



Бизнес- план гостиничного комплекса ООО «Минхерц и Компания»

Работу выполнили: студенты **3** курса
ф-та ЕГиТ, специальность «Туризм»

Чинякова Елена

Изотова Ксения

Казакова Алена

Черный Илья

Полянский Денис

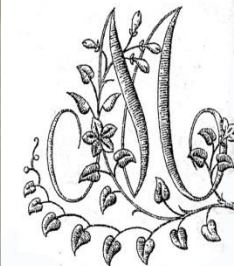
Смирнова Татьяна

Поташева Ксения

Позднякова Анна

История Старой Ладоги

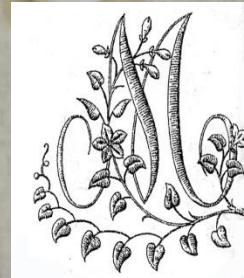
- В двух часах езды от Петербурга, на пересечении двух рек - полноводного Волхова и маленькой быстрой Ладожки - расположилась Старая Ладога.
- Место первой столицы Руси, бывшее некогда центром политики и торговли, древний торговый город, одна из возможных резиденций Рюрика и последнее пристанище Вещего Олега сегодня — всего лишь небольшое село Ленинградской области.



Цель объекта

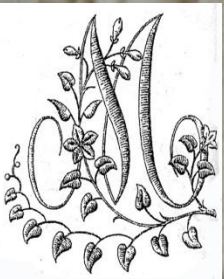


- **Целью** данной работы является проектирование гостиничного комплекса со спектром дополнительных услуг, вместимость которого будет составлять до 60 человек. И сможет разместить всех туристов, решивших посетить такой значимый объект туристского интереса, как Старая Ладога.
- Для этого будут поставлены и решены следующие **задачи**:
- - оценка целесообразности строительства гостиницы;
- - маркетинговое исследование рынка;
- - выбор направления деятельности, класса и размера гостиницы;
- - обоснование месторасположения комплекса;
- - расчет технико-экономических показателей проекта.



Легенда

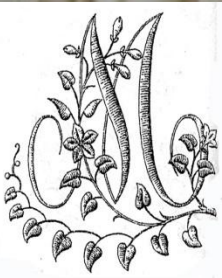
- Гостиничный комплекс «ООО Минхерц и Компания» рад приветствовать вас в Старой Ладоге!
- В суете большого города и вихре течения жизни, житейских дел и хлопот, местом, полным тепла и уюта предлагаем Вам наш Гостиничный комплекс «ООО Минхерц и Компания»!
- Другие гостиницы Старой Ладоги располагаются ближе к центру, а наш отель даст возможность полноценно отдохнуть от суеты и городского шума, благодаря своему расположению. И вместе с тем, Вы легко сможете добраться к нашему комплексу из любого уголка города.
- Место расположения гостиничного комплекса оградит Вас от городского шума, поднимет настроение и стабилизирует Ваши силы после напряженного трудового дня. Шикарное и вкусное меню ресторана предоставит завтрак, обед и ужин постояльцам гостиницы, организует праздничный банкет.



Идея гостиничного комплекса

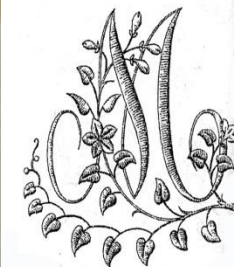


- Гостиница ООО "Минхерц и Компания" ориентирована на различные слои населения и стремится обеспечить комфорт и уединение на территории Старой Ладоги, где можно насладиться спокойствием и красотой реки Волхов, побывать на территории Староладожской крепости и монастырей, а также отдохнуть душой и телом. К вашим услугам жилой комплекс с различной ценовой политикой, несколько отдельно стоящих домиков для семей и пар, желающих слиться с природой, а для любителей пассивного отдыха найдется также отдельный комплекс с тренажерным залом, кабинетом спа-процедур.
- ООО "Минхерц и Компания": название «Минхерц» переводится как «моя возлюбленная» именно поэтому наш гостиничный комплекс выполнен в немецком стиле и рассчитан на семейный контингент.



Актуальность гостиничного комплекса

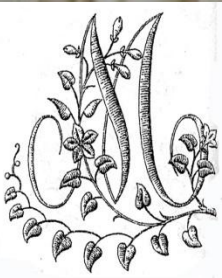
- Рассмотрев город Старая Ладога как туристский центр, можно прийти к выводу, что объект интереса обладает весьма высоким потенциалом для посещения туристов, но имеется ряд минусов, который затормаживает развитие этой отрасли в городском поселении. Туристская инфраструктура представлена лишь несколькими ресторанами, что сужает круг лиц желающих посетить Старую Ладогу на продолжительный срок так, как отсутствуют места расположения для туристов. Как известно из исторических материалов Старая Ладога была первой столицей Руси, которую построил князь Рюрик прибывший на территорию нашего государства для осуществления правления. Город обладает несколькими выдающимися объектами зодчества такие как два монастыря и крепость, а также курганы находящиеся в нескольких минутах ходьбы и не стоит забывать о прекрасном величестве реки Волхов, которая опоясывает Старую Ладогу. Именно поэтому мы решили, что строительство гостиничного комплекса решит одну из насущных задач для туристов и экскурсантов как ночлег.



Месторасположение

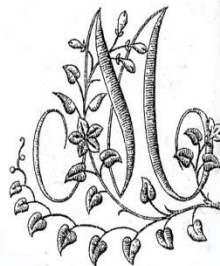
Преимуществами расположения гостиничного комплекса ООО «Минхерц и Компания» состоит из:

1. Нахождения рядом с живописнейшей рекой Волхов, которая будет радовать постояльцев своим видом.
2. Нахождение рядом с объектами туристского интереса, что весьма удобно для экскурсантов.
3. Расположение гостиницы в тихом и уютном месте Старой Ладogi, где клиенты могут расслабиться.
4. Прекрасные и живописные виды, открывающиеся из окна номера.



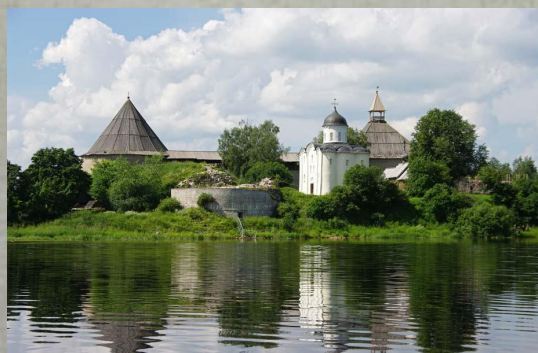
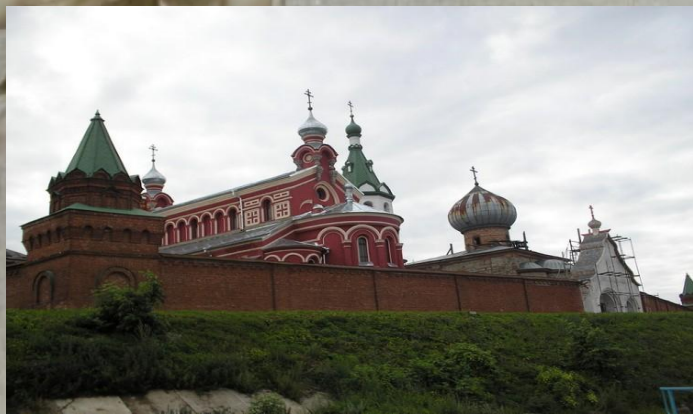
ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ГОСТИЧНОМ КОМПЛЕКСЕ

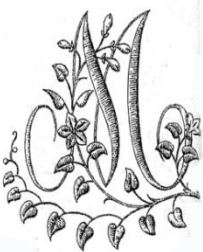
- Трехзвездочная гостиница
- Количество номеров: 20
- 5 домиков отдельно стоящих и 1 большая гостиница на 20 номеров со спа-процедурами и отдельно стоящий ресторан.
- Направленность: школьники, семьи, студенты, пожилые пары.
- Миссия организации: расположение гостей в прекрасном и уединенном месте, включающая в себя питание, экскурсионные программы, аниматорские мероприятия и др.
- Услуги предоставляемые в гостинице:
- Тренажерный зал, бассейн, сауна, спа
- Информационный центр Старой Ладоги
- Экскурсионное обслуживание
- Туры выходного дня



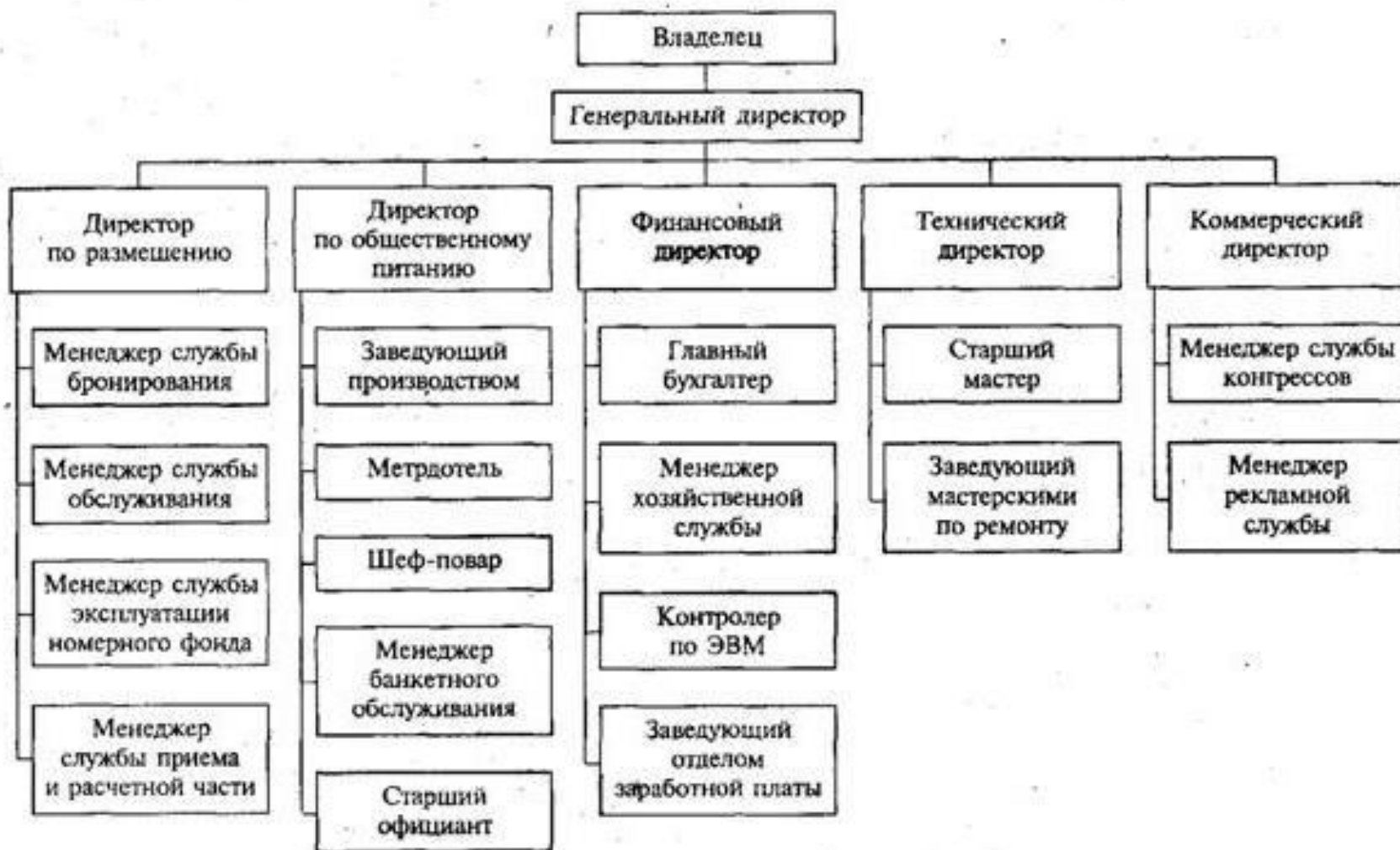
СЕЗОННОСТЬ, СПРОС И ЗАПОЛНЯЕМОСТЬ

- Давно известно, что загрузка гостиниц Санкт-Петербурга имеет ярко выраженную сезонность. Так и наш гостиничный комплекс будет иметь ярко выраженную сезонность.
- Высокий сезон будет наблюдаться летом, так как в это время наш город посещают огромное количество туристов. Несмотря на все попытки туроператоров и отельеров привлечь туристов в город в зимний период, основную долю турпотока (почти три четверти) по-прежнему составляют путешественники, приехавшие в высокий сезон – с мая по сентябрь. Если в теплое время года наш гостиничный комплекс сможет загружаться на 80% и выше, то в холодное время года эта величина составит менее 30%.
- Чтобы сохранить свое положение на рынке и финансовую стабильность, мы будем стремиться привлечь как можно больше бизнес-туристов, поездка которых в наш город никаким образом не будет связана с сезонностью. Для таких путешественников будут разработаны специальные предложения и сервис. Также в низкий сезон нашему гостиничному комплексу сможет помочь гибкая ценовая политика и проведение различных акций по привлечению гостей.





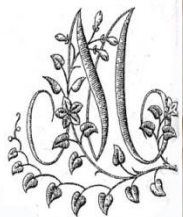
Структура гостиницы





Заработная плата сотрудников

Должность	Зарплата
Генеральный директор	150 000
Менеджер службы приёма и размещения	30 000
Менеджер по обслуживанию гостей	30 000
Администратор	25 000
Швейцар	25 000
Носильщик	15 000
Портье	25 000
Телефонист	25 000
Менеджер службы гостиничного фонда	30 000
Старшая горничная	25 000
Горничная	20 000
Уборщик служебных и общих помещений	18 000
Руководитель бельевой и химчистки	30 000



Работник прачечной и химчистки	20 000
---------------------------------------	---------------

Менеджер службы питания	35 000
-------------------------	--------

Метрдотель	25 000
------------	--------

Шеф-повар	40 000
-----------	--------

Повар	30 000
-------	--------

Старший официант	30 000
------------------	--------

Официант	25 000
----------	--------

Старший бармен	30 000
----------------	--------

Бармен	25 000
--------	--------

Менеджер по персоналу	30 000
-----------------------	--------

Менеджер отдела закупок	35 000
-------------------------	--------

Главный инженер	60 000
-----------------	--------

Финансовый директор	60 000
---------------------	--------

Начальник безопасности	40 000
------------------------	--------

Менеджер по продажам	35 000
----------------------	--------

Вид организации

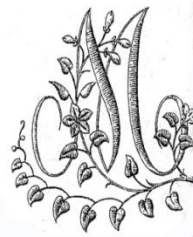
Мы сделали выбор в пользу ООО ввиду следующих преимуществ:

- ограничение имущественной ответственности учредителей по долгам ООО (например, в случае его банкротства) размерами их вкладов в уставный капитал,
- возможность внесения вкладов в уставный капитал в любой форме: как денежными средствами, так и любым имуществом (ценными бумагами, оргтехниккой, оборудованием, мебелью и т.д.),
- отсутствие необходимости регистрации выпуска акций (в отличие от акционерного общества),
- минимальный размер уставного капитала ООО – 10 000 рубл.



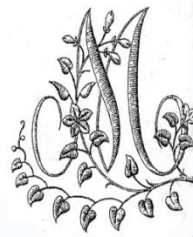
Способы продвижения и реализации гостиничного комплекса:

- Реклама в специализированных печатных изданиях. Статистика свидетельствует о том, что рынок печатных СМИ сокращается ежегодно на 10-15%, поэтому размещая рекламу в журнале, следует не только тщательно проанализировать в каком издании будет красоваться наша реклама, но и креативно, а может даже нестандартно подойти к самой рекламе.
Контекстная и банерная реклама.
Выбирать площадки для рекламы следует исходя из специфики и особенностей гостиницы. Партнерство с туристическими агентствами. Для этого разрабатывается программа лояльности для менеджеров турагентств и выстраиваются партнерские и дружеские отношения:
- Привлечение через социальные сети. Сообщества гостиничного комплекса в социальных сетях позволит не только привлечь новую аудиторию, но и работать со старыми клиентами, оперативно информируя их об акциях, скидках, специальных предложениях. Массовая e-mail рассылка. Многим кажется, что спам никто не читает, однако, как показывает статистика, отклик на рассылку все же есть и составляет примерно 0,5%. СМС рассылка. Наиболее эффективна для гостей, побывавших у нас, так как можно информировать их о проводимых акциях, скидках, спецпредложениях;
Реклама в ЗАГСАХ. Идеально подходит для загородных отелей, где есть возможность провести полноценную свадьбу;
Сарафанное радио.



Виды туризма, присущие для нашего гостиничного комплекса

- Познавательный
- Религиозный
- Рекреационный
- Водный
- Пешеходный
- Велосипедный



Оценка конкурентноспособности

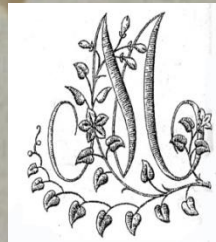
гостиничного комплекса

- Конечная цель любого предприятия гостеприимства — победа в конкурентной борьбе. Победа не разовая, не случайная, а как закономерный итог постоянных и грамотных его усилий. Достигается она или нет — зависит от конкурентоспособности товаров и услуг фирмы, т. е. от того, насколько они лучше по сравнению с услугами конкурентов. В нашем случае мы предоставляем достаточно много услуг, и конкуренция совсем маленькая, таких комплексов в Старой Ладоге почти нет. Поэтому нам нужно всего лишь хорошо прорекламирровать гостиничный комплекс.
- В связи с постоянно возрастающей конкуренцией между гостиницами и гостиничными сетями, неизбежным является необходимость повышения результативности работы гостиничных комплексов, внедрение инновационных методов и технологий в деятельность гостиниц и управление ими, повышение качества обслуживания клиентов, повышение профессионализма сотрудников и т. п. Все это позволит гостиничным комплексам достичь конкурентных преимуществ. И мы сделали для этого все возможное у нас работают лучшие специалисты и мы не отстаем от инноваций!
- Хорошо прорекламирвавав наш комплекс, мы надеемся привлечь клиентов побольше, чтобы бизнес начал развиваться. Итак, чтобы у гостя сложилось незабываемое впечатление и он стал постоянным клиентом и привел своих друзей к нам, мы предлагаем им гостиничное размещение и предоставлять много разных услуг.



Трансферное обеспечение

- *1. Как доехать до Старой Ладogi на машине*
- Чтобы добраться до старой Ладogi — выезжайте из Санкт-Петербурга на Мурманское шоссе. Оно так же называется М18, Е-105 и «Трасса Кола» — все это одна и та же дорога. По шоссе надо ехать долго — сотню километров. Сначала дорога широкая, четырехполосная, потом — Ладожский мост, Синявино, и шоссе становится двухполосным. Так оно идет до 107 километра. Поселок Кисельни — Внимание! На выезде из него — поворот направо с указателем «Волхов — 12 км». Поворачиваем. Через 2 км — развилка без указателей. Здесь налево. Минут 15 по пустынной дороге — и большой нерегулируемый перекресток прямо перед рекой Волхов. Здесь — опять налево. Еще несколько километров — и впереди заветный знак «Старая Ладoga»! А там вы увидите указатель нашего комплекса.
- *2. Как доехать до старой Ладogi на электричке*
- Сразу скажу, что именно до старой Ладogi поезда не ходят. Только до Волхова, а от него до древнего города еще на автобусе надо будет ехать пару десятков километров. Ходят автобусы не часто, электрички — еще реже. Дорога, прямо скажем, не подарок. Тем не менее, в старую Ладogu можно добраться и таким образом тоже. Электрички на Волховстрой ходят с Московского и Ладожского вокзалов, можно сесть и на Сортировке, в Рыбацком или в Обухово. Дорога занимает больше двух часов, поезд идет через Мгу, Назию, Пупышевои другие поселки. Приехав в Волхов, надо пересесть на автобус и доехать уже до пункта назначения — Старой Ладogi.
- *3. Как доехать до Старой Ладogi на автобусе*
- Такой вариант тоже имеет место. Опять-таки — сначала до Волхова, затем — в Старую Ладogu. Автобус идет от от Обводного канала и от Старой Деревни. Ходит 3 автобуса в день. Время в пути — два часа. А потом еще на другом автобусе № 23 и 23А.
- Дорога в Старую Ладogu предоставит вам трансферное обеспечение. Если вы хотите добираться своим путем наш комплекс мы доведем вас до пункта назначения и время





PEST-анализ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА

Политические

Гостиничная инфраструктура «ООО Минхерц и Компания» является предприятием малого бизнеса. В случае увеличения налогов и арендной платы, предприятие может обанкротиться, т.к. оно «процветает» за счет людей приезжающих отдохнуть. При этом возможен рост цен на услуги, что в дальнейшем уменьшит количество клиентов.

Экономический

При увеличении инфляции возрастут цены на услуги. Снижение покупательской способности, потребителей, это соответственно может привести к банкротству, т.к. нет работы, потребителям не выплачивают заработную плату, они смогут пользоваться услугами отеля, что также приведет к банкротству предприятия.

Социальный

Снижение уровня рождаемости и повышение уровня смертности, может оказать влияние на предприятие; миграция, трудоспособность населения также будет оказывать воздействие; имидж компании и узнаваемость бренда, привлекает клиентов; реклама должна быть не дорогой и соответствовать течением времени.

Технологический

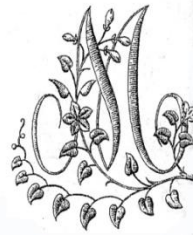
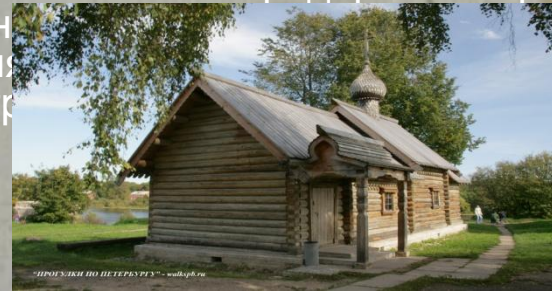
Использование устаревших технологий в туристической инфраструктуре «ООО Минхерц и Компания» приведет к увеличению издержек и цен, а увеличение цен, к сокращению числа потребителей, ведь потребители не станут пользоваться такими услугами.

Прогноз эффективности

- Наша Гостиница была открыта в 2014г. Созданию объекта придавалось особое значение. Гостиница предназначена для отдыха туристов, имеет высокий статус.
- Одной из главных привлекательных особенностей нашей гостиницы, выгодно отличающих его от многих других гостиниц города, является удобное расположение на живописном берегу реки Волхов, в административном, деловом и торговом центре Старой Ладogi.
- В 20 комфортабельных номерах отеля, а также отдельных домиков могут разместиться до 60 гостей. Номера оборудованы ванной, телефоном, спутниковым телевидением, сейфом и другим современным сервисным оснащением.



- **Финансовая перспектива.**
- В связи с постоянным изменением спроса на гостиничные услуги в зависимости от времени года или просто скачкообразно, менеджер должен обеспечить, чтобы персонал оставался занятым и продуктивным. Всего применялось два фундаментальных способа по расширению границ прибыльности бизнеса. Один заключается в увеличивающемся спросе на услуги или продукцию, а другой – в сокращении фиксированных и изменяемых издержек и расходов
- **Внутренняя перспектива бизнеса.**
- Вторая перспектива системы сбалансированных результатов – это внутренняя перспектива бизнеса. Сюда включается деятельность и процессы, в которых гостиница должна быть лучше всех, чтоб быть успешной.
- **Перспективы для клиентов.**
- Важным фактором успешного ведения гостиничного бизнеса является применение в деятельности предприятий принципов менеджмента, из которых



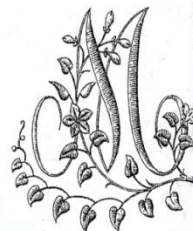
SWOT – анализ

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ

1. Крайне привлекательное расположение гостиницы (далеко от центра Старой Ладоги, рекреационная зона).
2. Номерной фонд гостиницы отвечает международным требованиям, предъявляемым гостиницам этого класса.
3. Высокий уровень квалификации персонала
4. Комплекс дополнительных услуг (парикмахерская, косметологический кабинет, ресторан и др.)

ВОЗМОЖНОСТИ

1. Рост деловой активности, увеличение турпотока, которое приведет к увеличению спроса на рынке.
2. Создание собственной парковки и возможность взятия в аренду пляжного участка.
3. Расширение круга сотрудничества с различными турагенствами и туроператорами.
4. Повышение уровня сервиса.



СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

Угрозы

1. Недостаточное количество ресторанов.
2. Туристическая инфраструктура расположена только в Старой Ладоге и не имеет представительств в других местах.
3. Отсутствие маркетинговой службы и, как следствие, отсутствие ясной стратегии поведения на рынке курортных услуг.
4. Неудовлетворительное владение обслуживающим персоналом иностранными языками.

1. Нестабильность социально-экономической и политической ситуации.
2. Низкий уровень доходов большей части населения.
3. Обострение конкурентной борьбы.

Из SWOT – анализа видно, что гостиничный комплекс обладает достаточно устойчивыми финансовыми ресурсами, которые позволяют ей проводить как внутренний ремонт и реконструкцию, так и реформу внутреннего управления персоналом. В то же время неповоротливая организация высшего менеджмента не позволяет гостинице оперативно реагировать на постоянно изменяющиеся запросы потребителей гостиничных услуг и в долгосрочной перспективе это может привести к неблагоприятным последствиям для организации в целом.



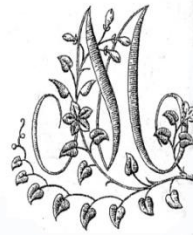
Классификация номеров гостиничного комплекса

- Одноместные
- Двухместный
«стандарт»
- Двухместный
«комфорт»
- Семейный
- Полулюкс
- Люкс

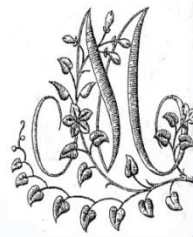


Классификация коттеджей на территории гостиницы

- Стандарт
- VIP



Внешний вид персонала



Прайс-лист

Виды номеров	Стоимость
Одноместный номер	3000
Двухместный стандарт	3500
Полулюкс	4000
Люкс	5500
Двухместный номер Комфорт	6000
Семейный	6500
Коттедж	9000
VIP Коттедж	11500
Доп. место взрослое (старше 12 лет)	2000 руб./сутки
Доп. место детское (3-12 лет)	1500 руб./сутки



Акции гостиницы

• РАННЕЕ БРОНИРОВАНИЕ СО СКИДКОЙ ДО 25%

• Дорогие гости!

Мы рады сообщить Вам, что в нашей гостинице действуют скидки на раннее бронирование.

При бронировании за 2 недели на период проживания 7 дней Вы получаете скидку в размере 25% от стоимости всех типов номеров.

• Программа поощрения и скидки на длительное проживание

Дорогие Гости!

Мы рады сообщить, что если Вы проживаете в нашем отеле более одной недели, предоставляются следующие знаки поощрения:

-в конце первой недели проживания в номере – ваза с фруктами;

-в конце второй недели проживания в номере – бутылка вина и коробка конфет;

-в конце третьей недели проживания в номере – приглашение в театр для двоих.

• Бесплатный Wi-Fi

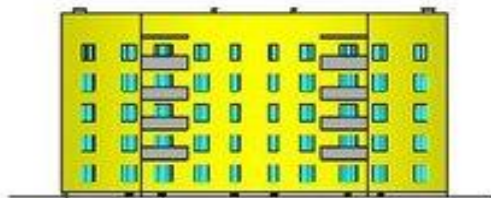


- Одна ночь в подарок
- Дорогие Гости! Предлагаем Вам забронировать номер в нашем отеле на две ночи и третью ночь получить в подарок
- Предложение для молодоженов
- Дорогие молодожены! Предлагаем Вам остановиться в номере нашего отеля и получить скидку 30%, а так же воспользоваться специальным предложением, в которое входит: - проживание в комфортном номере; -завтрак для двоих; -безалкогольные напитки и мягкие халаты; -украшение номера; -шампанское и шоколад в номере; -возможен завтрак в номер; -поздний выезд до 16.00.
- Посещение сауны в подарок
- Дорогие Гости! При проживании от 5 суток в номерах отеля мы подарим Вам посещение сауны на один час.
- Скидка 20% именинникам
- Дорогие Гости! Мы рады сообщить Вам, что наш отель всем именинникам предоставляет скидку 20% на проживание, при предъявлении паспорта.
*Акция действует за пять дней до дня рождения, а так же пять дней после него.

План гостиничного комплекса

Общая сметная стоимость:

Отель со спа процедурами 35432664 руб.



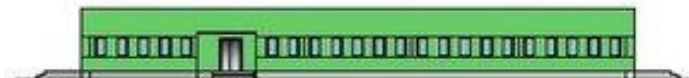
Коттедж для VIP персон 19129468 руб.



Коттедж 36-36 11535781 руб.



Ресторан 25243667 руб.

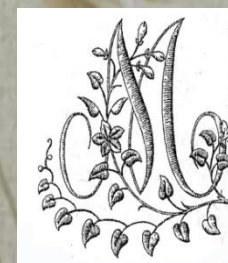


Наш гостиничный комплекс включает в себя:
4 отдельно стоящих домиков и 1 виллу-дом
1 большая гостиница на 20 номеров и отдельный комплекс для спа-процедур также
включающий в себя тренажерный зал и сауну.
стойка информации
Ресторан.

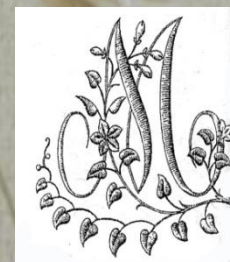


Стоимость дополнительных услуг

Наименование услуги	Стоимость
Сауна	350
Массаж	600
Тренажерный зал	500
Посещение сауны + тренажёрного зала	450



Ресторан «Schwabski Domik»



Меню ресторана



ХОЛОДНЫЕ ЗАКУСКИ



Большая Швабская пивная тарелка

Валеные острове колбаски «Фабрикурст», мясной сыр «Флайшкэсе», бастурма, колбаса «Салзми», говядина с/х, сыр «Мешел» и «Гауда», сырные палочки



240/22/10

ДЕСЕРТЫ



Грушево-вишневый штрудель с вишневым соусом



130/60/40

СУПЫ



Бульон с маулшашен



90/200



Творожно-маковый штрудель с клюквенным соусом



150/60/40



Бульон с кнеделями из телячьей печени



200/100



Яблочный штрудель с ванильным соусом



150/60/40

Брецель

70/10



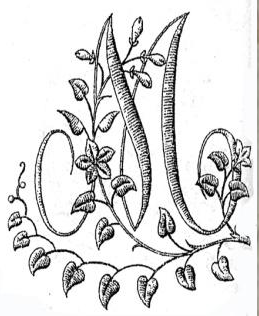
Слоган и цветовая гамма гостиничного комплекса

- Слоган: ООО «Минхерц и компания»

Мы открываем секреты гостеприимства, только у нас все радости мира! А главное - тепло и уют по комфортной цене!



- Наш гостиничный комплекс представлен в немецком стиле. Стиль, в основе которого лежит практичность, экономичность и рациональность. Это проявляется во всем – в планировке, оформлении, выборе материалов и особенностях конструкции. При оформлении помещений в немецком стиле чаще всего используют спокойную неброскую цветовую гамму, ярких цветов стараются избегать, а цветовые акценты делаются с помощью подобранных функциональных аксессуаров или с применением текстиля.



Выручка от продаж (прогноз) при реализации проекта

Показатели	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	ВСЕГО
1	2	3	4	5	6	7
1.Объём предоставленных услуг, комнато-дни	32850	34493	36217	38028	39930	181518
2.Прогнозируемая цена 1 номера в сутки, руб.	3200	3520	3872	4260	4686	-
3.Выручка от основной деятельности, тыс.руб.	105120	121410	140230	162000	187110	715870
4.Выручка от неосновной деятельности, тыс.руб.	10512	12141	14023	16200	18711	71587
5.ИТОГО выручка от продаж	115632	133551	154253	178200	205821	7874





- Проект рассчитан на 5 лет. При этом:
- 1. Коэффициент загрузки мест составляет 0,75 в первый год реализации проекта. Объем продаж ежегодно возрастает на 5%;
- 2. Выручка от прочих услуг принята укрупненно, в размере 10% от выручки от основной деятельности;



цен с



Оценка накладных расходов

Смета накладных расходов на первый год реализации проекта (тыс.руб.)



Показатели	Сумма
1	2
1.Заработная плата вспомогательного персонала;	5574
2. Заработная плата управленческого персонала;	2536
3.Единый социальный налог;	2109
4.Энергия и освещение;	4420
5.Амортизация основных фондов;	6396
6.Вспомогательные материалы;	2638
7.Текущий ремонт;	2000
8.Налог на имущество;	1656
9.Страхование;	1500
10.Прочие расходы	315
11.ИТОГО накладные расходы	30145

Принимаем к дальнейшему расчёту:

- 1 год – 30145 тыс.руб.;
- 2 год – 33160 тыс.руб.;
- 3 год – 36475 тыс.руб.;
- 4 год – 40120 тыс.руб.;
- 5 год – 44135 тыс.руб.

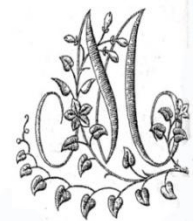


Расчёт коммерческих и управленческих расходов

Смета текущих расходов на первый год реализации проекта (тыс.руб.)



Статьи расходов	Сумма
1	2
1.Расходы на продажи	17149
1.1.Заработная плата коммерческих агентов;	6914
1.2.Единый социальный налог;	1797
1.3.Расходы на рекламу;	3469
1.4.Телефонные расходы;	1369
1.5.Прочие расходы на продажи	3600
2.Общие и административные расходы	10016
2.1.Заработная плата административного персонала (с ЕСН);	5188
2.2.Заработная плата прочих служащих (с ЕСН);	1513
2.3.Энергия и освещение;	1081
2.4.Амортизация офисного оборудования;	389
2.5.Прочие общие расходы	1845
3.ВСЕГО текущие расходы	27165



Принимаем к расчёту:

1. Коммерческие расходы

- 1 год – 17149 тыс.руб.;
- 2 год – 18864 тыс.руб.;
- 3 год – 20750 тыс.руб.;
- 4 год – 22825 тыс.руб.;
- 5 год – 25108 тыс.руб.



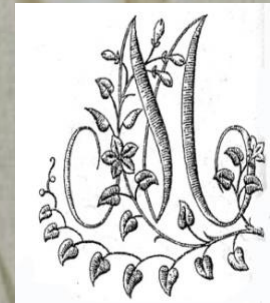
2. Общие и административные расходы:

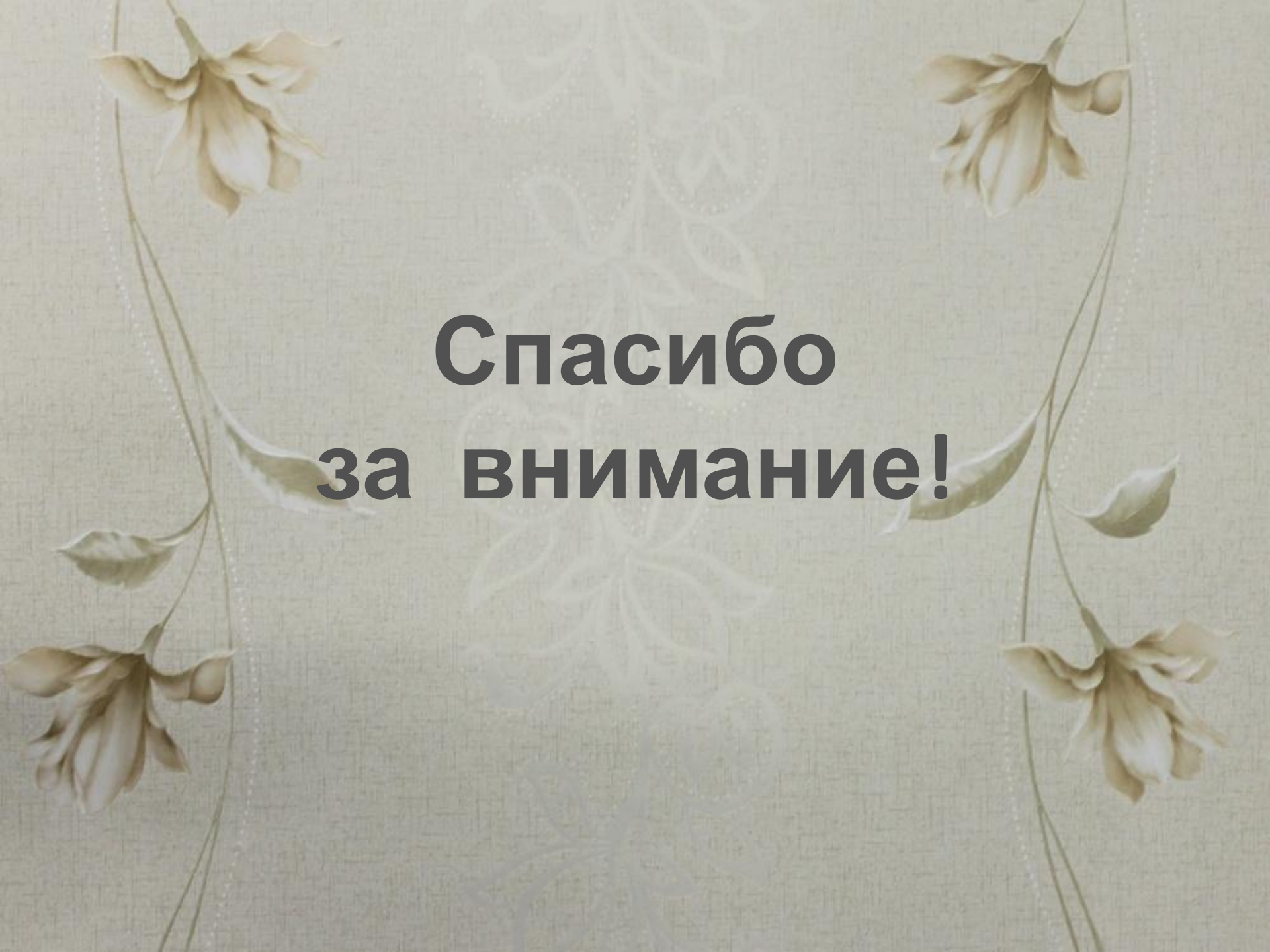
- 1 год – 10016 тыс.руб.;
- 2 год – 11018 тыс.руб.;
- 3 год – 12119 тыс.руб.;
- 4 год – 13331 тыс.руб.;
- 5 год - 14664 тыс.руб.



Оценка эффективности проекта

- Для оценки эффективности проекта используем метод чистой приведённой стоимости, который основан на сопоставлении дисконтированной стоимости денежных поступлений за прогнозируемый период и инвестиций. Под денежными поступлениями понимается сумма чистой прибыли и амортизационных отчислений:
- $R_t = \Pi_t + A_t$,
- Чистая текущая стоимость определяется по формуле:
- $NPV = \sum_{i=1}^n R_i / (1+i)^i - JC$,
- $i = 0,16$
- Где JC – объем инвестиций, который на начало реализации проекта принимается как завершённый;
- R_i – элемент потока денежных поступлений в i -ом году;
- $i = 0,16$ – коэффициент дисконтирования, учитывающий средний уровень риска проекта;
- i – порядковый номер года реализации проекта.
- При $NPV > 0$, проект признаётся эффективным.
- Имеем:
- $NPV = 24411 + 6396 / (1+0,16)^1 + 35486 + 6396 / (1+0,16)^2 + 48039 + 6396 / (1+0,16)^3 + 59405 + 6396 / (1+0,16)^4 + 72796 + 6396 / (1+0,16)^5 = 30807 / 1,16 + 41882 / 1,346 + 54435 / 1,561 + 65801 / 1,811 + 79192 / 2,1 - 75250 = 26558 + 31116 + 34872 + 36334 + 37771 - 75250 = +91341$ тыс.руб.
- Таким образом, проект экономически эффективен ($NPV > 0$). При этом срок окупаемости проекта не превысит трёх лет.





**Спасибо
за внимание!**