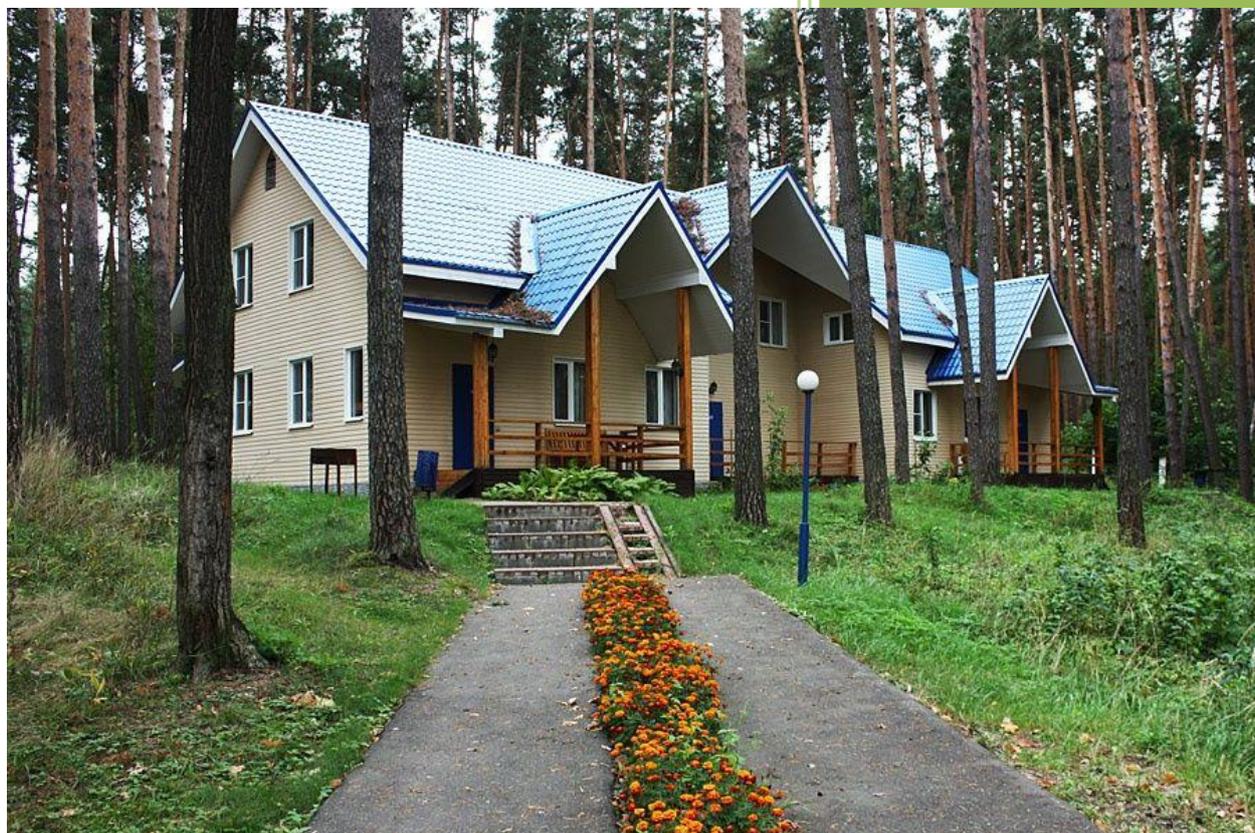


2019

Бизнес-план базы отдыха и санатория



Оглавление

1. Резюме бизнес-плана базы отдыха и санатория	3
1.1. Сущность и цели проекта	3
1.2. Эффективность реализации проекта	3
1.3. Источник финансирования	4
2. Анализ работы за прошлый период	4
3. Анализ рынка и концепция маркетинга.....	4
3.1. Определение основной идеи и целей проекта	4
3.2. Анализ рынка	6
3.2.1. Общая характеристика рынка	8
3.2.2. Клиентская целевая группа	9
3.2.3. Оценка существующего спроса.....	10
3.2.4. Ожидаемая конкуренция	10
3.3. Маркетинг.....	13
3.3.1. Концепция маркетинга.....	13
3.3.2. План продаж	13
3.3.3. Тактика маркетинга	14
4. Материальные ресурсы.....	14
4.1. Инвестиционные расходы.....	14
4.2. Прямые расходы.....	14
4.3. Косвенные расходы	14
5. Организация.....	15
5.1. Организационная структура	15
5.2. Календарное осуществление проекта	15
6. Финансовый анализ.....	15
6.1. Принятые допущения	15
6.2. Бюджет движения денежных средств	15
6.3. Прогнозный баланс	15
6.4. Бюджет доходов и расходов.....	16
7. Эффективность проекта	16
7.1. Финансовые показатели	16
7.2. Показатели эффективности	16
7.3. Анализ безубыточности.....	17
7.4. Анализ чувствительности	17
8. Анализ рисков	17
8.1. Технологические риски	17
8.2. Организационный и управленческий риск	17
8.3. Финансовый риск.....	18
8.4. Экономические риски.....	18
8.5. Экологические риски	18

На нашем сайте размещены другие [примеры разработанных нами бизнес-планов](#). Вы также можете ознакомиться с [отзывами наших заказчиков](#), описанием [процедуры заказа бизнес-планов и ТЭО](#). Узнайте как оптимизировать расходы на эту работу посмотрев видеопост "[Стоимость разработки бизнес-плана](#)" на нашем канале Youtube.

 Если вы [заполните этот вопросник для подготовки коммерческого предложения](#), мы пришлём вам КП, учитывающее возможности такой оптимизации.

1. Резюме

1.1. Сущность и цели проекта

В бизнес-плане базы отдыха и санатория представлен проект развития «XXX».

На момент разработки бизнес-плана СП «XXX» предоставляет услуги

- Проживания,
- Питания,
- Медицинского обслуживания,
- Услуги по реабилитации сотрудников.

После реконструкции к этим услугам добавятся

Номерной фонд СП «XXX» в результате реконструкции увеличится с *** до *** койко-мест.

Стратегия отрасли санаторно-курортного лечения, разработанная по инициативе Президента РФ, предусматривает одной из мер развития отрасли реконструкцию санаторно-курортных организаций. Проект реконструкции санатория разработан в соответствии с социальной политикой

Анализ рынка (см. п. *.*) приводит к выводу о том, что существующая в составе СП «XXX» база отдыха может стать рентабельным предприятием, если повысить комфорт проживания и уровень дополнительных услуг. На решение этой задачи будут направлены инвестиции, планируемые на реконструкцию базы отдыха «YYY».

Инициатор проекта планирует в результате реконструкции увеличить объём продаж услуг предприятия со *** млн. руб. в **** году почти до *** млн. руб. уже в **** году. Такой рост будет обеспечен двумя факторами:

- Рост номерной базы с *** до *** номеров,
- Увеличение стоимости услуг с одного проживающего в *,* раза за счёт повышения комфорта и оказания новых платных услуг.

Сроки реконструкции ****-**** гг., бюджет реконструкции ***,* млн. руб.

В результате проведения запланированных мероприятий компания достигнет показателей, представленных в следующем разделе.

1.2. Эффективность реализации проекта

Таблица 1. Показатели результативности и эффективности на период планирования

Показатель	Значение
Ставка дисконтирования, %	**
Реализация, тыс. руб.	* *** **
Валовая прибыль, тыс. руб.	* *** **
Чистая прибыль, тыс. руб.	* *** **

Показатель	Значение
Период окупаемости - PВ, мес.	***
Дисконтированный период окупаемости - DPВ, мес.	***
Средняя норма рентабельности - ARR, %	** **
Чистый приведенный доход – NPV, тыс. руб.	*** **
Индекс прибыльности – PI	* **
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	** **
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %	** **

Анализируя показатели эффективности, можно сделать вывод о том, что предлагаемое вложение средств является эффективным. Об этом свидетельствуют:

- достижение окупаемости за период планирования с учётом дисконта;
- положительное значение Чистого приведенного дохода к концу периода расчёта;
- значение Индекса прибыльности больше *;
- значение показателя Внутренняя норма рентабельности превышает процентную ставку по долгосрочным кредитам.

1.3. Источник финансирования

Источником финансирования проекта являются собственные средства NNN –см. Таблица 2. ***,* млн. из этих денег пойдут на финансирование реконструкции, остальные **, * млн. руб. – на погашение убытков в ****-**** гг.

Таблица 2. График финансирования

	**** год	**** год	**** год	Итого
Требуемые инвестиции, тыс. руб.	*** **	*** **	*** **	*** **

В случае необходимости инвестор сможет вернуть эти деньги из нераспределённой прибыли до конца **** года.

2. Анализ работы за прошлый период

План-фактный анализ результатов работы СП «XXX» - см. Приложение 1.
.....

3. Анализ рынка и концепция маркетинга

3.1. Определение основной идеи и целей проекта

В бизнес-плане представлен проект развития базы отдыха и санатория «XXX».

На момент разработки бизнес-плана СП «XXX» предоставляет услуги

- Проживания,
- Питания,
- Медицинского обслуживания,
- Услуги по реабилитации сотрудников.

После реконструкции к этим услугам добавится предоставление спортивных площадок.

Номерной фонд СП «XXX» до реконструкции:

- В зданиях №№ *, *а, *, *а, *, *а – *** места,
- В здании зимнего спального корпуса – *** мест (** номеров),
- В летних одноэтажных домиках базы «YYY» - ** места,
- В двухэтажных административном и административно-хозяйственном зданиях базы «YYY» - ** место.

Итого *** койко-места.

После реконструкции номерной фонд составит:

- В зданиях №№ *, *а, *, *а, *, *а – *** места,
- В здании зимнего спального корпуса – *** мест (** номеров),
- В летних одноэтажных домиках базы «YYY» - ** мест,
- В двухэтажных административном и административно-хозяйственном зданиях базы «YYY» - ** места.

Итого *** койко-места.

Стратегия отрасли санаторно-курортного лечения, разработанная по инициативе Президента РФ, предусматривает одной из мер развития отрасли реконструкцию санаторно-курортных организаций. Проект реконструкции санатория разработан в соответствии с социальной политикой

Анализ рынка (см. п. *.*.) приводит к выводу о том, что существующая в составе СП «XXX» база отдыха может стать рентабельным предприятием, если повысить комфорт проживания и уровень дополнительных услуг. На решение этой задачи будут направлены инвестиции, планируемые на реконструкцию базы отдыха «YYY».

Инициатор проекта планирует в результате реконструкции увеличить объём продаж со *** млн. руб. в **** году почти до *** млн. руб. Такой рост будет обеспечен двумя факторами:

- Рост номерной базы с *** до *** номеров,
- Увеличение стоимости услуг с одного проживающего в *,* раза за счёт повышения комфорта и оказания новых платных услуг.

Сроки реконструкции ****-**** гг., бюджет реконструкции ***,* млн. руб.

В результате реконструкции предприятие превысит точку безубыточности и сможет выйти на окупаемость за период планирования даже учётом дисконтирования.

3.2. Анализ рынка

Поскольку услуги санатория предоставляются только сотрудникам NNN и эти услуги для них бесплатны, предприятие не конкурирует на рынке санаторных услуг. Однако, нужно представлять себе тенденции этого рынка, чтобы планировать своё развитие наилучшим образом.

В последние годы на фоне макроэкономических проблем численность санаторно-курортных учреждений сокращалась¹ – см. Таблица 3.

Таблица 3. Численность санаторно-курортных учреждений по видам, РФ, **-**** гг.**

.....

К концу **** г в России насчитывалось *,** тыс. санаторно-курортных учреждений, что на **, *% меньше, чем годом ранее.

Санаторно-курортные организации неоднородны по виду, численности персонала и количеству обслуживаемых клиентов. Единицей учета может быть как небольшой пансионат на **** мест, так и огромный многопрофильный курорт, состоящий из нескольких санаториев и имеющий оборот в сотни миллионов рублей в год.

Санаторно-курортные учреждения в России представлены организациями различных форм собственности. Данные учреждения финансируются как за счет бюджетных средств, так и за счет средств организаций, ведомств, госкорпораций, граждан.

Санаторно-курортное лечение некоторых категорий граждан предусмотрено Программой государственных гарантий бесплатного оказания гражданам медицинской помощи и осуществляется за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета и бюджетов субъектов РФ.

Большинство санаторно-курортных учреждений в России составляют санатории и пансионаты с лечением. В **** г доля санаториев и пансионатов с лечением среди всех санаторно-курортных учреждений составила **, *%.

Сокращалась также численность персонала отрасли – см. Таблица 4.

Таблица 4. Численность персонала санаторно-курортной отрасли, РФ, **-**** гг. (тыс. чел)**

.....

В ****-**** гг. число сотрудников отрасли варьировалось от ***,* тыс. чел (в **** г) до ***,* тыс. чел (в **** г). В **** г в отрасли произошло наибольшее сокращение численности работающего персонала за последние * лет. Сокращение численности персонала санаториев было вызвано неконкурентоспособной оплатой труда и сокращениями профильных специалистов с целью удешевления путевок. В результате из санаториев стали уходить кардиологи, гинекологи,

¹ ****.://*****.**/****/****/***** _***** _***** _2018_**** _*****.**

физиотерапевты и другие специалисты. В некоторых учреждениях остались только терапевты. Общее снижение численность санаторно-курортных учреждений также отрицательно сказалось на численности персонала отрасли.

По итогам **** года объем рынка санаторно-курортных услуг России сократится ещё на *%². Такие прогнозы в своем исследовании дает По ее расчетам, по итогам **** года суммарная выручка санаторно-курортных учреждений достигла ***,* млрд. руб., то есть в **** году показатель может снизиться до ***,* млрд. руб.

Исполнительный директор сомневается, что именно у санаторно-курортного комплекса сейчас существует потенциал для серьезного увеличения показателей деятельности: «Многим санаториям нужно подтягивать не только существующую медицинскую инфраструктуру, но и заниматься продвижением: сейчас информация о них практически отсутствует в публичном поле».

«На коммерческую загрузку приходится менее **% от общих мощностей санаториев, все остальное обеспечивается ведомственными работниками и социальными путевками»,— сообщила госпожа Ломидзе.

Негативные тенденции на рынке санаторно-курортного лечения призвана переломить «Стратегия развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации», утверждённая распоряжением Правительства Российской Федерации от ** ноября **** г. N ****-р.

Стратегия развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации (далее - Стратегия) разработана в соответствии с перечнем поручений Президента Российской Федерации по итогам заседания президиума Государственного совета Российской Федерации ** августа **** г. и определяет цель, задачи и основные направления государственной политики Российской Федерации по сохранению и укреплению здоровья населения Российской Федерации в сфере курортного дела.

Стратегия нацелена на повышение доступности санаторно-курортного лечения для граждан Российской Федерации путем дальнейшего развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации, включая объекты инфраструктуры, предназначенные для лечения и оздоровления населения.

Среди проблем, препятствующих развитию отрасли в Стратегии названа «изношенность материально-технической базы санаторно-курортных организаций и инфраструктуры курортов», а для достижения цели Стратегии планируется решить задачу «развития инфраструктуры курортов, в том числе путем реконструкции санаторно-курортных организаций».

В результате реализации Стратегии планируется обеспечить рост численности потребителей санаторно-курортных услуг – см. Таблица 5.

² *****/**/****.***** **/****/3643105

Таблица 5. Целевые показатели реализации Стратегии развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации

Наименование показателя	Единица измерения	Значение показателя							
		****	****	****	****	****	****	****	****
*. Численность лечившихся и отдохнувших в санаторно-курортных организациях	тыс. человек	****	****	****	****	****	****	****	****

Важным элементом политики управления человеческим капиталом в
 В целях установления единых подходов по формированию социальной защиты работников разработана и реализуется

Приоритетные направления социальной политики

Таким образом, социальная политика

.....ия.

Выводы:

1.

2.

Далее рассмотрен рынок услуг баз отдыха, на котором предприятие планирует активно работать после реконструкции.

3.2.1. Общая характеристика рынка

Рынок внутреннего туризма Ленинградской области

На сегодняшний день Ленинградская область располагает одной из наиболее развитых в России систем отдыха и туризма. Область обеспечивает потребности как себя самой, так и Санкт-Петербурга, и Северо-запада России³.

Развитая система железнодорожного (* тыс. км.) и автомобильного (** тыс. км.) транспорта, судоходных путей (*, * тыс. км.), наличие крупнейшего аэропорта "Пулково", морского пассажирского порта Санкт-Петербурга, а также достаточное количество и высокая пропускная способность погранпереходов с сопредельными государствами, обеспечивают быстрый доступ, как в область, так и к объектам туристского интереса и местам отдыха.

На территории региона развиваются экскурсионно-познавательный, экологический, водный, круизный, спортивно- оздоровительный виды туризма.

Будущее рекреационного комплекса области обусловлено значительным природным потенциалом для развития туризма, санаторного лечения, отдыха.

Ленинградская область – культурный и туристический центр Северо-Запада России⁴. На территории Ленинградской области находится более * *** объектов культурного наследия, * крепостей, *** усадеб, ** монастырей, свыше *** православных храмов. Регион обладает большим культурным и туристским

³ ****.//*****.***/692172/*****/***** _***** _***** _***** _***** _*****

⁴ ****.//*****.*/*****/*****_*****/*****_*****_*****_*****/

потенциалом для развития как классических видов туризма, так и новых направлений: экотуризм, сельский туризм, активный отдых; создания новых объектов туристского интереса, нацеленных на аудиторию Санкт-Петербурга и всего Северо-Запада России.

Однако успешному развитию въездного туризма на территории Ленинградской области мешают следующие проблемы:

.....

Тенденции, риски и проблемы, характеризующие развитие туристической отрасли Ленинградской области, согласно Концепции социально-экономического развития Ленинградской области на период до **** года:

1.

Для решения этих проблем Правительством Ленинградской области разработана Подпрограмма государственной программы Ленинградской области "Развитие культуры в Ленинградской области" "Развитие внутреннего и въездного туризма в Ленинградской области"⁵.

Целью подпрограммы является повышение конкурентоспособности туристского рынка Ленинградской области.

Общий объем финансирования - более *-х млрд. руб.

В результате реализации подпрограммы к концу **** года должны быть достигнуты следующие результаты:

- увеличение количества коллективных средств размещения до ***;
- увеличение числа койко-мест в коллективных средствах размещения до *****;
- увеличение числа принятых туристов до ****,* тыс. человек;
- число занятых в коллективных средствах размещения и в турфирмах увеличится до ***** человека.

АААпский район

.....

3.2.2. Клиентская целевая группа

Клиентами санатория являются сотрудники NNN.

Клиентами базы отдыха будут являться широкие слои населения Санкт-Петербурга, Ленинградской и Северо-Западного региона. По уровню дохода

Демографические рамки

Отдельная целевая группа

⁵****.//***.*****.**/*****/*****_*****_*****/******

3.2.3. Оценка существующего спроса

Ежегодно область с населением около *,* млн. человек посещает столько же гостей. Рекреационный спрос, при наличии в соседях пятимиллионного, успешно развивающего, мегаполиса, огромен, но пока в значительной степени не удовлетворен.

Концепция социально-экономического развития Ленинградской области на период до **** года предусматривает следующие показатели спроса и предложения отрасли внутреннего туризма⁶ - см. Таблица 6.

Таблица 6. Показатели спроса и предложения

	****	****	****
Число туристов и экскурсантов, посетивших Ленинградскую область, тыс. чел.	****,*	****,*	****,*
Количество номеров/койко-мест в коллективных средствах размещения, тыс. ед.	**,*/**	**,*/**	**/**

3.2.4. Ожидаемая конкуренция

На территории области находится⁷:

- *** коллективных средств размещения, в том числе базы отдыха, туристические базы и гостиницы, учреждения детского отдыха, санатории и пансионаты;
- более * *** мест общественного питания;
- *** туристические фирмы;
- ** информационно-туристских центров.

Однако расположены средства коллективного размещения очень неравномерно – см. Рисунок 1. Лидерами по числу объектов туристского досуга и развлечений являются Всеволожский, Выборгский, Гатчинский, Лодейнопольский и Приозерский муниципальные районы. В других районах Ленинградской области индустрия отдыха и развлечений для туристов практически не развита.

В частности, в АААпском районе, несмотря на всю его туристическую привлекательность, конкуренция в этой сфере практически отсутствует.

.....

Рисунок 1. Карта мест коллективного размещения Ленинградской области

6 ****./*****.*/*****/*****/*****/***** ***** *****
 ***** ***** ***** ***** ** ***** ** ***** **
 7 ****./*****.***.*/*****/

Коллективные средства размещения более высокого уровня комфортности (гостиницы и некоторые коттеджи) составляют около ** проц. общего числа коллективных средств размещения.

Коэффициент загрузки коллективных средств размещения достаточно высок в связи с комфортностью условий и возможностью круглогодичной работы (в среднем за год по объектам - ** проц., по некоторым объектам - до ** проц.).

Количество баз отдыха и туристических баз составляет свыше ** проц. общего числа коллективных средств размещения. Объем загрузки в летний период указанных коллективных средств размещения приближается к *** проц., однако из-за низкой комфортности и невозможности круглогодичного использования итоговый коэффициент загрузки ниже.

Большинство гостиничных предприятий Ленинградской области предоставляют дополнительные услуги: несколько точек питания (как правило, основной ресторан или столовая, кафе, бар), баня и/или сауна, бильярд, тренажерный зал и/или спортзал, прокат спортивного и/или развлекательного инвентаря, бассейн, оздоровительные и/или лечебные услуги, конференц-услуги. Значительно реже в качестве дополнительных услуг предлагаются боулинг, пейнтбол, анимационное развлечение, spa- и wellness-услуги.

Дополнительные услуги загородных отелей не в полной мере соответствуют современному уровню и западным стандартам отдыха и обслуживания (особенно оздоровительные, медицинские и косметологические услуги).

Ленинградская область славится своими великолепными озерами и хвойными лесами, которые являясь преобладающими на побережье Финского залива, создают в сочетании с морским воздухом особый курортный микроклимат⁸. Поэтому базы отдыха и турбазы ЛО пользуются большой популярностью у ценителей чистого лесного воздуха и активного отдыха на природе. Как правило, все базы отдыха расположены на берегу какого-либо водоема и предлагают в аренду либо номера, различной степени комфортности, либо отдельные коттеджи, многие из которых имеют все удобства. Преимуществом отдыха на турбазах является возможность не только отдохнуть хорошей компанией на природе, но и активно провести это время, взяв на прокат лодку, велосипед или бадминтон, а, если это зимнее время, то лыжи или ватрушку.

Одна из основных проблем пансионатов, турбаз и домов отдыха, действующих в Ленинградской области, –⁹.

Загородный рынок развлечений и гостеприимства Ленинградской области сегодня представлен центрами отдыха трех типов. Это, во-первых, проекты, где якорем выступает горнолыжный курорт, во-вторых, пансионаты, занимающиеся лечебно-санаторными программами, и, наконец, рекреационные комплексы, которые предлагают размещение в коттеджах. Первые обычно позиционируются

⁸ ****.//*****.***.*/*****/

⁹ ****.//***.***.*/*****/59605/

как центры выходного дня (хотя зачастую в их составе также есть несколько коттеджей, которые можно арендовать), прочие ориентированы на более длительное проживание.

Как и коттеджные поселки, новые комплексы загородного отдыха тяготеют друг к другу, создают в области кластеры – причем находятся как минимум за **-километровой чертой от города. Строительство многоэтажных гостиниц в области не оправданно, поэтому как правило рынок прирастает за счет возведения мини-отелей, рассчитанных на «один туристический автобус» (** мест) и комплексов средней руки из десятка-другого коттеджей.

Выбор места для объекта рекреации является одним из основных факторов, определяющих условия ценообразования в комплексе. В зависимости от удаленности объекта от города разнится время средней продолжительности проживания – при расстоянии свыше **.** км маловероятно, что клиент остановится на базе на один день, и основными видами проживания являются пакеты (блоки) дней.

Управляющие отмечают, что, несмотря на наличие спроса, с каждым годом приходится все больше внимания уделять пакету дополнительных услуг, включенных в стоимость проживания. Так, при семейном отдыхе – самом востребованном пакете – это становится более чем актуальным. Если инфраструктура загородного комплекса помимо традиционных средств размещения включает и разнообразные предложения по организации досуга, то спрос на аренду там оказывается выше. Где-то к сезону открывают детскую площадку, где-то – пейнтбольное поле. Среди привлекательных предложений – прокат велосипедов, лодок, роликовых коньков, организация детских развлечений. Причем в расчете на постоянных арендаторов в комплексах на лето вводятся дополнительные услуги. В стоимость проживания могут входить завтраки в кафе-баре, а иногда – полупансион, включающий в себя и обеды.

Нина Михайлова, администратор базы «Илоранта», говорит:

Надо заметить, что за последние годы уровень цен на услуги и размещение в загородных комплексах отдыха вплотную подошел к европейскому, а где-то и сравнялся с ним, в то время как качество услуг – несмотря на все дополнительные опции – пока отнюдь не на уровне. Получается, что базы отдыха конкурируют в сознании отдыхающих с аналогичными предложениями в соседней Финляндии, где цены такие же, а вот сервис – более функциональный и насыщенный. Александр Пудиков, директор выставки «Строим дом», приводит конкретные примеры:

Алла Шумилина, коммерческий директор турбазы «Лосевская», констатирует:

Иван Марченко замечает:

Решать эту проблему и подтягивать персонал к уровню европейских соседей приходится разными способами. Так, например, в «Гелиос-отеле» нашли свой вариант.

Евгения Шестобитова, экономист базы «Ольшаники»

–В низкий сезон мы работаем с

Нина Михайлова, администратор базы «Илоранта»

– В этом году мы планируем расширяться – построить еще один коттедж, но разделенный на три квартиры. Потому что есть спрос не только на

Алла Шумилина, коммерческий директор турбазы «Лосевская»

– Наши цены уже сформированы, к началу сезона они поднимутся на **%. Тем не менее по выходным мы по-прежнему ожидаем ***-процентную загрузку. Наши основные клиенты

Прямой конкурент планируемой базе - база отдыха «XXX», работающая в течении круглого года на берегу озера XXX, в деревне¹⁰.

База приглашает туристов провести прекрасный отдых в выходные, встретить Новый год и Рождество, отметить день рождения, юбилей и выпускной или корпоратив, а так же приглашает отдохнуть в живописном уголке родителей с детьми любого возраста.

На базе есть собственный оборудованный песчаный пляж, удобный пирс, для желающих понырять и порыбачить. Летом доступен прокат лодок и детская игровая зона на берегу.

Для проживания отдыхающим предлагаются деревянные обустроенные коттеджи на * - * человек.

На территории базы есть парковка для машин.

На территории базы «XXX» работает кафе. На базе есть собственные садки с живой рыбой и курятник. Гости базы могут арендовать банкетный зал, где могут разместиться ** человек, вдоль берега удобные беседки с мангалами.

Желающие могут самостоятельно организовать свое питание, арендовать мангал или воспользоваться кухней с необходимой бытовой техникой в домиках с проживанием.

База предлагает

•

Прайс-лист на услуги и проживание – см. Приложение 3.

Выводы:

1.

3.3. Маркетинг

3.3.1. Концепция маркетинга

.....

3.3.2. План продаж

В результате проведённой реконструкции объём продаж услуг СП «XXX» вырастет со *** млн. руб. в год до ***,* млн. руб. без НДС в **** году и далее.

¹⁰ ****.//*****.*/

Факторами роста будут являться увеличение номерного фонда и рост стоимости услуг на одного проживающего вследствие повышения комфорта проживания и оказания новых дополнительных услуг.

3.3.3. Тактика маркетинга

Позиционирование

.....

Конкурентные преимущества

-

Развитие продукта

-

Каналы сбыта

-

Ценообразование

-

Программа продвижения

.....

4. Материальные ресурсы

4.1. Инвестиционные расходы

Инвестиционный план включает в себя:

-

4.2. Прямые расходы

В прямые расходы входят издержки, связанные с обслуживанием клиентов СП – сдельная зарплата персонала, расходные материалы, энергоносители, вода и т. д.

До реконструкции прямые расходы составляют ** руб. на *** руб. услуг. В результате повышения доходов с одного отдыхающего в *,* раза норматив прямых расходов уменьшится до ** руб. на *** руб. услуг.

4.3. Косвенные расходы

В косвенные расходы входят аренда, амортизация, постоянная часть зарплаты.

Таблица 7. Косвенные расходы, тыс. руб.

.....

Расходы на персонал, включая налоги и страховые выплаты, на периоде планирования см. Таблица 8

Таблица 8. Расходы на персонал, тыс. руб.

.....

5. Организация

Форма собственности предприятия – ООО, система налогообложения - ОСН.

5.1. Организационная структура

Организационная структура предприятия см. Приложение 2.

5.2. Календарное осуществление проекта

Все работы, запланированные на инвестиционный период (см. п. *.*), будут произведены в ****-**** гг.

6. Финансовый анализ

6.1. Принятые допущения

Для расчёта финансового плана была построена финансово-экономическая модель предприятия в программе бизнес-моделирования Project Expert. При этом использовались следующие предположения:

-

6.2. Бюджет движения денежных средств

Таблица 9. БДДС, тыс. руб.

....

БДДС показывает, что

6.3. Прогнозный баланс

Таблица 10. Прогнозный баланс, тыс. руб.

.....

Нераспределённая прибыль планируемого бизнеса

6.4. Бюджет доходов и расходов

Таблица 11. Бюджет доходов и расходов, тыс. руб.

.....

Как видно из таблицы,

*. Эффективность проекта

.. Финансовые показатели

Таблица 12. Финансовые показатели

...

Показатели ликвидности характеризуют способность компании удовлетворять претензии держателей краткосрочных долговых обязательств. Рекомендуемые значения: - коэффициент текущей ликвидности– ***%-***%. Как видно из таблицы, платёжеспособность компании не вызывает сомнения с **** года.

Планируемый бизнес демонстрирует высокую рентабельность по чистой прибыли и приемлемую рентабельность инвестиций.

.. Показатели эффективности

Таблица 13. Показатели эффективности на период планирования

Показатель	Значение
Ставка дисконтирования, %	**
Период окупаемости - PВ, мес.	***
Дисконтированный период окупаемости - DPВ, мес.	***
Средняя норма рентабельности - ARR, %	** , **
Чистый приведенный доход – NPV, тыс. руб.	*** ***
Индекс прибыльности - PI	* **
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	** , **
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %	** , **

Анализируя показатели эффективности, можно сделать вывод о том, что предлагаемое вложение средств является эффективным. Об этом свидетельствуют:

- достижение окупаемости за период планирования с учётом дисконта;
- положительное значение Чистого приведенного дохода к концу периода расчёта;
- значение Индекса прибыльности больше *;
- значение показателя Внутренняя норма рентабельности превышает процентную ставку по долгосрочным кредитам.

***.*. Анализ безубыточности**

Точка безубыточности с **** года ниже запланированного объёма продаж:

Таблица 14. Точка безубыточности, тыс. руб.

.....

Запас финансовой прочности велик в абсолютных значениях:

Таблица 15. Абсолютный запас финансовой прочности, тыс. руб.

Запас финансовой прочности велик также в относительных значениях:

.

Таблица 16. Относительный запас финансовой прочности, %

.....

***.*. Анализ чувствительности**

Таблица 17

.

Анализ чувствительности по чистому денежному потоку (NPV) демонстрирует хорошую устойчивость бизнеса к колебанию параметров. Даже при падении продаж на **% от плана компания остаётся рентабельной.

Бизнес достаточно чувствителен к увеличению прямых продаж, их уровень не должен превышать *% от планируемых.

Зато к увеличению косвенных расходов план проекта практически не чувствителен.

8. Анализ рисков

8.1. Технологические риски

Ниже перечислены вероятные технологические риски и меры по предотвращению наступления негативных ситуаций и компенсации их последствий.

1. Риски, связанные с освоением нового оборудования

Для предотвращения наступления данного риска планируется

Инициатор проекта планирует снизить риски ситуации критичного периода ремонта оборудования путём:

-

8.2. Организационный и управленческий риск

1. Срыв графика работ инвестиционного плана

Для предотвращения этого риска планируется:

-

2. Срыв плана продаж услуг

Загрузка санатория будет обеспечена сотрудниками NNN.

-

3. Низкий уровень компетенции кадров.

.....

8.3. Финансовый риск

Единственный финансовый риск – срыв графика инвестирования. Поскольку проект выполняется на собственные средства NNN, такой риск отсутствует.

8.4. Экономические риски

Экономические риски связаны с открытием новых баз отдыха в относительной близости, демпингом прямых конкурентов. Снижение этого риска возможно при создании собственной клиентской базы постоянных клиентов, разработке уникального торгового предложения и стимулировании лояльности потребителя.

В случае макроэкономического кризиса бизнес может потерять часть клиентов, но и приобрести новых, потерявших возможность зарубежного отдыха.

8.5. Экологические риски

Инициаторы проекта планируют предпринять все требуемые меры экологической безопасности, предъявляемый к проектам реконструкции подобного рода.

На территории санатория и базы отдыха будут предприняты все требуемые меры в области утилизации отходов, очистки сточных вод, поддержания сохранности природных ресурсов.

Приложение 1. Анализ результатов за ** год**

.....

Приложение 2. Организационная структура

.....

Приложение 3. Прайс-лист базы отдыха «XXX»

.....