.В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект: Практическое пособие / С.В. Петухова. — М.: Омега-Л, 2017. — 171 с.
- 37 Розин, М. Стратегия чистого листа: Как перестать планировать и начать делать бизнес / М. Розин. — М.: Альпина Паблишер, 2015. — 346 с.
- 38 Романова, М.В. Бизнес-планирование: Учебное пособие / М.В. Романова. — М.: ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2016. — 240 с.
- 39 Рудакова, О.Ю. Полнота и достоверность финансового анализа должника в процедурах банкротства / О.Ю. Рудакова, Т.А. Рудакова // Эффективное антикризисное управление. - 2013. - № 1 (76). - С. 76-83.
- 40 Сатаев, А.М. Азбука бизнес-планирования. Учебное пособие / А.М. Сатаев. — М.: Юриспруденция, 2017. — 128 с.
- 41 Станиславчик, Е.Н. Бизнес-план: Управление инвестиционными проектами / Е.Н. Станиславчик. — М.: Ось-89, 2017. — 128 с.

- 42 Стрекалова, Н.Д. Бизнес-планирование: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения / Н.Д. Стрекалова. — СПб.: Питер, 2016. — 352 с.
- 43 Семенов, А.К. Теория менеджмента : учебник для бакалавров / А.К. Семенов, В.И. Набоков. – М. : Дашков и К, 2016. – 492 с.
- 44 Стерлядев, С.А. Финансовое состояние предприятия: анализ и автоматизация планирования / С.А. Стерлядев, М.А. Чернышев, В.С. Атанова // Экономика и предпринимательство. - 2013. - Т. 7. - № 1. - С. 376-378.
- 45 Строева, О.А. Антикризисное финансовое управление предприятием / О.А. Строева // Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. - 2015. - Т. 3.- С. 19-32.
- 46 Толпегина, О.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник для бакалавров / О.А. Толпегина, Н.А. Толпегина. - М.: Юрайт, 2013. - 672 с.
- 47 Тузиков, А.Р. Комплексный экономический анализ деятельности управленческого персонала: Учебник / А.Р. Тузиков. - М.: КноРус, 2013. - 720 с.
- 48 Тысячникова, Н.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Н.А. Тысячникова, Ю.Н. Юденков. - М.: КноРус, 2013. - 720 с.
- 49 Чернов, В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристский бизнес: Учебное пособие / В.А. Чернов. - М.: ЮНИТИ, 2012. - 639 с.
- 50 Чернов, В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / В.А. Чернов; Под ред. М.И. Баканов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 639 с.
- 51 Шаляпина, И.П. Планирование на предприятии АПК: Учебное пособие / И.П. Шаляпина, О.Ю. Анциферова. - СПб.: Лань, 2016. - 176 с.
- 52 Экономический анализ : учебник / Ю. Г. Ионова [и др.]. – М. : Московская финансово-промышленная академия, 2016. – 448 с.
- 53 Экономический анализ : учебник для бакалавров / под ред. Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой, И.И. Мазуровой.– М. : Юрайт, 2017. – 448 с.
- 54 Янковская, В.В. Планирование на предприятии: Учебник / В.В. Янковская. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 425

