Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса, управления и психологии»

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА

ДОЛГИЙ АНДРЕЙ ВАСИЛЬЕВИЧ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

# ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА В УСЛОВИЯХ МУНИЦИПАЛЬНО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Студент (А.В. Долгий )

Руководитель (И. А. Леута )

Консультанты:

Нормоконтроль (В.А. Петлина)

Допускается к защите

Зав.кафедрой

Т.В. Дубровская

«22» 06. 2018г.

Красноярск-2018

Автономная некоммерческая организация высшего образования

«Сибирский институт бизнеса, управления и психологии»

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Т. В. Дубровская
подпись И.О. Фамилия
«16» апреля 2018 г.

# ЗАДАНИЕ
## на выпускную квалификационную работу

Студенту Долгому Андрею Васильевичу
направления 38.03.02 Менеджмент профиль «Финансовый менеджмент»
1. Тема работы ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА В УСЛОВИЯХ МУНИЦИПАЛЬНО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА
Утверждена приказом по институту от 19апреля 2018 г. № 57/1-УО
2. Срок сдачи работы 11.06.2018
3. Содержание пояснительной записки:
Введение
1. ГОСУДАРСТВЕННО – ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО
2.АНАЛИЗ БИЗНЕС-ИДЕИ СТОИТЕЛЬСТВА СПОРТИВНО-ОЗДАРОВИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА
3. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА СТРОИТЕЛЬСТВА СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ, ПРИЛОЖЕНИЕ
4. Консультанты по разделам работы нормоконтроль – ПетлинаВ.А.
5. График выполнения: Введение, 1 глава - 16.04.2018г. –25.04.2018г.
2 глава- 16,04.2018 г. –10.05.2018 г.
3 глава, заключение, оформление – 16.04.2018г.- 11.06.2018 г.
подготовка доклада, презентации, защита ВКР – 12.06.2018 г. -28.06.2018 г.

Дата выдачи задания «16» апреля 2018г.

Руководитель выпускной квалификационной работы _____ подпись И. А. Леута И.О. Фамилия

Задание принял к исполнению _____ подпись А.В.Долгий И.О. Фамилия

# РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа 61 с., таблиц 14, источников 25.

АНАЛИЗ РЫНКА, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОЕКТА, АНАЛИЗ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ, МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН, ОБЪЕМ ПРОДАЖ.

Цель работы – провести оценку эффективности проекта строительства спортивно-оздоровительного комплекса с бассейном в условиях муниципально-частного партнерства.

Метод исследования – аналитический, системный анализ, индуктивный метод.

Проведен анализ состояния рынка спортивно-оздоровительных услуг г. Красноярска. Была произведена оценка эффективности проекта в условиях муниципально-частного партнерства.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....5
1 ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО.....6
1.1 Цели, виды и юридическая форма государственно-частного партнерства.....6
1.2 Связь инвестиционных проектов и государственно-частного партнерства.....9
1.3 Сущность муниципально-частного партнерства.....11
2 АНАЛИЗ БИЗНЕС-ИДЕИ СТОИТЕЛЬСТВА СПОРТИВНО-ОЗДАРОВИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА.....23
2.1 Сущность проекта спортивно-оздоровительного комплекса.....23
2.2 Анализ рынка спортивно-оздоровительных услуг г.Красноярска.....32
3 ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА СТРОИТЕЛЬСТВА СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА.....42
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....54
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....55
ПРИЛОЖЕНИЯ.....58

# ВВЕДЕНИЕ

Недостаток физической культуры – оборотная сторона научно технического прогресса – характерная черта нашего времени. Этот недостаток ощущается на производстве, даже в сельском хозяйстве, в быту и повседневной жизни.

Наукой доказано, что долголетие и высокая трудоспособность невозможны без активного двигательного режима. «Самое дорогое у человека – это движение», – говорил И. П. Павлов. Движение – основа жизни.

Современный взрослый человек очень мало двигается в связи с особенностями своей работы или же по другим причинам. Одних приводит желание поддержать физическую форму, других достичь спортивных результатов, третьих завести приятные знакомства. Понимая это, возникла идея постройки спортивно-оздоровительного комплекса. Место для него было выбрано самое подходящее, а именно в Свердловском районе города Красноярска.

Так как ни один из спортивно-оздоровительных комплексов существующих в этом районе не может предоставить относительно полный комплекс услуг, который сможет предоставить планируемый спортивно-оздоровительный комплекс, это место оказалось идеальным.

Тема дипломного проекта: «Оценка эффективности проекта в условиях муниципально-частного партнерства». Исходя из темы дипломного проекта, были определены следующие цели и задачи ВКР:

1) Изучить и обобщить материалы научной и методической литературы по вопросам инвестиционного проектирования и оценке эффективности инвестиционных проектов в условиях муниципально-частного партнерства.

2) Произвести расчет и оценку эффективности проекта новой организации в сфере спортивно-оздоровительных услуг.

# 1.ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО.

## 1.Цели, виды и юридическая форма государственно-частного партнерства.

Государственно-частное партнерство — юридически оформленное на определенный срок и основанное на объединении ресурсов, распределении рисков сотрудничество публичного партнера, с одной стороны, и частного партнера, с другой стороны, осуществляемое на основании соглашения о государственно-частном партнерстве, в целях привлечения в экономику частных инвестиций, обеспечения доступности и повышения качества товаров, работ, услуг, обеспечение которыми потребителей обусловлено полномочиями органов государственной власти и органов местного самоуправления.

Использование механизмов частно-государственного партнерства (ГЧП) в настоящее время получает широкое распространение в Российской Федерации.

ГЧП включает в себя ряд форм сотрудничества, позволяющих государству и частному сектору извлекать взаимную выгоду.

ГЧП обращается к инновационным методам, применяемым государственным сектором для заключения контракта с частным сектором, использующим свой капитал и управленческий потенциал при реализации проектов в соответствии с установленными временными рамками и бюджетом. Государственный сектор сохраняет ответственность за обеспечение населения этими услугами выгодным для него способом и оказывает позитивное воздействие на экономическое развитие и повышение качества жизни населения.

ГЧП рассматривает как конкретные проекты, реализуемые совместно государственными органами и частными компаниями на объектах федеральной, региональной и муниципальной собственности.

Проанализировав юридическую литературу, можно сделать вывод о том, что, большая часть авторов склоняется к делению проектов ГЧП на

договорные и институциональные формы. Так, договорная форма публично-частного партнерства характеризуется такими признаками, как: договорные начала; субъектом со стороны частного партнера может быть консорциум. Отличие от договорной формы состоит в том, что риски распределяются не только в рамках соглашения, но и в рамках корпоративной структуры; имеют место капитальные инвестиции, поддержка и эксплуатация. Однако если понимать ГЧП в широком смысле - как любого рода сотрудничество публичного и частного партнерств, то становится очевидной необходимость расширения вышеуказанной классификации.

Юридическая форма государственно-частного партнерства.

1)Любые взаимовыгодные формы взаимодействия государства и бизнеса;

2)Государственные контракты

Государственный контракт – это гражданско-правовой договор на поставку товаров, предоставление услуг или выполнение работ для обеспечения нужд государственных и муниципальных организаций. Формально такой контракт заключается от имени Российской Федерации или ее субъекта. Данная норма обозначена в статье 3 Закона 44-ФЗ. В качестве поставщика же может выступать любое физическое или юридическое лицо вне зависимости от организационной формы. Несмотря на то, что подобное соглашение по сути является гражданско-правовым договором, в системе государственных и муниципальных закупок термин «договор» не используется, он заменен термином «контракт» (статья 1 Закона 44-ФЗ).

3)Арендные отношения

Под договором аренды (имущественного найма) понимается гражданско-правовой договор, по которому одна сторона — арендодатель (наймодатель) обязуется предоставить другой стороне — арендатору (нанимателю) за плату определенное имущество во временное владение и пользование или во временное пользование.;

4)Финансовая аренда (лизинг);

Это договор финансовой аренды, по которому лизингополучатель (арендатор) может использовать имущество, принадлежащее лизингодателю (арендодателя) и приобретенное по заказу лизингополучателя, за определенную периодическую плату. Важнейшим элементом этого договора является то, что юридическая собственность(сохраняемая лизинговой компанией) отделяется от экономического использования актива (находящегося во владении арендатора). Лизинговую компанию интересует способность арендатора осуществлять арендную плату, а не его кредитная история, активы или собственный капитал. Такой договор особенно удобен новым, малым или средним предприятиям, не имеющим длительной финансовой истории. Обеспечением сделки является само лизинговое имущество.

5)Государственно-частные предприятия;

Предприятия имеют стратегическое значение и не могут быть приватизированы, но, с другой стороны, государство не всегда обладает достаточным объемом средств, необходимых для их поддержки и развития. В этом случае применяется такая форма взаимодействия власти и бизнеса, как государственно-частное партнерство.

6)Соглашения о разделе продукции (СРП);

Соглашение о разделе продукции (далее - соглашение) является договором, в соответствии с которым Российская Федерация предоставляет субъекту предпринимательской деятельности (далее - инвестор) на возмездной основе и на определенный срок исключительные права на поиски, разведку, добычу минерального сырья на участке недр, указанном в соглашении, и на ведение связанных с этим работ, а инвестор обязуется осуществить проведение указанных работ за свой счет и на свой риск. Соглашение определяет все необходимые условия, связанные с пользованием недрами, в том числе условия и порядок раздела произведенной продукции между сторонами соглашения в соответствии с положениями настоящего Федерального закона.

7)Концессионные соглашения;

По концессионному соглашению одна сторона (концессионер) обязуется за свой счет создать и (или) реконструировать определенное этим соглашением имущество (недвижимое имущество или недвижимое имущество и движимое имущество, технологически связанные между собой и предназначенные для осуществления деятельности, предусмотренной концессионным соглашением) (далее - объект концессионного соглашения), право собственности на которое принадлежит или будет принадлежать другой стороне (концеденту), осуществлять деятельность с использованием (эксплуатацией) объекта концессионного соглашения, а концедент обязуется предоставить концессионеру на срок, установленный этим соглашением, права владения и пользования объектом концессионного соглашения для осуществления указанной деятельности.

1.2 Связь инвестиционных проектов и государственно-частного партнерства.

Инвестиционный проект — объект реального инвестирования, намечаемый к реализации в форме приобретения, нового строительства, расширения, реконструкции и т.п. на основе рассмотрения и оценки бизнес-плана. Совокупность реализуемых инвестиционных проектов представляет собой инвестиционную программу

Инвестиционная программа — обособленная часть реализуемого инвестиционного портфеля компании, сформированная по отраслевому, региональному или иному признаку в целях удобства управления.

Представлены основные действия, осуществляемые в рамках этапов разработки инвестиционных проектов:

1.Рыночное обоснование на основе маркетингового исследования. Потенциальный план продаж будущей продукции эксплуатационной фазы, который основан на рыночном спросе и предваряет вопрос о состоятельности самой идеи запуска проекта в реализацию.

2.Уточнение концепции. Результаты предыдущего этапа могут несущественно или радикально изменить взгляд на направление инвестиционной задачи. Тем не менее, проект должен оставаться в «фарватере» стратегии развития компании.

3.Техническое и технологическое обоснование инвестиций.

4.Обоснование стоимости, экономики и финансовой эффективности инвестиций в объекты.

5.Оценка институциональной среды проекта. Рассматриваются основные институты государства и бизнеса. К ним относятся: политическая обстановка, среда внешнего и внутреннего администрирования, правовая инфраструктура, налоги и уровень организации.

6.Выполнение первой итерации финансового моделирования и поиска оптимальных путей выполнения мероприятия.

7.Экологический анализ.

8.Выявление, идентификация и оценка рисков проекта.

9.Разработка технико-экономического обоснования.

10.Разработка бизнес-плана.

Виды инвестиционных проектов

1)Инвестиционные - экономический или социальный проект, основывающийся на инвестициях; обоснование экономической целесообразности, объёма и сроков осуществления прямых инвестиций в определённый объект, включающее проектно-сметную документацию, разработанную в соответствии с действующими стандартами.

2)Инновационные - проект, содержащий технико-экономическое, правовое и организационное обоснование конечной инновационной деятельности.

Итогом разработки инновационного проекта служит документ, включающий в себя подробное описание инновационного продукта, обоснование его жизнеспособности, необходимость, возможность и формы

привлечения инвестиций, сведения о сроках исполнения, исполнителях и учитывающий организационно-правовые моменты его продвижения.

3)Социальные инвестиционный проект – это особая форма организации деятельности, способствующая достижению социально значимого результата посредством заранее определенной последовательности и способов действий.

4)Экономические- Это проект который способствует улучшению экономического состояния на территории где он будет реализован.

5)Экологический - направлен на улучшение или поддержания состояния экологической среды.

Так же существует муниципально-частное партнерство. Выполняет теже функции что и государственно-частное партнерство, но на уровене края, района или области.

## 1.3 Сущность муниципально-частного партнерства.

Муниципально-частное партнерство представляет собой совокупность форм и механизмов средне- и долгосрочного взаимовыгодного сотрудничества между муниципальным образованием, с одной стороны, и хозяйствующими субъектами, с другой стороны, с целью реализации общественно значимых проектов на территории муниципального образования.

Реализация проектов муниципально-частного партнерства решает следующие задачи:

1)привлечение инвестиций в экономику и социальную сферу муниципального образования;

2)обеспечение эффективного использования имущества, находящегося в муниципальной собственности.

Участие в муниципально-частном партнерстве, как правило, осуществляется в целях создания (строительства, реконструкции) и (или) эксплуатации следующих объектов:

1)транспортной инфраструктуры и транспорта общего пользования;

2)системы коммунального хозяйства, включая объекты водо-, тепло-, газо- и энергоснабжения, водоотведения, очистки сточных вод, переработки и утилизации (захоронения) бытовых отходов, а также объекты обеспечения функционирования и благоустройства жилищного и нежилого фонда на территории муниципального образования;

3)объектов энергоснабжения, включая энергогенерирующие системы, а также системы передачи и распределения энергии;

4)объектов подвижной и стационарной связи и телекоммуникаций муниципальной собственности;

5)объектов, используемых для осуществления медицинской, лечебно-профилактической и иной деятельности в системе муниципального здравоохранения;

6)объектов образования, воспитания, культуры и иных объектов социально-культурного и социально-бытового обслуживания;

7)объектов, используемых для осуществления туризма, рекреации и спорта.

Основными формами муниципально-частного партнерства являются:

1)финансирование части расходов на реализацию социальных программ, инвестиционных проектов;

2)предоставление имущества в пользование.

Муниципальная поддержка муниципально-частного партнерства в осуществляется в следующих формах:

1)предоставление субсидий;

установление льготных ставок арендной платы за пользование имуществом, находящимся в муниципальной собственности Краснооктябрьского муниципального района;

2)предоставление муниципальных гарантий.

Объектом соглашения могут являться:

1)транспорт и дорожная инфраструктура;

2)система коммунальной инфраструктуры, объекты благоустройства;

3)объекты, используемые для осуществления медицинской, лечебно-профилактической и иной деятельности в системе здравоохранения;

4)объекты образования, культуры, спорта, туризма, социального обслуживания, иные объекты социально-культурного назначения;

5)объекты торговли, бытового обслуживания и общественного питания;

6)объекты производства, хранения, переработки сельскохозяйственной продукции.

Полномочия субъектов Российской Федерации в сфере государственно-частного партнерства, в сфере муниципально-частного партнерства

1. К полномочиям высшего исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации в сфере государственно-частного партнерства, в сфере муниципально-частного партнерства относится принятие решения о реализации проекта государственно-частного партнерства, если публичным партнером является субъект Российской Федерации либо планируется проведение совместного конкурса с участием субъекта Российской Федерации (за исключением случая, в котором планируется проведение совместного конкурса с участием Российской Федерации), а также осуществление иных полномочий, предусмотренных настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами, иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации.

2. В случае, если публичным партнером является субъект Российской Федерации, высший исполнительный орган государственной власти субъекта Российской Федерации определяет орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации в целях осуществления следующих полномочий:

1) обеспечение межведомственной координации деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации при реализации соглашения о государственно-частном партнерстве, публичным партнером в котором является субъект Российской Федерации, либо соглашения о

государственно-частном партнерстве, в отношении которого планируется проведение совместного конкурса с участием субъекта Российской Федерации (за исключением случая, в котором планируется проведение совместного конкурса с участием Российской Федерации);

2) оценка эффективности проекта государственно-частного партнерства, публичным партнером в котором является субъект Российской Федерации, и определение сравнительного преимущества этого проекта в соответствии с частями 2 - 5 статьи 9 настоящего Федерального закона, а также оценка эффективности проекта муниципально-частного партнерства и определение его сравнительного преимущества в соответствии с частями 2 - 5 статьи 9 настоящего Федерального закона;

3) согласование публичному партнеру конкурсной документации для проведения конкурсов на право заключения соглашения о государственно-частном партнерстве, публичным партнером в котором является субъект Российской Федерации;

4) осуществление мониторинга реализации соглашений;

5) содействие в защите прав и законных интересов публичных партнеров и частных партнеров в процессе реализации соглашения о государственно-частном партнерстве;

6) ведение реестра заключенных соглашений;

7) обеспечение открытости и доступности информации о заключенных соглашениях о государственно-частном партнерстве, если публичным партнером в соглашении является субъект Российской Федерации;

8) представление в определенный Правительством Российской Федерации федеральный орган исполнительной власти результатов мониторинга реализации соглашения, публичным партнером в обязательствах по которому является субъект Российской Федерации, либо соглашения,

заключенного на основании проведения совместного конкурса с участием субъекта Российской Федерации, либо соглашения о муниципально-частном партнерстве, планируемого, реализуемого или реализованного на территории муниципального образования, входящего в состав соответствующего субъекта Российской Федерации;

9) осуществление иных полномочий, предусмотренных настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами, законами и нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации.

3. Высший исполнительный орган государственной власти субъекта Российской Федерации вправе направить проект государственно-частного партнерства на оценку его эффективности и определение сравнительного преимущества проекта государственно-частного партнерства в соответствии с частями 2 - 5 статьи 9 настоящего Федерального закона в федеральный орган исполнительной власти, уполномоченный на осуществление государственной политики в области инвестиционной деятельности.

Порядок заключения соглашения о государственно-частном партнерстве, соглашения о муниципально-частном партнерстве

1. Публичный партнер в течение пяти дней со дня подписания членами конкурсной комиссии протокола о результатах проведения конкурса направляет победителю конкурса экземпляр указанного протокола, проект соглашения, включающий в себя условия соглашения, определенные решением о реализации проекта, конкурсной документацией и представленным победителем конкурса конкурсным предложением, а также иные предусмотренные настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами условия. Соглашение должно быть подписано в срок, установленный конкурсной документацией, но не ранее десяти дней с момента размещения итогового протокола о результатах проведения конкурса на официальном сайте Российской Федерации в информационно-телекоммуникационной сети

"Интернет" для размещения информации о проведении торгов, определенном Правительством Российской Федерации, в случае проведения открытого конкурса.

2. В случае, если до установленного конкурсной документацией дня подписания соглашения победитель конкурса не представил публичному партнеру документы, предусмотренные конкурсной документацией и (или) проектом соглашения, публичный партнер вправе принять решение об отказе в заключении соглашения с указанным лицом.

3. После дня подписания членами конкурсной комиссии протокола о результатах проведения конкурса публичный партнер на основании решения о реализации проекта проводит переговоры в форме совместных совещаний с победителем конкурса или с иным лицом, в отношении которого принято решение о заключении соглашения в соответствии с настоящим Федеральным законом, в целях обсуждения условий соглашения и их возможного изменения по результатам переговоров. По результатам переговоров не могут быть изменены существенные условия соглашения, а также те условия, которые являлись критериями конкурса и (или) содержание которых определялось на основании конкурсного предложения лица, в отношении которого принято решение о заключении соглашения. Срок и порядок проведения переговоров определяются конкурсной документацией. Конкурсной документацией должны быть предусмотрены условия соглашения, которые не подлежат изменению в ходе переговоров, и (или) условия, которые подлежат изменению с соблюдением предусмотренного конкурсной документацией порядка. Сообщение о заключении соглашения подлежит размещению на официальном сайте публичного партнера в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" в порядке и в сроки, которые установлены Правительством Российской Федерации, высшим исполнительным органом государственной власти субъекта Российской Федерации, главой муниципального образования в решении о реализации проекта.

4. Результаты переговоров, проведенных в соответствии с частью 3 настоящей статьи, оформляются протоколом в двух экземплярах, один из которых направляется победителю конкурса. По результатам данных переговоров публичный партнер направляет соглашение и прилагаемый протокол переговоров на согласование в уполномоченный орган на предмет соответствия соглашения конкурсной документации, в том числе в части учета результатов оценки эффективности проекта и определения его сравнительного преимущества. В случае согласования уполномоченным органом соглашения и прилагаемого протокола переговоров уполномоченный орган в течение пяти дней направляет подписанное соглашение публичному партнеру.

5. Соглашение заключается в письменной форме с победителем конкурса или иным лицом, указанным в пунктах 1 - 4 части 2 и части 24 статьи 19 настоящего Федерального закона, при условии представления ими документов, предусмотренных конкурсной документацией и подтверждающих обеспечение исполнения обязательств по соглашению в случае, если такое обеспечение исполнения обязательств предусмотрено конкурсной документацией.

6. Соглашение вступает в силу с момента его подписания, если иное не предусмотрено соглашением.

Предоставление частному партнеру земельного участка, лесного участка, водного объекта, части водного объекта, участка недр и их использование

1. Земельный участок, на котором расположен объект соглашения и (или) который необходим для осуществления деятельности, предусмотренной соглашением, лесной участок (строительство гидротехнических сооружений и специализированных портов, линий электропередачи, линий связи, дорог и других линейных объектов, объектов производства, первичной и последующей (промышленной) переработки и хранения сельскохозяйственной продукции, физкультурно-оздоровительных, спортивных и спортивно-технических

сооружений, объектов охотничьей инфраструктуры), водный объект или часть водного объекта (строительство причалов, судоподъемных и судоремонтных сооружений, стационарных и (или) плавучих платформ и искусственных островов, гидротехнических сооружений, мостов, подводных и подземных переходов, подводных линий связи и коммуникаций, других линейных объектов связи и коммуникаций, проведение дноуглубительных, взрывных, буровых и других работ, связанных с изменением дна и берегов водных объектов), участок недр (строительство и эксплуатация подземных сооружений, не связанных с добычей полезных ископаемых), необходимые для осуществления деятельности, предусмотренной соглашением, предоставляются частному партнеру в аренду в соответствии с земельным, лесным, водным законодательством, законодательством Российской Федерации о недрах без проведения торгов на срок, который устанавливается соглашением в соответствии с земельным, лесным, водным законодательством, законодательством Российской Федерации о недрах и не может превышать срок действия такого соглашения.

2. Договор аренды земельного участка должен быть заключен с частным партнером не позднее чем через пятнадцать дней со дня подписания соглашения, если такой земельный участок образован и иные сроки не установлены конкурсной документацией, или не позднее чем через шестьдесят дней, если такой земельный участок предстоит образовать и иные сроки не установлены конкурсной документацией. Использование частным партнером предоставленных ему земельного участка, лесного участка, водного объекта, участка недр осуществляется в соответствии с земельным, лесным, водным законодательством, законодательством Российской Федерации о недрах.

3. Земельный участок, лесной участок, водный объект, часть водного объекта, участок недр, предоставляемые в соответствии с настоящей статьей, должны находиться в собственности публичного партнера и на момент их передачи частному партнеру быть свободными от прав третьих лиц.

4. Частный партнер не вправе передавать свои права по договору аренды земельного участка другим лицам и сдавать земельный участок в субаренду, если иное не предусмотрено соглашением и договором аренды земельного участка.

5. Прекращение соглашения является основанием для прекращения заключенного в соответствии с частями 1 и 2 настоящей статьи договора аренды земельного участка, лесного участка, водного объекта, участка недр, за исключением случаев, предусмотренных частью 6настоящей статьи.

6. До истечения срока действия соглашения не допускается приобретение частным партнером в порядке, установленном статьей 39.20Земельного кодекса Российской Федерации, права собственности на земельный участок, на котором расположен находящийся в его собственности объект соглашения.

Гарантии прав и законных интересов частного партнера при реализации соглашения о государственно-частном партнерстве, соглашения о муниципально-частном партнерстве

1. При осуществлении деятельности, предусмотренной соглашением, частному партнеру гарантируется защита его прав и законных интересов в соответствии с Конституцией Российской Федерации, международными договорами Российской Федерации, настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами, иными нормативными правовыми актами Российской Федерации.

2. Частный партнер имеет право на возмещение убытков, причиненных ему в результате незаконных действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления и (или) должностных лиц этих органов, в соответствии с Гражданским кодексомРоссийской Федерации.

3. В случае реализации частным партнером производимых товаров, выполнения работ, оказания услуг по регулируемым ценам (тарифам) или с учетом установленных надбавок к ценам (тарифам) соответственно органы

государственной власти и органы местного самоуправления, осуществляющие функции в сфере регулирования цен (тарифов), устанавливают цены (тарифы) и надбавки к ценам (тарифам) на производимые и реализуемые частным партнером товары, выполняемые работы, оказываемые услуги исходя из определенных соглашением объема инвестиций и сроков их вложения в создание и (или) реконструкцию объекта соглашения, а также в модернизацию, замену иного передаваемого публичным партнером частному партнеру по соглашению имущества, улучшение его характеристик и эксплуатационных свойств.

4. Частным партнерам гарантируются равные права, предусмотренные законодательством Российской Федерации, правовой режим деятельности, исключающий применение мер дискриминационного характера и иных мер, препятствующих частным партнерам свободно распоряжаться инвестициями и полученными в результате осуществления предусмотренной соглашением деятельности продукцией и доходами.

5. В случае, если в течение срока действия соглашения в законодательство Российской Федерации, нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации, муниципальные правовые акты были внесены и вступили в силу изменения, приводящие к увеличению совокупной налоговой нагрузки на частного партнера или ухудшению положения частного партнера, в том числе устанавливающие режим запретов и ограничений в отношении частного партнера, ухудшающих его положение по сравнению с положением до вступления в силу указанных изменений таким образом, что он лишается того, на что был вправе рассчитывать при заключении соглашения, публичный партнер обязан принять меры, обеспечивающие окупаемость инвестиций частного партнера и получение им валовой выручки (дохода от реализации производимых товаров, выполнения работ, оказания услуг по регулируемым ценам (тарифам) в объеме не менее объема, изначально определенного соглашением. В качестве мер, обеспечивающих окупаемость

инвестиций частного партнера и получение им валовой выручки (дохода от реализации производимых товаров, выполнения работ, оказания услуг по регулируемым ценам (тарифам) в объеме не менее объема, изначально определенного соглашением, публичный партнер вправе увеличить размер финансового обеспечения обязательств публичного партнера, срок действия соглашения с согласия частного партнера, сумму принимаемых на себя публичным партнером расходов на создание, и (или) техническое обслуживание, и (или) эксплуатацию объекта соглашения, а также предоставить частному партнеру дополнительные государственные или муниципальные гарантии. Внесение таких изменений в соглашение осуществляется на основании решения Правительства Российской Федерации, высшего исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации, главы муниципального образования в порядке, установленном соглашением. Требования к качеству и потребительским свойствам объекта соглашения изменению не подлежат.

6. Положения части 5 настоящей статьи не распространяются на изменение условий соглашения в связи с принятием федеральных законов в целях защиты основ конституционного строя, обеспечения обороны страны и безопасности государства.

7. Указанное в части 5 настоящей статьи положение об изменении условий соглашения не применяется в случае, если изменение вносится в технический регламент или нормативный правовой акт Российской Федерации, регулирующий отношения по охране недр, окружающей среды, здоровья граждан.

8. В случае, если в течение срока действия соглашения, в соответствии с которым частный партнер осуществляет реализацию потребителям производимых им товаров, выполнение работ, оказание услуг по регулируемым ценам (тарифам) и (или) с учетом установленных надбавок к ним, регулируемые цены (тарифы), надбавки к ним пересмотрены, в том числе с

учетом изменений долгосрочных параметров регулирования деятельности частного партнера, и не соответствуют предусмотренным соглашением параметрам, условия соглашения должны быть изменены по требованию частного партнера.

9. Соглашением могут быть установлены также иные гарантии прав частного партнера, не противоречащие настоящему Федеральному закону, другим федеральным законам, иным нормативным правовым актам Российской Федерации, нормативным правовым актам субъектов Российской Федерации, муниципальным правовым актам.

10. В ходе заключения, исполнения соглашения публичный партнер обязан оказывать частному партнеру содействие в получении обязательных для достижения целей соглашения разрешений федеральных органов исполнительной власти, исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации и (или) органов местного самоуправления и (или) согласований указанных органов.

11. Срок действия соглашения устанавливается с учетом срока создания объекта соглашения, объема инвестиций, вложенных в создание такого объекта, срока окупаемости этих инвестиций, срока получения частным партнером средств (выручки) в объеме, определенном соглашением.

# 2 АНАЛИЗ БИЗНЕС-ИДЕИ СТОИТЕЛЬСТВА СПОРТИВНО-ОЗДАРОВИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА

## 2.1 Сущность проекта спортивно-оздоровительного комплекса

Проанализировав местоположение спортивно-оздоровительных комплексов в городе Красноярске стало понятно что большая их часть сосредоточена в центральном, кировском и ленинском районах. Выбирать оставалось между свердловским и советским районами, но принимая во внимание наличие в Советском районе оздоровительного комплекса «Сокол» выбор был очевиден.

Выше упомянутые факты свидетельствуют об актуальности и необходимости постройки в свердловском районе спортивно-оздоровительного комплекса который будет удовлетворять потребности населения оказывая широкий спектр спортивно-оздоровительных услуг.

Деятельность спортивно – оздоровительного комплекса, будет направлена на организацию полноценного отдыха и обеспечение комфортного занятия спортом. Комплекс будет работать весь год.

Спортивно–оздоровительный комплекс будет построен на участке, расположенном в Свердловском районе города Красноярска по адресу пер Афонтовский,7. Площадь, занимаемая комплексом, составит 5977 м2. К территории комплекса предусмотрена хорошая транспортная доступность, в том числе, от остановок общественного транспорта, а так же парковка чтобы клиенты могли спокойно оставить свой автомобиль на ней.

Внутренняя структура комплекса будет состоять из следующих элементов:

- Тренажерный зал;
- Спортивный зал;
- Бассейн;
- SPA центр;

– Школа танцев.

Зачем же нужны эти спортвно-оздоровительные услуги?

Конечно для того чтобы поддерживать физическое развитие посетителей; помочь укрепить здоровье; совершенствовать свое тело; сохранить тело в тонусе для более высокого уровня работоспособности.

В этом комплексе клиенты могут воспользоваться услугами тренажерного зала, брать уроки танцев в школе хореографии, а также посещать спортивный зал, для того чтобы позаниматься любимыми видами спорта. Конечно для этого будут созданы все условия:

– раздевалка для клиентов тренажерного зала (девушки и юноши отдельно);

– зала хореографии (отдельно для юношей и девушек);

– различные подсобные помещения для лучшего функционирования комплекса;

– душевые;

– туалеты.

1.Тренажерный зал

Он будет работать с 10 утра до 02 часов без выходных. Личные вещи нужно будет оставлять в раздевалках, каждая из которых будет представлять собой индивидуальные ячейки, закрывающимися на ключ, который посетитель будет забирать с собой.

Для занятий в тренажерном зале нужно будет оплатить разовое посещение или предъявить абонемент администратору. Время посещения будут начинаться с момента входа посетителя в зал. Продолжительность одного посещения 1 час. Тренажерный зал будет оборудован современными тренажерами и гимнастическими снарядами. Стены зала окрашены с учетом отражения света и влияния цвета на человека. Психологически легче заниматься спортом в помещении, стены которого выкрашены в яркие, жизнеутверждающие цвета. Умиротворяющая обстановка, пастельные тона

расслабляют и не совсем подходят в ситуации, когда необходимо собраться с силами и действовать энергично.

Для того чтобы следить за правильностью выполняемых упражнений на стенах будут размещены зеркала. Для предотвращения травм пол будет покрыт войлочный покрытием. Особое гигиеническое значение имеет создание в помещении оптимальных микроклиматических условий: температуры воздуха в диапазоне 15–18С, относительной влажности 35–60%, скорости движения воздуха 0,5 м/с.

Для осуществления этих норм будет установлена система кондиционирования. Для психологического комфорта тренажерный зал будет оснащен аудиосистемой. Для повышения комфортности занятий спортом очень важно организовать равномерное освещение и обеспечивать необходимый уровень горизонтальной и вертикальной освещенности зала – не менее 150 лк. Это важно как для психологического комфорта, так и для эффективных спортивных занятий. Для этого будут предусмотрены несколько источников света – естественное освещение через окна и искусственное – с использованием потолочных и настенных светильников рассеянного света.

В нашем тренажерном зале будут циклические (кардио) и атлетические (силовые) тренажеры (Приложение 3).

Циклические тренажеры предназначены, в первую очередь, для тренировки сердечно-сосудистой и дыхательной систем, от которых в значительной мере зависит здоровье человека.

Кардиотренажеры чаще всего используются для снижения веса и повышения тонуса. Удобство кардиотренажеров состоит в том, что они воссоздают почти весь спектр природных движений человека: ходьбу, бег, восхождение по ступенькам и т.д.

Целью силовых тренажеров является разработка отдельных групп мышц. Занятия будут проходить под руководством профессиональных инструкторов – тренеров, которые очень внимательны и смогут найти подход к каждому занимающемуся, вне зависимости от возраста, пола и телосложения. Научат,

как правильно заниматься, как разогреваться перед занятиями, составят индивидуальную программу, составят технику занятий на тренажерах. А внимательный обслуживающий персонал следит за тем, чтобы всё оборудование было всегда в исправном состоянии и безопасно для занимающихся. Руководить занятиями в тренажерном зале будут тренеры – инструкторы.

Занятия в зале общей физической подготовки так же будут происходить под контролем опытных и сертифицированных тренеров. Зал общей физической подготовки будет расположен рядом с тренажерным. Стены и потолки спортивных залов будут окрашены в светлые тона. Кроме того покрытие стен и потолка будет устойчиво к ударам мяча. На окнах и осветительных приборах будут предусмотрены защитные устройства. В спортивном зале будет размещаться только оборудование, необходимое для проведения занятий.

В зале также будет отведено место для игр в настольный теннис .

Настольный теннис – это спортивная игра, основанная на перекидывании мяча ракетками через игровой стол с сеткой по определённым правилам, в которой целью игроков является достижение ситуации, когда мяч не будет отбит противником.

В комплексе будут использоваться складные передвижные настольные теннисные столы. Они будут расположены в зале общей физической подготовки в специально отведенном для них месте. Настольный теннис служит укреплению здоровья человека, вырабатывает у него такие качества, как ловкость, глазомер, быстроту мышления, то есть все то, что пригодится и в обыденной трудовой жизни.

2.Бассейн

Как поддерживать хорошую Физическую форму, получать удовольствие от тренировок и при этом сэкономить? Тогда стоит обратить внимание на плавание на такой вид спорта как плавание.

Сейчас бассейны набирают большую популярность по качеству и разнообразию предоставляемых услуг и зачастую ничем не уступают топовым фитнес-клубам. Также это отличное место для проведения семейных выходных с детьми, для которых существует множество программ по обучению плаванию с профессиональными тренерами.

Он будет работать с 9 утра до 22 часов без выходных.

Верхнюю одежду и уличную обувь посетители смогут оставлять в гардеробе, личные вещи можно будет оставлять в раздевалках, каждая из которых будет оборудована индивидуальными ячейками, закрывающимися на ключ, который посетитель будет забирать с собой.

Для занятий в бассейне нужно будет предварительно оплатить в кассе разовое посещение или оформить абонемент на занятия. Продолжительность одного посещения 1 час. Например, клиент пришел в 16:00, он может купить билет на 17:00. В 16:45 контролер пропустит его в раздевалку, там человек переодевается, подготавливается и выходит в саму «чашу» где он и будет заниматься. Такая система нужна для того, чтобы отслеживать сколько времени человек провел в бассейне.

Кристально чистая вода обеззараживается ультрафиолетом. Это уникальная система дезинфекции.

В бассейне будет 6 дорожек, каждая длинной 25 метров. Глубина мелкой части – 1,2 м. Как правило новичков и не очень опытных посетителей ограничивают этой зоной, несмотря на то, что физического разделения нет, людям не стоит заплывать на глубину если они не умеют или плохо плавают, ради их же безопасности. Несмотря на то что в бассейне работаю высококвалифицированные тренеры и медики, готовые в любой момент оказать необходимую помощь. Глубокая часть – 4,5 м. Там можно понырять с «вышки» или просто зависнуть в толще воды и почувствовать безмятежность и покой Главное никому не мешать. Полосы дорожек отделяются гирляндами из поплавков. Почему именно из поплавков? Все просто, мало того что они визуально разделяют дорожки, но и в случае если посетителю вдруг станет

«плохо» в воде на глубокой части бассейна, он может ухватиться ха них и либо самостоятельно вылезти из воды, либо может попросить помощи у сотрудников бассейна. Температура воды в пределах 27-29 градусов. Достаточно комфортная для тренировок.

После тренировки, люди забирают вещи из шкафчиков, переодеваются в раздевалках и кому необходимо, могут высушить волосы с помощью личного фена, подключив его в розетку находящуюся в холе, либо с помощью специальных «сушилок» для волос, так же расположенных в холе.

После чего посетители забирают вещи из гардероба, одеваются и покидают комплекс.

Но людям не обязательно совсем покидать комплекс, они могут отправиться например в восстановительный центр.

3.SPA центр

Люди очень много времени тратят на работу, которая безусловно изматывает как морально так и физически. Есть множество способов расслабиться, но я хотел бы остановиться на восстановительно-релаксационных процедурах. Именно эти услуги будет оказывать восстановительный центр.

SPA-кабинет, совмещающий травяную паровую баню («кедровую бочку» - которая поможет снять усталость после суеты дня, ощутить прилив свежих сил, окунувшись в горячий аромат алтайских трав. Кедровая бочка подарит наслаждение, которое невозможно передать словами.

Бочка, изготовленная из древесины многовековых сибирских кедров, дает общеукрепляющий, тонизирующий и омолаживающий эффект.

Главным преимуществом кедровой бочки является то, что при высоких температурах она сохраняет для человека все биологически активные вещества кедровой древесины и полезные свойства трав, используемых во время сеанса. Воздействие легко воспринимается даже теми, кто плохо переносит высокие температуры в сауне или русской бане, за счет того, что голова не подвергается нагреванию. Подготовленная, разогретая кожа, хорошо воспринимает травы,

которые продолжают свое действие и после сеанса, оставаясь на коже и проникая непосредственно внутрь организма.

«Кедровую бочку» можно будет совместить с сеансом расслабляющего массажа, ароматерапия, различные виды массажа. Все это действо будет происходить в уютной комнате, под специально подобранную музыку для релаксации, успокаивая, снимая стрессы, заставляя клиента расслабиться и забыть о проблемах и тревогах, восстанавливая энергетический баланс. Это комплексное воздействие дает столь положительный эффект, что за время действия процедур люди выходят из кабинета как будто заново родившимися

Чтобы клиент получил качественную услугу, должны соблюдаться определенные нормы, иначе как говорится наступит хаос.

Площадь помещения рассчитывается в зависимости от спектра планируемых услуг. На одну зону салона должно приходиться не< 9-15 м2.

Общая площадь в среднем составляет 120 м2.

На всё оборудование, как и на расходные материалы должны иметься сертификаты, паспорта, регистрационные удостоверения. Использоваться могут только приборы, на которые есть разрешение Минздрава.

Минимальная площадь рабочего зала составляет 11кв.м. Допустимая площадь складывается из расчёта норм на одно рабочее место. Все рабочие залы оборудуются бактерицидными ультрафиолетовыми облучателями закрытого типа для обработки воздуха помещений, очистки его от микробов.

Работать могут только квалифицированные специалисты. Требуется, чтобы все лицензируемые медицинские услуги оказывали исключительно специалисты с медицинским образованием – врачи-косметологи и медицинские сестры по косметологии с соответствующими сертификатами. Это прописано в квалификационных требованиях Приказ Министерства здравоохранения и социального развития РФ

Важным моментом в планировании является интерьер и дизайн. Салон должен быть салоном уюта, спокойствия и отдыха. При отделке помещения

лучше использовать светлые пастельные оттенки; так же помочь может специальное освещение.

Как будет происходить сам процесс?

Клиент может позвонить ко контактному телефону размещенному в средствах массовой информации, прийти лично или воспользоваться вебсайтом для того чтобы записаться на процедуры на удобную дату и время.

Перед оказанием услуги, клиент проходит небольшой медицинский осмотр чтобы выявить скрытые или явные противопоказания процедуре. Дальше если все хорошо, то компания оказывает оплаченные услуги (массаж, «кедровую бочку» и т.д) и по окончанию процедур клиент может отправляться по своим делам.

4.Школа танцев

Школа танцев – это вид бизнеса в сфере дополнительного образования и досуга. Вы предоставляете клиентам возможность научиться танцевать в специально оборудованном зале под руководством опытного профессионала. При этом не имеет значение уровень подготовки и возраст учащегося.

Группы разделяются по степени мастерства. Однако, как правило, дети и пожилые люди занимаются в отдельных группах.

Количество групп для каждого направления определяется в зависимости от спроса на данный вид танца и уровень подготовки группы. Как правило, со временем формируется по 3 группы по каждому направлению: начинающая, продолжающая и старшая.

В школе танцев есть возможность заниматься как в группе, так и на индивидуальных занятиях. Основное различие заключается в стоимости. Индивидуальная тренировка стоит в 2-2.5 раза дороже.

На каждый вид тренировок можно приобрести как отдельное занятие, так и абонемент. Стандартный абонемент действителен в течение одного месяца и включает в себя либо 4, либо 8 занятий. Абонемент носит именной характер и распространяется только на того человека, на которого зарегистрирован.

А так же есть универсальные абонементы, они дороже именных, но у них есть существенное отличие: все абонементы, кроме универсального, распространяются только на одно направление танца и закрепляются за определенным преподавателем. Это необходимая мера для того, чтобы группа имела постоянный состав и стабильно развивалась.

Универсальный абонемент – это возможность в течение одного месяца посещать 8 занятий по любому направлению и с любым преподавателем. Единственное ограничение – это соответствие ученика уровню физической подготовки группы.

Если ученик регулярно посещает занятия в течение месяца, то абонемент на следующий месяц он может приобрести со скидкой 10%. Если клиент приводит друга, который покупает абонемент, то он (клиент) получает скидку в размере 15%.

Данная гибкая система оплаты позволяет удерживать клиентов и способствует увеличению спроса на услуги.

Приобрести абонемент можно будет у администратора. Определять в какую группу попадет клиент (начинающая, продолжающая и старшая) будет профессиональный хореограф с помощью небольшого теста, который направлен на определение физической подготовки клиента. После этого можно смело сказать что процесс обучения запущен.

Этот комплекс будет отличным местом для времяпровождения. Он нужен людям по многим причинам:

1) Ни один комплекс не предлагает такого большого ассортимента оздоровительных услуг в свердловском районе города Красноярска , которые может предоставить предлагаемый спортивно-восстановительный комплекс.

2) Практически отсутствует ограничение по возрасту, заниматься могут как молодые девушки и юноши, так и люди среднего и пожилого возрастов.

3) Доступное местоположение. Для людей, которые будут жить рядом или в нескольких кварталах, не составит труда дойти пешком до комплекса, а для тех кто пожелает посетить это место, но живет относительно далеко,

существует достаточно удобная транспортная сеть из автобусов различных маршрутов, которые «охватывают» практически весь город и.т.д.

## 2.2 Анализ рынка спортивно-оздоровительных услуг г.Красноярска.

Сегодня сфера физической культуры и спорта должна быть ориентирована на оказание услуг с учетом требований клиента. При всем разнообразии спроса и предложения на рынке оказания услуг в спортивно-оздоровительной сфере жесткая рыночная конкуренция заставляет организации, оказывающие эти услуги, постоянно исследовать конъюнктуру рынка и потребности своих клиентов. При построении стратегий развития, организации, работающие в данной сфере, наряду с изучением потребителей услуг, должны владеть информацией о состоянии рынка, его тенденциях, структуре оказываемых услуг, ценовой политике конкурентов, направлениях их деятельности.

В Красноярске действует большое количество организаций, предоставляющих населению оздоровительные и спортивные услуги. В городе имеется 1 158спортсооружений, в которых одновременно может заниматься 30,8 тыс. человек: 14 стадионов с трибунами на 1 500 мест, 318 спортивных залов, 385 спортивных площадок, 13 плавательных бассейнов, 30 лыжных баз и других объектов. Активно развивается фитнес-бизнес, услуги в данной сфере оказывают 33 фитнес-клуба, привлекающие порядка 21 тыс. человек.

Спортивные сооружения территориально по районам Красноярска размещены неравномерно. Наибольшее их число приходится на Центральный, Железнодорожный и Советский районы. В самом малонаселенном районе города (6 % от общего числа жителей краевого центра) – Центральном – расположено 19,6 % всех спортсооружений, при этом на одну спортивную организацию потенциально приходится порядка 2,6 тыс. человек. Ленинский район с высокой численностью населения (16,1 %) располагает всего 7,2 % спортивных объектов, а на одну спортивную организацию приходится порядка

21 тыс. человек. Значительная часть спортивных объектов находится и в Советском районе (19,6 %), где с учетом численности проживающих (25,5 %), на одну спортивную организацию приходится около 11 тыс. человек. В центральной части города сосредоточена и большая часть фитнес-клубов, предложение которых ориентировано в основном на клиентов, имеющих высокий уровень платежеспособности.

Отметим, что структура предложения на рынке спортивных и оздоровительных услуг в городе соответствует общемировым и российским тенденциям. Наиболее часто предоставляемые услуги – тренажерные и шейпинг-залы, соответственно 31 и 23 %.

В спортивных комплексах сложилась определенная система цен. Цена разового посещения тренажерного зала колеблется на уровне 80-150 руб. Стоимость разового посещения шейпинг-зала не сильно отличается от стоимости занятий в фитнес-клубе – от 100 до 140 руб. Популярным видом оздоровительных услуг сегодня является аквааэробика. Этот вид услуг предоставляют почти все бассейны города. Цена одного посещения – от 70 до 150 руб. Стоимость посещения бассейна практически одинакова и составляет в среднем 80 руб.

Анализ ценовой политики фитнес-клубов показал, что каждая организация ориентирована на определенный сегмент рынка и цены на одни и те же услуги имеют весьма широкий диапазон. Так, например, цена одного занятия в тренажерном зале может колебаться от 80 до 350 руб. Разовое занятие по аэробике, шейпингу, степу стоит от 70 до 300 руб. Средняя цена разового посещения тренажерного зала составляет 100 руб., шейпинг-зала – 115 руб., бассейна – 80 руб.

В структуре преобладают средние фитнес-клубы (55 %), рассчитанные на посещение от 151 до 700 человек, - это такие клубы, как «Олимпия» и др.; 24 % занимают малые клубы с числом посетителей до 150 человек. Крупные клубы, например «Колизей», «Теннис-Холл», составляют 18 %. В Красноярске есть только один клуб-гигант – СК «Сокол» – с бассейном, тренажерным залом,

шейпинг-залом, конно-спортивным комплексом, игровыми залами и другими дополнительными услугами.

Наибольшее число фитнес-центров сосредоточено в Центральном и Советском районах. На долю Кировского и Свердловского районов приходится по два фитнес-центра, тогда как на Ленинский – всего один. Самая высокая концентрация фитнес-клубов – в Центральном и Железнодорожном районах. Наибольшая часть всех фитнес-центров города, а именно 85 %, сосредоточена на левом берегу Красноярска, что указывает на нерациональное и бессистемное развитие рынка данной сферы услуг. Сегодня большинство спортивных организаций главной своей целью ставят получение прибыли и слабо ориентированы на привлечение средне - и малообеспеченных клиентов.

Интересна и статистика по возрастным группам, которые активно занимаются в фитнес-клубах и оздоровительных центрах: 30 % всех занимающихся - это люди в возрасте 35-44 лет.

Фитнес-клубы краевого центра ведут политику отсеивания случайных потребителей, поэтому разовое посещение примерно на 25-30 % дороже, чем посещение по абонементу. Также в фитнес-клубах города сложилась определенная система скидок. В некоторых клубах скидки пенсионерам, студентам и детям составляют до 7 % от заявленной в прейскуранте стоимости услуг.

Основной спрос на фитнес-услуги приходится на вечернее время (с 17 до 22 часов). В фитнес-клубах, которые функционируют более полугода и имеют хорошую репутацию, во время сезона (зима – весна) практически невозможно взять абонемент на вечернее время, даже несмотря на высокие цены.

При выходе фирмы на рынок спортивно-оздоровительных услуг необходимо понимать портрет потенциального клиента, при этом, на мой взгляд, необходимо учитывать следующие характеристики:

– место жительства, род занятий, возраст и пол, среднемесячный доход, количество членов семьи, сумма расходов на досуг;

– оценка готовности потребителей оплачивать различные виды услуг;

– выявление мотивов и причин, побуждающих потребителей посещать спортивно-оздоровительные клубы (чтобы в будущем обеспечить эту мотивацию);

– определение основных критериев выбора потребителями спортивно-оздоровительных услуг;

– изучение наиболее удобных для потребителей дней и часов посещения нового клуба;

– определение частоты посещения потребителями нового клуба в разрезе выделенных видов услуг;

– оценка емкости рынка каждого из выделенных видов услуг (в денежном и натуральном выражении);

– выявление структуры спроса потребителей на выделенные виды услуг.

Особое значение имеет анализ причин отказа населения от спортивных занятий, поскольку на основе данной информации можно определить недостатки спортивной политики конкурентов.

По некоторым данным, в 1999 г. в Москве регулярно занимались спортом примерно 6,3 % населения, из которых дошкольников – 7% (9,8 %), взрослых – 31% (2,5 %), школьников и студентов – 62% (23 %). По видам спорта предпочтения распределились следующим образом:

– единоборства – 16 %;

– игровые виды спорта – 32 %;

– плавание – 13 %;

– атлетическая гимнастика – 6 %;

– ОФП – 24 %;

– другие – 9 %.

За прошедшие годы данная пропорция изменилась не кардинально, однако значительно увеличилось количество желающих заниматься спортом и понимающих его важность, число регулярно занимающихся массовым спортом достигло 10-12% населения.

При этом основными причинами отказа от занятий данные категории населения назвали:

– отсутствие времени – 23,8 %;

– отсутствие удобно расположенного физкультурно-спортивного сооружения 43,2 %;

– высокие цены – 31,5 %;

– неудовлетворительное качество услуг – 29,1%;

– неудовлетворительный ассортимент услуг – 33,4%.

По мнению населения, в здании спортивного сооружения необходимы следующие услуги:

– сауна или баня – 29,7%;

– солярий – 17,2%;

– гидромассаж – 9,8%;

– кафе – 12,3%;

– прочие виды услуг – 31%.

Важнейшей составляющей политики маркетинга современных фитнесс-центров, влияющей на эффективность их деятельности, является ценообразование услуг, ибо цена серьезно влияет на процесс стимулирования или наоборот торможения интереса потребителя.

Маркетинговый план.

Под этим словосочетанием подразумеваются методы , с помощью которых компания будет привлекать и постарается « удержать» клиентов.

Чтобы правильно составить маркетинговый план , необходим контроль над следующими его элементами, а именно:

– ценовой политикой;

– методами продвижения услуг;

В данной ситуации в основе маркетинговой работы лежит реализация услуг спортивно-оздоровительного комплекса:

– полное удовлетворение потребностей населения и соответствие современному техническому уровню;

– постоянное совершенствование предложений комплекса;

– быстрое реагирование на изменяющийся спрос.

В среднесрочном периоде должны активно использоваться инструменты рекламы, пропаганды и стимулирования сбыта. В маркетинговые мероприятия входит оценка перспектив развития, а также анализ сбыта услуг спортивно-оздоровительного направления и оценка используемых методов ценообразования.

Как реализуется маркетинговый план?

Для начала, собирается и анализируется информация о спортивно-оздоровительных услугах.

Дальше происходит распространение в рекламных и пропагандистских целях информации относительно предлагаемых спортивно-оздоровительных услуг, поиск предполагаемых клиентов и установление с ними соответствующих контактов.

Чтобы построить стратегию будем использовать SWOT-анализ.

С помощью SWOT-анализа определяются сильные и слабые стороны бизнеса, а также возможности и ограничения (угрозы) со стороны внешней среды. Каждая из этих сторон сопоставляется друг с другом, в результате чего определяется стратегия действий в зависимости от того, в каком секторе матрицы они находятся. Таким образом, формируется стратегия для каждого из квадратов SWOT-матрицы, на основании которых затем разрабатывается общая стратегия действий.

В основе общей стратегии действий находятся стратегические цели, а именно:

– удовлетворение спортивных и спортивно-оздоровительных потребностей и повышение уровня общей физической подготовки жителей;

– организация и проведение спортивно-массовой работы с населением чтобы привлечь клиентов.:

1. Сильные стороны:

– высокая квалификация тренеров и инструкторов;

– разнообразие предоставляемых услуг;

– стоимость услуг (цена при обеспечении качества услуг);

– удобство расположения;

– наличие системы скидок;

– современное техническое состояние;

– возможность заниматься различными видами спорта в одном месте.

2. Слабые стороны:

– известность/репутация спортивных комплексов (конкурентов);

– недостаток маркетинга и рекламы;

– недостаток квалифицированных кадров;

3. Возможности:

– рост спроса на спортивно-оздоровительные услуги;

– при условии роста благосостояния жителей;

– спонсорская поддержка.

4. Угрозы:

– снижение потребительской активности (заинтересованности)

– вероятность снижения уровня доходов населения вследствие финансового кризиса;

– активизация деятельности спортивных организаций, предоставляющих аналогичные спортивные услуги.

По результатам SWOT-анализа можно отметить, что проект имеет много сильных сторон и обладает достаточными возможностями для дальнейшего развития. Атак же следует отметить что имеется возможность преодолеть слабые стороны и предотвратить вероятные угрозы благодаря:

– привлечению широкой аудитории клиентов за счет ассортимента услуг, удобного графика работы и хорошего технического оснащения комплекса;

– созданию репутации и известности за счет маркетинговой политики, участия в социально-политических, спортивно-оздоровительных проектах, направленных на массовое оздоровление населения;

Чтобы проработать маркетинговую политику необходимо взять за основу концепцию «4Р». В концепции «4 Р» как уже понятно из названия, есть 4 составляющих каждое из которых играет большую роль для правильного составления маркетингового плана:

1. «Product» (товар или услуга: ассортимент, качество, свойства и т. п.),
2. «Price» (цена: наценки, скидки и т. п.),
3. «Place» (месторасположение: каналы распределения, персонал, месторасположение объекта и т. п.),
4. «Promotion» (продвижение: реклама, пиар, стимулирование сбыта и т. п.).

При планировании оказания платных спортивно-оздоровительных услуг следует учитывать, что среди жителей, наиболее востребованными видами спорта являются: плавание, фитнес – кардиотренажеры, фитнес – силовые тренажеры, бодибилдинг, атлетизм, аэробика, теннис, футбол, мини-футбол, йога.

Именно на эти спортивные направления и ориентирован наш спортивно-оздоровительный комплекс.

Для повышения качества предоставляемых услуг, в первую очередь следует обратить внимание на:

– укомплектованность спортивным оборудованием;
– техническое состояние спортивного объекта;
– квалификацию тренеров и инструкторов;
– возможность заниматься несколькими видами спорта в одном месте.

На территории спортивных объектов кроме основных физкультурно-оздоровительных и физкультурно-спортивных услуг целесообразно оказывать дополнительные услуги: услуги солярия, сауны, услуги массажа, услуги

фитнес-бара, персональный тренинг и все эти услуги будут предоставлены в восстановительном центре нашего комплекса.

1. Цена («price»)

Учитывая влияние внешних факторов, ценовая стратегия также должна обладать определенной гибкостью.

Формирование ценовой стратегии предполагает учет ряда характерных особенностей, которые оказывают влияние на процесс ценообразования спортивных услуг. К ним относятся:

– высокая эластичность цен на физкультурно-оздоровительные услуги;

– высокая степень влияния спортивных организаций, предоставляющих аналогичные физкультурно-оздоровительные и спортивные услуги;

– сезонная дифференциация цен;

– при формировании цены необходимо уделить особое внимание социально-психологическим особенностям потребителя, так как услуги связана с социальным статусом клиента.

Формирование цены на спортивно-оздоровительные услуги зависит от многих факторов:

– от временных критериев (время года и т.д);

– от спроса и ожидаемого объема оборота (групповые \ индивидуальные посещения);

– от места расположения (месторасположение, транспортная доступность и другое);

– от условий оплаты (льготы, скидки);

– от качества обслуживания, ожидаемого клиентом (комфортность, дополнительные услуги и др.).

Необходимо систематически осуществлять пересмотр цен на предмет их соответствия ценовой политике, установленным нормативам, стратегии деятельности, а также производить корректировку цен с учетом темпов инфляции.

2. Каналы распределения («place») и продвижение («promotion»)

Канал распределения (сбыта) – совокупность способов продвижения товаров и услуг от производителя до потребителя.

При анализе каналов продвижения товаров и услуг на рынок выделяются основные категории: ежедневные газеты, журналы, почтовая реклама, радио, телевидение, Интернет, наружная реклама.

Основные источники информации, которые используются при выборе спортивного объекта: «сарафанное радио» - от родственников, знакомых, соседей; реклама на щитах, транспарантах; реклама в Интернете.

Для рынка физкультурно-оздоровительных услуг, связи с общественностью есть важнейший инструмент коммуникационной политики, необходимой для создания позитивного имиджа комплекса и его услуг, а также широкого привлечения потребителей через благоприятное общественное мнение, создаваемое средствами массовой информации.

# 3 ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА СТРОИТЕЛЬСТВА СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА

Расчеты произведенные на основе производственно-финансового плана, показывают, что финансовый поток по операционной деятельности становится положительным с момента начала реализации основных услуг комплекса.

Общие инвестиционные издержки определены путем суммирования стоимости всех компонентов инвестиций, необходимых для подготовительных работ, составления сметы, строительства здания и необходимых прилегающих сооружений, приобретения оборудования, в целях нормального функционирования всех структурных подразделений спортивно-оздоровительного комплекса. Предусмотренный проектом организационный план мероприятий связан с привлечением финансовых ресурсов для создания соответствующей материально-технической базы спортивно-оздоровительного комплекса.

Стоимость проекта: 260 000 тыс.руб., из них: предпроектные исследования 30 тыс. руб., проектирование здания 10 000 тыс. руб., составление сметы 26 000 тыс. руб., строительство здания и необходимых прилегающих сооружений 204 450 тыс. руб., приобретение и доставка оборудования 8 000 тыс. руб., монтаж оборудования 11 000 тыс. руб., поиск, подбор, найм и обучение персонала 20 тыс. руб., проведение предварительной PR компании 500 тыс. руб.

Таблица 3.1

Прогнозируемые цены на реализуемые услуги

| Наименование услуги | Начало продаж | Цена за ед., руб. |
|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| Тренажерный зал: | | |
| 1) разовое посещение | 13.04.2021 | 200 |
| 2) персональный тренер | 13.04.2021 | 1000 |
| 3) абонемент на занятие в тренажерном зале: | | |
| а) 4 посещений | 13.04.2021 | 550 |
| б) 8 посещений | 13.04.2021 | 1100 |

Окончание таблицы 3.1

| 1 | 2 | 3 |
|---|---|---|
| в)12 посещений | 13.04.2021 | 1800 |
| Бассейн: | | |
| 1) Детская группа обучения плаванию (от 8 до 13 лет) разовое посещение по расписанию (1 занятие 45 мин) | 13.04.2021 | 300 |
| 2) Детская группа обучения плаванию (от 8 до 13 лет) абонемент на 8 посещений занятий (1 занятие 45 мин) | 13.04.2021 | 2300 |
| 1) Разовое посещение не ограниченное по времени пребывания в бассейне: | | |
| а) Взрослый | 13.04.2021 | 320 |
| б) Детский | 13.04.2021 | 250 |
| 4)Абонемент на не ограниченное по времени пребывание в бассейне: | | |
| а) 3 посещения | 13.04.2021 | 1300 |
| б) 9 посещений | 13.04.2021 | 2590 |
| в) 12 посещений | 13.04.2021 | 3420 |
| 5) Аренда 1 дорожки на 1 час | 13.04.2021 | 3000 |
| SPA: | | |
| 1) Массаж (40 мин) | 13.04.2021 | 700 |
| 2) Фито-бочка (вся процедура занимает около 1 часа ) | 13.04.2021 | 600 |
| 3) Сауна (номер до 6 человек ) : | | |
| а) на 1 час | 13.04.2021 | 1200 |
| б) на 2 часа | 13.04.2021 | 2200 |
| в) на 3 часа | 13.04.2021 | 3000 |
| г) на 4 часа ( + 600р за каждый последующий час) | 13.04.2021 | 3600 |
| Школа танцев: | | |
| 1) Пробное занятие на любой из танцевальных стилей | 13.04.2021 | 300 |
| 2) абонемент на 4 занятия | 13.04.2021 | 1100 |
| 3) абонемент на 8 занятий | 13.04.2021 | 1800 |
| 4) годовой абонемент | 13.04.2021 | 15000 |

Проведя повторный анализ рынка, стало понятно, что тренажерные залы пользуются большей популярностью и более востребованы у населения, чем спортивный зал, который есть элементарно при каждой школе.

После проведения расчетов требуемого объема инвестиций, было принято решение о не целесообразности постройки спортивного зала в задуманном спортивном комплексе и лучше направить инвестиции в более востребованное направление, такое как тренажерный зал или бассейн, сделать еще более современными и доступными населению.

Таблица 3.2

Этапы и стоимость реализации проекта

| № | Наименование | Длительность (дней) | Дата начала | Дата окончания | Объем финансирования, тыс. руб. |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | |
| 1 | Предпроектные исследования | 31 | 13.04.19 | 13.05.19 | 30 |
| 2 | Проектирование здания эскизный + рабочий проект | 31 | 13.05.19 | 13.06.19 | 10000 |
| 3 | Составление сметы | 61 | 13.06.19 | 13.08.19 | 26000 |
| 4 | Строительство здания и необходимых прилегающих сооружений | 791 | 13.08.19 | 13.10.20 | 204450 |
| 6 | Приобретение и доставка оборудования | 38 | 13.10.20 | 20.11.20 | 8000 |
| 7 | Монтаж оборудования | 61 | 20.11.20 | 20.01.21 | 11000 |
| 8 | Поиск, подбор, найм и обучение персонала | 24 | 20.01.21 | 13.02.21 | 20 |
| 9 | Проведение PR компании | 59 | 13.02.21 | 13.04.21 | 500 |
| | Итого: | | | | 260000 |

Схема финансирования проекта

Проект будет реализован на основе муниципально-частного партнерства, которое подразумевает проект, планируемый для реализации совместно публичным партнером и частным партнером на принципах, муниципально-частного партнерства;

Муниципально-частное партнерство в Российской Федерации основаны на следующих принципах:

1) открытость и доступность информации о государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве, за исключением сведений, составляющих государственную тайну и иную охраняемую законом тайну;

2) обеспечение конкуренции;

3) отсутствие дискриминации, равноправие сторон соглашения и равенство их перед законом;

4) добросовестное исполнение сторонами соглашения обязательств по соглашению;

5) справедливое распределение рисков и обязательств между сторонами соглашения;

6) свобода заключения соглашения.

В нашем случае концедентом является администрация г.Красноярска, которая выделяет земельный участок в соответствии с федеральным законом от 21.07.2005 № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях» расположенный по адресу: г.Красноярск, Свердловский район, пер. Афонтовский 7.

На данном земельном участке будет построен спортивный комплекс с бассейном, на строительство которого требуется около 260 млн.руб., которые предоставит концессионер.

Таблица 3.3

Расчет суммы амортизационных отчислений

| Наименование основных фондов | Срок полезного использования, лет | Норма амортизационных отчислений, % | Первоначальная стоимость ОФ, тыс.руб. | Сумма амортизационных отчислений в год, тыс.руб. |
|---|---|---|---|---|
| Здание спортивного комплекса | 15 | 6,6 | 204450 | 13493 |
| Оборудование спортивного комплекса | 7 | 14,3 | 8000 | 1144 |
| Итого: | | | | 14637 |

В таблице 3.4 представлен план численности персонала с учетом организационной структуры и ввода в эксплуатацию комплекса, а также средняя заработная плата персонала с учетом районного коэффициента и северной надбавки.

Всего в течение реализации данного проекта будет создано 54 дополнительных рабочих места. Этого персонала будет достаточно для

полноценного функционирования комплекса.

Таблица 3.4

План численности персонала и средний уровень заработной платы

| Должность | Средняя заработная плата в месяц (с учетом районного коэффициента и северной надбавки), руб. | | Численность персонала 2021-2029г, чел. |
|---|---|---|---|
| | с НДФЛ | без НДФЛ | |
| Генеральный директор | 67 800 | 60 000 | 1 |
| Бухгалтер | 50 850 | 45 000 | 1 |
| Маркетолог | 33 900 | 30 000 | 1 |
| Инженер-электрик | 30 510 | 27 000 | 2 |
| Сантехник | 28 250 | 25 000 | 2 |
| Директор тренажерного зала | 32 770 | 29 000 | 1 |
| Директор бассейна | 30 510 | 27 000 | 1 |
| Директор SPA | 29 380 | 26 000 | 1 |
| Директор школы танцев | 31 640 | 28 000 | 1 |
| Администратор тренажерного зала | 28 250 | 25 000 | 2 |
| Администратор бассейна | 28 250 | 25 000 | 2 |
| Администратор SPA | 28 250 | 25 000 | 2 |
| Администратор школы танцев | 28 250 | 25 000 | 2 |
| Тренер в тренажерном зале | 25 990 | 23 000 | 4 |
| Тренер в бассейне | 27 120 | 24 000 | 6 |
| Хореограф | 30 510 | 27 000 | 6 |
| Массажист | 31 640 | 28 000 | 4 |
| Медик | 23 730 | 21 000 | 1 |
| Уборщик\уборщица | 21 470 | 19 000 | 10 |
| Охранник | 19 210 | 17 000 | 4 |
| Общая численность персонала | | | 54 |

В расчете денежного потока заработная плата сотрудников индексируется на 5% в год при помощи цепного индекса.

Таблица 3.5

## Расчет общего фонда оплаты труда работающих

| Категория работников | Общий ФОТ, тыс.руб. | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2021 г. | 2022г. | 2023 г. | 2024 г. | 2025 г. | 2026г | 2027г | 2028г | 2029г |
| Генеральный директор | 813 | 854 | 896 | 941 | 988 | 1 038 | 1 090 | 1 144 | 1 202 |
| Бухгалтер | 610 | 640 | 672 | 706 | 741 | 778 | 817 | 858 | 901 |
| Маркетолог | 406 | 427 | 448 | 470 | 494 | 519 | 545 | 572 | 601 |
| Инженер-электрик | 732 | 768 | 807 | 847 | 890 | 934 | 981 | 1 030 | 1 081 |
| Сантехник | 678 | 711 | 747 | 784 | 824 | 865 | 908 | 954 | 1 001 |
| Директор тренажерного зала | 393 | 412 | 433 | 455 | 477 | 501 | 526 | 553 | 580 |
| Директор бассейна | 366 | 384 | 403 | 423 | 445 | 467 | 490 | 515 | 540 |
| Директор SPA | 352 | 370 | 388 | 408 | 428 | 449 | 472 | 496 | 520 |
| Директор школы танцев | 379 | 398 | 418 | 439 | 461 | 484 | 508 | 534 | 560 |
| Администратор тренажерного зала | 678 | 711 | 747 | 784 | 824 | 865 | 908 | 954 | 1 001 |
| Администратор бассейна | 678 | 711 | 747 | 784 | 824 | 865 | 908 | 954 | 1 001 |
| Администратор SPA | 678 | 711 | 747 | 784 | 824 | 865 | 908 | 954 | 1 001 |
| Администратор школы танцев | 678 | 711 | 747 | 784 | 824 | 865 | 908 | 954 | 1 001 |
| Тренер в тренажерном зале | 1 247 | 1 309 | 1 375 | 1 444 | 1 516 | 1 592 | 1 671 | 1 755 | 1 843 |
| Тренер в бассейне | 1 952 | 2 050 | 2 152 | 2 260 | 2 373 | 2 492 | 2 616 | 2 747 | 2 884 |
| Хореограф | 2 196 | 2 306 | 2 421 | 2 542 | 2 670 | 2 803 | 2 943 | 3 091 | 3 245 |
| Массажист | 1 518 | 1 594 | 1 674 | 1 758 | 1 846 | 1 938 | 2 035 | 2 136 | 2 243 |
| Медик | 284 | 298 | 313 | 329 | 346 | 363 | 381 | 400 | 420 |
| Уборщик\уборщица | 2 576 | 2 705 | 2 840 | 2 982 | 3 131 | 3 288 | 3 452 | 3 625 | 3 806 |
| Охранник | 922 | 968 | 1 016 | 1 067 | 1 120 | 11 76 | 1 235 | 1 297 | 1 362 |
| Итого: | 18 143 | 19 050 | 20 002 | 21 003 | 22 053 | 23 155 | 24 313 | 25 529 | 26 805 |

Таблица 3.6

Планируемый объём продаж услуг за 2021 г.

| Наименование услуги | Выручка в месяц, тыс. руб. | | | | | | | | | | | | Выручка в год, тыс.руб. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Янв | Февр | Март | Апр | Май | Июнь | Июль | Август | Сентяб | Октяб | Нояб | Декаб | |
| Тренажерный зал | - | - | - | 8 724 | 6 604 | 6 604 | 6 754 | 8 799 | 8 724 | 8 949 | 9 024 | 9 024 | 52 594 |
| Бассейн | - | - | - | 5 334 | 5 334 | 3 044 | 2 692 | 2 522 | 3 821 | 3 810 | 3 907 | 4 710 | 38 858 |
| SPA | - | - | - | 926 | 926 | 926 | 926 | 926 | 926 | 926 | 926 | 926 | 7 017 |
| Школа танцев | - | - | - | 1 944 | 1 315 | 1 001 | 1 185 | 2 220 | 2 886 | 3 838 | 3 940 | 3 964 | 23 250 |
| Итого: | - | - | - | | | | | | | | | | 121 720 |

Таблица 3.7

Планируемый объём продаж услуг за 2022 – 2029 гг.

| Виды услуги | Выручка тыс. руб. | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2022г. | 2023г. | 2024г. | 2025г. | 2026г. | 2027г. | 2028г. | 2029г. |
| Тренажерный зал | 55 145 | 57 902 | 60 791 | 63 665 | 66 849 | 70 158 | 73 696 | 77 396 |
| Бассейн | 38 857 | 40 799 | 42 816 | 44 908 | 47 153 | 49 483 | 51 980 | 54 587 |
| SPA | 7 017 | 7 368 | 7 731 | 8 117 | 8 522 | 8 944 | 9 399 | 6 991 |
| Школа танцев | 23 277 | 24 440 | 25 646 | 26 882 | 28 226 | 29 631 | 31 113 | 32 673 |
| Итого: | 124 297 | 130 511 | 136 986 | 143 573 | 150 752 | 158 218 | 166 191 | 171 648 |

Таблица 3.8

Затраты на оказание услуг за 2021 - 2029 гг., тыс.руб.

| Статьи затрат | 2021 г. | 2022 г. | 2023 г. | 2024 г. | 2025 г. | 2026г | 2027г | 2028г | 2029г |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Условно-переменные издержки: | | | | | | | | | |
| Коммунальные платежи | 6 000 | 6 300 | 6 615 | 6 945 | 7 293 | 7 658 | 8 041 | 8 443 | 8 865 |
| Энергия | 1 226 | 1 237 | 1 249 | 1 261 | 1 274 | 1 288 | 1 303 | 1 318 | 1 334 |
| Фонд оплаты труда основных работников | 14 821 | 15 562 | 16 340 | 17 157 | 18 015 | 18 915 | 19 861 | 20 854 | 21 897 |
| Платежи во внебюджетные фонды (30,2%) | 4 475 | 4 699 | 4 934 | 5 181 | 5 440 | 5 712 | 5 998 | 6 298 | 6 612 |
| Итого: | 26 523 | 27 799 | 29 139 | 30 546 | 32 023 | 33 573 | 35 203 | 36 913 | 38 708 |
| Условно – постоянные издержки: | | | | | | | | | |
| Производственные: | | | | | | | | | |
| - спец одежда и мед.осмотр персонала | 170 | 173 | 177 | 181 | 185 | 189 | 193 | 198 | 203 |
| -обслуживание основных фондов, ремонтный фонд | 1 600 | 1 630 | 1 661 | 1 694 | 1 729 | 1 765 | 1 804 | 1 844 | 1 886 |
| -амортизация основных фондов | 14 637 | 14 637 | 14 637 | 14 637 | 14 637 | 14 637 | 14 637 | 14 637 | 14 637 |
| Управленческие: | | | | | | | | | |
| Фонд оплаты труда служащих | 3 322 | 3 488 | 3 662 | 3 845 | 4 038 | 4 240 | 4 452 | 4 674 | 4 908 |
| Платежи во внебюджетные фонды (30,2%) | 1 003 | 1 053 | 1 106 | 1 161 | 1 219 | 1 280 | 1 344 | 1 411 | 1 482 |
| Банковское обслуживание, канцелярские расходы, обслуживание орг.техники | 900 | 950 | 1 000 | 1 050 | 1 100 | 1 150 | 1 200 | 1 250 | 1 300 |
| Коммерческие: | | | | | | | | | |
| - реклама | 500 | 600 | 700 | 800 | 900 | 1 000 | 900 | 950 | 950 |
| Итого | 22 133 | 22 532 | 22 945 | 23 370 | 23 809 | 24 263 | 24 532 | 24 966 | 25 368 |

Таблица 3.9

Отчет о финансовых результатах за 2021 - 2029 гг., тыс.руб.

| Наименование показателя | 2021 г. | 2022 г. | 2023г. | 2024г. | 2025 г. | 2026г | 2027г | 2028г | 2029г |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Выручка от продаж | 121 720 | 124 297 | 130 511 | 136 985 | 143 573 | 150 751 | 158 218 | 166 190 | 171 647 |
| Себестоимость проданных товаров | 46 056 | 47 582 | 49 184 | 50 866 | 52 633 | 54 486 | 56 436 | 58 479 | 60 626 |
| Валовая прибыль (убыток) | 75 663 | 76 714 | 81 326 | 86 119 | 90 940 | 96 265 | 101 782 | 107 711 | 111 021 |
| Коммерческие расходы | 500 | 600 | 700 | 800 | 900 | 1 000 | 900 | 950 | 950 |
| Управленческие расходы | 5 225 | 5 491 | 5 768 | 6 057 | 635 | 6 670 | 6 996 | 7 336 | 7 690 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 69 938 | 70 623 | 74 857 | 79 261 | 83 682 | 88 595 | 93 885 | 99 425 | 102 381 |
| Прочие расходы | 5 456 | 5 038 | 4 700 | 4 422 | 4 114 | 3 806 | 3 498 | 3 344 | 3 036 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | 64 482 | 65 585 | 74 853 | 74 839 | 79 568 | 84 789 | 90 387 | 96 081 | 99 345 |
| Налог на прибыль | 12 896 | 13 117 | 14 970 | 14 967 | 15 913 | 16 957 | 18 077 | 19 216 | 19 869 |
| Чистая прибыль (убыток) | 51 585 | 52 468 | 59 882 | 59 871 | 63 654 | 67 831 | 72 310 | 76 865 | 79 476 |

Таблица 3.10

Расчет денежного потока по текущей деятельности за 2021 - 2029 гг., тыс.руб.

| Наименование показателя | 2021 г. | 2022 г. | 2023 г. | 2024 г. | 2025г. | 2026г | 2027г | 2028г | 2029г |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Выручка от продаж | 121 720 | 124 297 | 130 511 | 136 985 | 143 573 | 150 751 | 158 218 | 166 190 | 171 647 |
| Затраты на оказание услуг | 46 056 | 47 582 | 49 184 | 50 866 | 52 633 | 54 486 | 56 436 | 58 479 | 60 626 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 69 938 | 70 623 | 74 857 | 79 261 | 83 682 | 88 595 | 93 885 | 99 425 | 102 381 |
| Чистая прибыль (убыток) | 51 585 | 52 468 | 59 882 | 59 871 | 63 654 | 67 831 | 72 310 | 76 865 | 79 476 |
| Денежный поток по текущей деятельности | 41 879 | 42 246 | 48 418 | 47 112 | 49 577 | 52 318 | 55 304 | 58 264 | 59 784 |

Таблица 3.11

## Расчет срока окупаемости проекта

| Инвестиции в нулевой момент времени, тыс. руб. | Денежный поток по текущей деятельности | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| -260 000 | 2019 г | 2020 г | 2021 г | 2022 г | 2023 г | 2024 г | 2025 г | 2026 г | 2027 г | 2028 г | 2029г | 2030г |
| Дисконтированный, тыс.руб. | 0 | 0 | 32 338 | 29 928 | 31 468 | 28 091 | 27 120 | 26 257 | 25 463 | 24 611 | 23 168 | 21 809 |
| Нарастающим итогом, тыс.руб. | -260 000 | -260 000 | -227 662 | -197 734 | -166 265 | -138 174 | -111 054 | -84 797 | -59 333 | -34 722 | -11 554 | 10 256 |
| Срок окупаемости, лет | | | | | | | | | | | | 11,5 |

Таблица 3.12

Интегральные показатели оценки экономической эффективности проекта

| Показатель | Значение показателя |
|---|---|
| Ставка дисконтирования, % | 9 |
| Дисконтированный период окупаемости - DPB, мес. | 138 |
| Чистый приведенный доход – NPV, тыс.руб. | 10 256 |
| Индекс прибыльности – PI | 1,04 |
| Внутренняя норма рентабельности - IRR, % | 14,8 |

Чистая текущая стоимость проекта положительна и составляет 10256тыс.руб. при горизонте расчета в 12 лет.

Индекс рентабельности инвестиций больше 1, срок окупаемости проекта 11,5 лет. Проект рекомендуется к реализации, имеет достаточный уровень доходности и устойчивости.

Таблица 3.13

Виды эффекта от реализации проекта

| Вид эффекта | Краткая характеристика |
|---|---|
| Финансовый | Вернем все привлеченные на реализацию ресурсы, согласно графику платежей в полном объеме со всеми причитающимися процентами. Внутренняя норма доходности проекта составляет 14,5%. |
| Экономический | Чистая текущая стоимость проекта положительна и составляет 10 256 тыс.руб. при горизонте расчета в 12 лет.<br>Индекс рентабельности инвестиций больше 1, срок окупаемости проекта 11,5 лет. |
| Бюджетный | В первый год работы предприятия в бюджет, в виде налога на прибыль и НДС , будут производится отчисления в размере 10822т.р и с каждым годом эта цифра будет расти вместе с объемом продаж и выручкой предприятия |
| Социальный | С началом работы комплекса, будет предоставлено 54 рабочих места, со средней заработной платой 30 тыс.руб.<br>Реализации проекта направлена на популяризацию здорового образа жизни, при этом по доступной цене, при неизменно высоком качестве предоставления услуг. |
| Экологический | Проект не загрязняет окружающей среды, а наоборот будет только облагораживать и поддерживать в чистоте и порядке территорию на которой находится и прилегающую к комплексу территорию. А также положительно влиять на самочувствие и укреплять здоровье потребителей услуг. |

Таблица 3.14

Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз

| Слабые стороны | Сильные стороны |
|---|---|
| 1) Отсутствие четкой стратегии<br>2) Небольшой опыт на рынке услуг<br>3) Слабая маркетинговая деятельность (отсутствие постоянных рекламных блоков в журналах, на радио);<br>4) Снижение спроса на большинство платных услуг (ведение индивидуальных программ). | 1) Квалифицированный персонал;<br>2) Разнообразие услуг;<br>3) Программы тренировок, соответствующее мировым стандартам. Хорошая финансовая база;<br>4) Хорошая репутация клуба, высокое качество инвентаря;<br>5) Постоянные клиенты;<br>6) Удобное расположение. |
| **Угрозы** | **Возможности** |
| 1. Усиление конкуренции, появление новых фитнес-клубов<br>2. Низкая потребительская активность (заинтересованность)<br>3. Популяризация массовых видов спорта. Увеличение доступных отдельных малых залов. | 1. Популяризация спорта<br>2. Открытие программ детского фитнеса. Внедрение новых, малоизвестных видов фитнеса.<br>3. Открытие новых филиалов(при росте спроса). Борьба за VIP клиентов, стать лидером на рынке предоставления услуг. |

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Предлагаемый спортивно-оздоровительный комплекс предлагает широкий спектр услуг, будет использовать современное оборудование и все эти блага будут доступны жителям города за небольшие деньги.

Типичные потребители спортивных услуг – это дети, подростки, учащаяся молодежь. Физическая культура и спорт наряду с такими отраслями социальной сферы, как здравоохранение, образование, социальное обеспечение и т. п., испытывают на себе активное государственное вмешательство в процесс производства и потребления соответствующих услуг. Рынок отрасли «Физическая культура и спорт» имеет узкую территориальную локализацию. Это связано с тем, что в поисках услуг потребители склоны выбирать близко или удобно расположенные физкультурно-спортивные сооружения. К числу особенностей рынка физкультурно-спортивных услуг следует отнести высокую динамичность рыночных процессов, которая обусловлена: изменчивым характером спроса на физкультурно-спортивные услуги, подверженного в значительной степени влиянию моды и временного фактора; высокой степенью дифференциации физкультурно-спортивных услуг, обусловленной широтой спектра реализуемых в этой сфере педагогических технологий.

Понимание того, что будущее невозможно без здоровых членов общества, привело к выработке единого мнения, о роли и месте физической культуры и спорта в здоровом образе жизни населения, поддерживающего дееспособность государства и общества, и использованию оздоровительных систем в сохранении и укреплении здоровья населения. В этом и выражается необходимость постройки этого комплекса.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ


1. Бадалов, О.Ю. Маркетинговая сущность лечебной физкультуры [Текст] / О.Ю. Бадалов, И.З. Козловский // ЛФК и массаж. – 2016. – №1. – С. 50-51.

2. Барчуков, И.С. Организация оздоровительного сервиса в гостиничных комплексах [Текст] : учебное пособие / И. С. Барчуков; МГУК. – М.: МГУК, 2015. – 247 с.

3. Бизнес-планирование [Текст] : учеб. Пособие ; рекомендовано Мин.образования / А. И. Гомола, П. А. Жанин. - 5-е изд., стер. – М. : Академия, 2014. – 144 с.

4. Бизнес-планирование [Текст] : учеб. пособие для сред. проф. обр. ; рекомендовано методсоветом по направлению / А. М. Лопарева. – М. : Форум , 2015. – 144 с.

5. Брайнен, Д. К. Психология в современном спорте [Текст] : учебное пособие / Д. К. Брайнен. – М.: ФиС, 2015. – 224 с.

6. Васильев, Г.Г. Общественные организации как субъекты деятельности в сфере физкультуры и спорта [Текст] / Г.Г. Васильев // Спорт и здоровье: Первый междунар. науч. конгр. : материалы конгр. / С.-Петерб. гос. акад. физ. культуры им. П.Ф. Лесгафта. – СПб., 2015. – Т. 2. – С. 181-184.

7. Волкодав, С.П. Спортивная организация: поиски спонсора и работа с ним [Текст] / С. П. Волкодав, И. И. Переверзин // Сборник научных трудов молодых ученых РГУФК / РГУФК. – М., 2015. – С. 103-105.

8. Гайнутдинов, Э.М. Бизнес-планирование [Текст] : учебное пособие / Э.М. Гайнутдинов. – Минск: Вышэйшая школа, 2016. – 207 с.

9. Гарнов, А.П. Экономика предприятия: современное бизнес-планирование [Текст] : учебное пособие / А.П. Гарнов. – М.: ДиС, 2015. – 272 с.

10. Герасина, О.Н. Бизнес-план для предприятия автосервиса [Текст] : учебное пособие / О.Н. Герасина, О.В. Трусова. – М.: МГИУ, 2016. – 32 с.

11. Гладкий, А.А. Бизнес-план: Делаем сами на компьютере [Текст] : учебное пособие / А.А. Гладкий. – М.: Рид Групп, 2017. – 240 с.

12. Головченко, Г.Т. Формирование личности специалиста средствами физического воспитания [Текст] : учебное пособие / Г. Т. Головченко, Т. В. Бондаренко. – Харьков: ИВМО «ХК», 2014. – 156 с.

13. Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов [Текст] : научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. – М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 248 с.

14. Горемыкин, В.А. Бизнес-план: Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана [Текст] : учебное пособие / В.А. Горемыкин. – М.: Ось-89, 2014. – 592 с.

15. Гуляев, М.Д. Инновации в технологии непрерывного физкультурного образования в условиях региона [Текст] : автореф. дис. ... канд. пед. наук / Гуляев Михаил Дмитриевич; РГАФК. – М., 2015. – 26 с.

16. Гуськов, С.И. Переход к рыночной экономике и развитие физической культуры и спорта [Текст] / С. И. Гуськов // Теория и практика физ. культуры. – 2015. – №2. – С. 11-15.

17. Гуськов, С.И. Спортивный маркетинг [Текст] : учебное пособие / С. И. Гуськов. – Киев: Олимпийская лит., 2015. –295 с.

18. Джакубова, Т.Н. Бизнес-план: расчеты по шагам [Текст] : учебное пособие / Т.Н. Джакубова. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 96 с.

19. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии [Текст] : учебник / И.А. Дубровин. – М.: Дашков и К, 2016. – 432 с.

20. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии [Текст]: учебник для бакалавров / И.А. Дубровин. – М.: Дашков и К, 2016. – 432 с.

21. Жуков, В.В. Бизнес-планирование в электроэнергетике [Текст] : учебник / В.В. Жуков. – М.: МЭИ, 2015. – 568 с.

22. Золотухин, О.И. Бизнес-планирование [Текст] : учебное пособие / О.И. Золотухин. – СПб.: ГУАП, 2015. – 84 с.

23. КонсультантПлюс [Электронный ресурс] : справочная-правовая система. URL: http://www.consultant.ru/

24. Кренер, С. Планета MBA. Бизнес-школы: взгляд изнутри [Текст] : учебное пособие / С. Кренер, Д. Дирлова. – М.: Олимп-Бизнес, 2015. – 256 с.

25. Планирование на предприятии [Текст] : учеб. пособие для вузов ; рекомендовано методсоветом по направлению / Е. С. Вайс, В. М. Васильцова [и др.]. – 4-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2016. – 336 с.

Таблица 1

## Планируемый объём продаж услуг за 2021 г.

| Наименование услуги | Месяцы | | | | | | | | | | | | Цена за 1 ед. (без НДС), руб. | Выручка, т.руб. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Янв | Февр | Март | Апр | Май | Июнь | Июль | Август | Сентяб | Октяб | Нояб | Декаб | | |
| **Тренажерный зал:** | | | | | | | | | | | | | | |
| 1)разовое посещение (шт) | - | - | - | 3675 | 2625 | 2625 | 2625 | 3675 | 3675 | 3675 | 3675 | 3675 | 200 | 5985 |
| 2)персональный тренер (шт) | - | - | - | 375 | 300 | 150 | 150 | 150 | 300 | 225 | 150 | 150 | 1000 | 1950 |
| **3)абонемент на занятие в тренажерном зале:** | | | | | | | | | | | | | | |
| а) 4 посещения (шт) | - | - | - | 1500 | 1200 | 1350 | 1500 | 1800 | 1500 | 1800 | 1950 | 1950 | 550 | 8002 |
| б) 8 посещений (шт) | - | - | - | 1950 | 1500 | 1500 | 1500 | 1950 | 2025 | 2025 | 2025 | 2025 | 1100 | 18150 |
| в)12 посещений (шт) | - | - | - | 1224 | 979 | 979 | 979 | 1224 | 1224 | 1224 | 1224 | 1224 | 1800 | 18506 |
| **Бассейн:** | | | | | | | | | | | | | | |
| 1)Детская группа обучения плаванию (от 8 до 13 лет) разовое посещение по расписанию (1 занятие 45 мин) | - | - | - | 228 | 228 | 172 | 152 | 152 | 288 | 288 | 150 | 225 | 300 | 564,9 |
| 2) Детская группа обучения плаванию (от 8 до 13 лет) абонемент на 8 посещений занятий (1 занятие 45 мин) | - | - | - | 858 | 858 | 608 | 536 | 536 | 804 | 804 | 912 | 71: | 2300 | 15252,7 |
| 3)Разовое посещение не ограниченное по времени пребывания в бассейне: | | | | | | | | | | | | | | |
| а) Взрослый (шт) | - | - | - | 3150 | 3150 | 1500 | 1300 | 1000 | 1500 | 1500 | 1500 | 2750 | 320 | 5552 |
| б) Детский (шт) | - | - | - | 300 | 300 | 252 | 280 | 200 | 300 | 300 | 330 | 225 | 250 | 621 |
| 4)Абонемент на не ограниченное по времени пребывание в бассейне: | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| а) 3 посещения (шт) | - | - | - | 240 | 240 | 200 | 152 | 252 | 251 | 240 | 230 | 220 | 1300 | 2632 |
| б) 9 посещений (шт) | - | - | - | 300 | 300 | 152 | 152 | 200 | 300 | 300 | 378 | 250 | 2590 | 6039 |
| в) 12 посещений (шт) | - | - | - | 180 | 180 | 100 | 100 | 150 | 300 | 300 | 330 | 250 | 3420 | 6463 |
| 5)Аренда 1 дорожки на 1 час | - | - | - | 78 | 78 | 60 | 20 | 32 | 78 | 78 | 78 | 75 | 3000 | 1731 |
| **SPA:** | | | | | | | | | | | | | | |
| 1)Массаж (40 мин) | - | - | - | 325 | 325 | 325 | 325 | 325 | 325 | 325 | 325 | 325 | 700 | 2047 |
| 2)Фито-бочка (вся процедура занимает около 1 часа ) | - | - | - | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 600 | 2700 |
| 3) Сауна : | | | | | | | | | | | | | | |
| а) на 1 час | - | - | - | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 1200 | 194 |
| б) на 2 часа | - | - | - | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 2200 | 752 |
| в) на 3 часа | - | - | - | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 3000 | 675 |
| г) на 4 часа (+600р каждый следующий час) | - | - | - | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 3600 | 648 |
| **Школа танцев:** | | | | | | | | | | | | | | |
| 1)Пробное занятие на любой из танцевальных стилей | - | - | - | 1109 | 1006 | 592 | 592 | 1109 | 1664 | 1885 | 1885 | 1885 | 300 | 3517 |
| 2) абонемент на 4 занятия (шт) | - | - | - | 555 | 177 | 237 | 473 | 887 | 998 | 1664 | 1775 | 1775 | 1100 | 9393 |
| 3) абонемент на 8 занятий (шт) | - | - | - | 222 | 89 | 118 | 89 | 166 | 166 | 222 | 222 | 222 | 1800 | 2727 |
| 4) годовой абонемент (шт) | - | - | - | 58 | 43 | 54 | 31 | 58 | 58 | 67 | 58 | 82 | 15000 | 7610 |
| Итого: | - | - | - | | | | | | | | | | | 121720 |

Таблица 2

## Планируемый объём продаж услуг за 2022 – 2025 гг.

| Виды услуги | 2022 г. | | | 2023г. | | | 2024г. | | | 2025г. | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Объем продаж год | Цена за 1 ед (без НДС), руб. | Выручка, т.руб. | Объем продаж год | Цена за 1 ед (без НДС), руб. | Выручка, т.руб. | Объем продаж год | Цена за 1 ед (без НДС), руб. | Выручка, т.руб. | Объем продаж в год | Цена за 1 ед (без НДС), руб. | Выручка, т.руб. |
| **Тренажерный зал:** | | | | | | | | | | | | |
| 1) разовое посещение (шт) | 30125 | 200 | 6025 | 30125 | 210 | 6326 | 30125 | 220 | 6642 | 30125 | 230 | 6928 |
| 2) персональный тренер ( раз) | 2950 | 1000 | 2950 | 2950 | 1050 | 3097 | 2950 | 1102 | 3252 | 2950 | 1150 | 3392 |
| **3) абонемент на занятие в тренажерном зале:** | | | | | | | | | | | | |
| а)4 посещения (шт) | 15100 | 550 | 8305 | 15100 | 577 | 8720 | 15100 | 606 | 9150 | 15100 | 636 | 9608 |
| б) 8 посещений (шт) | 17600 | 1100 | 19360 | 17600 | 1155 | 20328 | 17600 | 1212 | 21343 | 17600 | 1270 | 22352 |
| в)12 посещений (шт) | 10281 | 1800 | 18505 | 10281 | 1890 | 19431 | 10281 | 1984 | 20402 | 10281 | 2080 | 21384 |
| **Бассейн:** | | | | | | | | | | | | |
| 1)Детская группа обучения плаванию (от 8 до 13 лет) разовое посещение по расписанию (1 занятие 45 мин) | 1883 | 300 | 564 | 1883 | 315 | 593 | 1883 | 330 | 621 | 1883 | 346 | 651 |
| 2) Детская группа обучения плаванию (от 8 до 13 лет) абонемент на 8 посещений занятий (1 занятие 45 мин) | 6631 | 2300 | 15251 | 6631 | 2415 | 16013 | 6631 | 2535 | 16809 | 6631 | 2660 | 17638 |
| 3) Разовое посещение не ограниченное по | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| времени пребывания в бассейне: | | | | | | | | | | | | |
| а) Взрослый (шт) | 17350 | 320 | 5552 | 17350 | 336 | 5829 | 17350 | 352 | 6107 | 17350 | 370 | 6419 |
| б) Детский (шт) | 2487 | 250 | 621 | 2487 | 262 | 652 | 2487 | 275 | 685 | 2487 | 290 | 721 |
| 4)Абонемент на не ограниченное по времени пребывание в бассейне: | | | | | | | | | | | | |
| а) 3 посещения (шт) | 2025 | 1300 | 2632 | 2025 | 1365 | 2764 | 2025 | 1433 | 2901 | 2025 | 1500 | 3037 |
| б) 9 посещений (шт) | 2332 | 2590 | 6039 | 2332 | 2719 | 6341 | 2332 | 2855 | 6657 | 2332 | 2990 | 6972 |
| в) 12 посещений (шт) | 1890 | 3420 | 6463 | 1890 | 3591 | 6786 | 1890 | 3770 | 7125 | 1890 | 3950 | 7465 |
| 5)Аренда 1 дорожки на 1 час (шт) | 577 | 3000 | 1731 | 577 | 3150 | 1817 | 577 | 3307 | 1908 | 577 | 3470 | 2002 |
| SPA: | | | | | | | | | | | | |
| 1)Массаж (40 мин) | 2925 | 700 | 2047 | 2925 | 735 | 2149 | 2925 | 771 | 2255 | 2925 | 809 | 2366 |
| 2)Фито-бочка | 4500 | 600 | 2700 | 4500 | 630 | 2835 | 4500 | 661 | 2974 | 4500 | 695 | 3127 |
| 3) Сауна: | | | | | | | | | | | | |
| а) на 1 час (раз) | 162 | 1200 | 194 | 162 | 1260 | 204 | 162 | 1323 | 214,3 | 162 | 1390 | 225 |
| б) на 2 часа (раз) | 342 | 2200 | 752 | 342 | 2310 | 790 | 342 | 2425 | 829 | 342 | 2540 | 868 |
| в) на 3 часа (раз) | 225 | 3000 | 675 | 225 | 3150 | 708 | 225 | 3307 | 744 | 225 | 3470 | 780 |
| г) на 4 часа ( + 600р за каждый последующий час) | 180 | 3600 | 648 | 180 | 3780 | 680 | 180 | 3969 | 714 | 180 | 4160 | 748 |
| Школа танцев: | | | | | | | | | | | | |
| 1)Пробное занятие на любой из танцевальных стилей | 11727 | 300 | 3518 | 11727 | 315 | 3694 | 11727 | 330 | 3869 | 11727 | 345 | 4045 |
| 2) абонемент на 4 занятия (шт) | 8541 | 1100 | 9395 | 8541 | 1155 | 9864,8 | 8541 | 1212 | 10351 | 8541 | 1270 | 10847 |
| 3) абонемент на 8 занятий (шт) | 1516 | 1800 | 2728 | 1516 | 1890 | 2865 | 1516 | 1984 | 3007 | 1516 | 2080 | 3153 |
| 4) годовой абонемент (шт) | 509 | 15000 | 7635 | 509 | 15750 | 8016 | 509 | 16537 | 8417 | 509 | 17360 | 8836 |
| Итого: | - | - | 124297 | - | - | 130511 | - | - | 136985 | - | - | 143573 |

Таблица 3

Планируемый объём продаж услуг за 2026 – 2029 гг.

| Виды услуги | 2026 г. | | | 2027г. | | | 2028г. | | | 2029г. | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Объем продаж год | Цена за 1 ед (без НДС), руб. | Выручка, т.руб. | Объем продаж год | Цена за 1 ед (без НДС), руб. | Выручка, т.руб. | Объем продаж год | Цена за 1 ед (без НДС), руб. | Выручка, т.руб. | Объем продаж в год | Цена за 1 ед (без НДС), руб. | Выручка, т.руб. |
| Тренажерный зал: | | | | | | | | | | | | |
| 1)разовое посещение(шт) | 30125 | 241,5 | 7275,1 | 30125 | 253 | 7621,6 | 30125 | 266 | 8013,2 | 30125 | 280 | 8435 |
| 2)персональный тренер ( раз) | 2950 | 1207,5 | 3562,1 | 2950 | 1267 | 3737,6 | 2950 | 1331 | 3926,4 | 2950 | 1398 | 4124,1 |
| 3)абонемент на занятие в тренажерном зале: | | | | | | | | | | | | |
| а)4 посещения (шт) | 15100 | 668 | 10088 | 15100 | 701 | 10585 | 15100 | 737 | 11128 | 15100 | 773 | 11672 |
| б) 8 посещений (шт) | 17600 | 1333 | 23469 | 17600 | 1400 | 24640 | 17600 | 1470 | 25872 | 17600 | 1544 | 27174 |
| в)12 посещений (шт) | 10281 | 2184 | 22453 | 10281 | 2293 | 23574 | 10281 | 2408 | 24756 | 10281 | 2528 | 25990 |
| Бассейн: | | | | | | | | | | | | |
| 1)Детская группа обучения плаванию (от 8 до 13 лет) разовое посещение по расписанию (1 занятие 45 мин) | 1 883 | 363 | 684 | 1 883 | 381 | 717 | 1 883 | 401 | 755 | 1 883 | 421 | 792 |
| 2) Детская группа обучения плаванию (от 8 до 13 лет) абонемент на 8 посещений занятий (1 занятие 45 мин) | 6 631 | 2 793 | 18 520 | 6 631 | 2 932 | 19 442 | 6 631 | 3 079 | 20 416 | 6 631 | 3 233 | 21 438 |
| 3)Разовое посещение | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| не ограниченное по времени пребывания в бассейне: | | | | | | | | | | | | |
| а) Взрослый (шт) | 17350 | 388 | 6740 | 17350 | 407 | 7061 | 17350 | 428 | 7425 | 17350 | 450 | 7807 |
| б) Детский (шт) | 2487 | 304 | 757 | 2487 | 319 | 793 | 2487 | 336 | 835 | 2487 | 352 | 875 |
| 4)Абонемент на не ограниченное по времени пребывание в бассейне: | | | | | | | | | | | | |
| а) 3 посещения (шт) | 2025 | 1575 | 3189 | 2025 | 1653 | 3347 | 2025 | 1736 | 3515 | 2025 | 1823 | 3691 |
| б) 9 посещений (шт) | 2332 | 3139 | 7321 | 2332 | 3296 | 7686 | 2332 | 3461 | 8071 | 2332 | 3634 | 8474 |
| в) 12 посещений (шт) | 1890 | 4147 | 7838 | 1890 | 4354 | 8229 | 1890 | 4573 | 8642 | 1890 | 4801 | 9073 |
| 5)Аренда 1 дорожки на 1 час (шт) | 577 | 3643 | 2102 | 577 | 3825 | 2207 | 577 | 4017 | 2317 | 577 | 4218 | 2433 |
| SPA: | | | | | | | | | | | | |
| 1)Массаж (40 мин) | 2925 | 849 | 2484 | 2925 | 891 | 2606 | 2925 | 937 | 2740 | 2925 | 983 | 2875 |
| 2)Фито-бочка | 4500 | 729 | 3283 | 4500 | 766 | 3447 | 4500 | 805 | 3622 | 4500 | 845 | 3802 |
| 3) Сауна: | | | | | | | | | | | | |
| а) на 1 час (раз) | 162 | 1459 | 236 | 162 | 1532 | 248 | 162 | 1609 | 260 | 162 | 1690 | 273 |
| б) на 2 часа (раз) | 342 | 2667 | 912 | 342 | 2800 | 957 | 342 | 2940 | 1005 | 342 | 3087 | 1055 |
| в) на 3 часа (раз) | 225 | 3643 | 819 | 225 | 3825 | 860 | 225 | 4017 | 903 | 225 | 4218 | 949 |
| г) на 4 часа ( + 600р за каждый последующий час) | 180 | 4368 | 786 | 180 | 4586 | 825 | 180 | 4816 | 866 | 180 | 5057 | 910 |
| Школа танцев: | | | | | | | | | | | | |
| 1)Пробное занятие на любой из танцевальных стилей | 11727 | 362,25 | 4248 | 11727 | 380 | 4456 | 11727 | 399 | 4679 | 11727 | 419 | 4913 |
| 2) абонемент на 4 занятия (шт) | 8541 | 1333,5 | 11389 | 8541 | 1400 | 11957 | 8541 | 1470 | 12555 | 8541 | 1544 | 13187 |
| 3) абонемент на 8 занятий (шт) | 1516 | 2184 | 3310,9 | 1516 | 2293 | 3476 | 1516 | 2408 | 3650 | 1516 | 2528 | 3832 |
| 4) годовой абонемент (шт) | 509 | 18228 | 9278 | 509 | 19139 | 9741 | 509 | 20096 | 10228 | 509 | 21101 | 10740 |
| Итого: | - | - | 150751 | - | - | 158218 | - | - | 166190 | - | - | 171647 |

АНТИПЛАГИАТ
ТВОРИТЕ СОБСТВЕННЫМ УМОМ

# Отчет о проверке на заимствования №1

**Автор:** zigmund-12@mail.ru / ID: 5911473
**Проверяющий:** (zigmund-12@mail.ru / ID: 5911473)

Отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат»- http://www.antiplagiat.ru

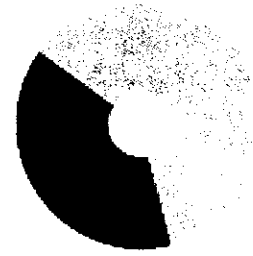
## ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

№ документа: 1
Начало загрузки: 20.06.2018 20:02:05
Длительность загрузки: 00:00:01
Имя исходного файла: Диплом Долгий А.В.
Размер текста: 60 кБ
Символов в тексте: 58551
Слов в тексте: 6487
Число предложений: 472

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЧЕТЕ

Последний готовый отчет (ред.)
Начало проверки: 20.06.2018 20:02:06
Длительность проверки: 00:00:01
Комментарии: не указано
Модули поиска:

| ЗАИМСТВОВАНИЯ | ЦИТИРОВАНИЯ | ОРИГИНАЛЬНОСТЬ |
|---|---|---|
| 38,53% | 0% | 61,47% |



Заимствования — доля всех найденных текстовых пересечений, за исключением тех, которые система отнесла к цитированиям, по отношению к общему объему документа.
Цитирования — доля текстовых пересечений, которые не являются авторскими, но система посчитала их использование корректным, по отношению к общему объему документа. Сюда относятся оформленные по ГОСТу цитаты; общеупотребительные выражения; фрагменты текста, найденные в источниках из коллекций нормативно-правовой документации.
Текстовое пересечение — фрагмент текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника.
Источник — документ, проиндексированный в системе и содержащийся в модуле поиска, по которому проводится проверка.
Оригинальность — доля фрагментов текста проверяемого документа, не обнаруженных ни в одном источнике, по которым шла проверка, по отношению к общему объему документа.
Заимствования, цитирования и оригинальность являются отдельными показателями и в сумме дают 100%, что соответствует всему тексту проверяемого документа.
Обращаем Ваше внимание, что система находит текстовые пересечения проверяемого документа с проиндексированными в системе текстовыми источниками. При этом система является вспомогательным инструментом, определение корректности и правомерности заимствований или цитирований, а также авторства текстовых фрагментов проверяемого документа остается в компетенции проверяющего.

| № | Доля в отчете | Доля в тексте | Источник | Ссылка | Актуален на | Модуль поиска | Блоков в отчете | Блоков в тексте |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| [01] | 0% | 10,95% | Целевой маркетинг спортив... | http://knowledge.allbest.ru | раньше 2011 | Модуль поиска Интернет | 0 | 25 |
| [02] | 10,95% | 10,95% | Целевой маркетинг спортив... | http://bibliofond.ru | 20 Июн 2014 | Модуль поиска Интернет | 25 | 25 |
| [03] | 7,02% | 7,35% | Скачать | http://bmsi.ru | 22 Фев 2017 | Модуль поиска Интернет | 47 | 49 |

Еще источников: 11
Еще заимствований: 20,56%

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса, управления и психологии»

# ОТЗЫВ
на выпускную квалификационную работу бакалавра

Студента(ки) Долгого Андрея Васильевича
Ф.И.О.

Группы_____кафедры_____
полное наименование кафедры

направления 38.03.02 «Менеджмент»профиля«Финансовый менеджмент»
полное наименование направления

на тему Оценка эффективности проекта в условиях муниципально-частного партнерства
полное наименование темы согласно приказу

Выпускная квалификационная работа бакалавра содержит пояснительную записку на_____страницах,_____ иллюстрированный материал.

1.Актуальность значимость темы Тема ВКР актуальная и значимая в рамках развития муниципально-частного партнерства в г.Красноярске

2.Логическая последовательность Содержание ВКР изложено логически последовательно в соответствии с целью и задачами исследования

3.Положительные стороны работы Положительными сторонами работы являются оценка эффективности социального объекта города проекта

4.Аргументированность и конкретность выводов и предложений Выводы и предложения в работе аргументированы и конкретны

5.Полнота проработки литературных источников Литературные электронные и нормативные источники проработаны в полном объеме

6.Качество общего оформления работы,таблиц,иллюстраций Качество общего оформления

работы, таблицы, иллюстрации соответствует требованиям.

7.Уровень самостоятельности при работе над темой выпускной квалификационной работы При работе над темой ВКР студент проявил высокий уровень самостоятельности

8.Недостатки работы недостатков работы не выявлено

9.Какие профессиональные компетенции отработаны при работе над темой выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа отвечает(не отвечает) предъявляемым требованиям, предъявляемым требованиям и рекомендуется(не рекомендуется) к защите на заседании
Государственной экзаменационной комиссии.

Руководитель выпускной квалификационной работы Мутя Ирина Анатольевна, доц. каф. „Менеджмента"

Ф.И.О., учёное звание степень,должность,место работы

«25» июня 2018 г.

подпись руководителя

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса, управления и психологии»

Рецензия
на выпускную квалификационную работу бакалавра

Студента(ки) Долгого Андрея Васильевича
Ф.И.О.
Группы 124м кафедры Менеджмента
полное наименование кафедры

направления 38.03.02«Менеджмент»профиля«Финансовый менеджмент»
полное наименование направления
на тему Оценка эффективности проекта в условиях муниципально-частного партнерства
полное наименование темы согласно приказу

Выпускная квалификационная работа бакалавра содержит пояснительную записку на _____страницах,_____ иллюстрированный материал.

1.Актуальность значимость темы Тема ВКР актуальна и значима для развития муниципально-частного партнерства в г.Красноярске при строительстве и запуске крупных социальных и инфраструктурных объектов
2.Логическая последовательность Материал ВКР изложен логически последовательно, грамотно, в соответствии с темой и методиками обоснования и оценки эффективности инвестиционных и социальных проектов
3.Положительные стороны работы Положительными сторонами работы являются: оценка и анализ рынка, описание сегментов рынка, описание потребности в услугах комплекса, оценка экономического, социального и бюджетного видов эффекта
4.Аргументированность и конкретность выводов и предложений выводы и предложения к таблицам, разделам и в целом работе аргументированы и конкретны, подкреплены необходимыми расчетами, статистическими данными
5.Полнота проработки литературных источников Литературные, нормативные и электронные источники проработаны в полном объеме в соответствии с выбранной темой, масштабами и длительностью проекта

6.Качество общего оформления работы,таблиц,иллюстраций качество общего оформления, таблиц, иллюстраций, работы

соответствуют предъявляемым требованиям

7.Недостатки работы не выявлено

8.Какие предложения целесообразно внедритьпрактику в практику целесообразно внедрить предложения по строительству и вводу в эксплуатацию спортивно-оздоровительного комплекса в Свердловском районе г. Красноярска

Выпускная квалификационная работа соответствует(не соответствует) требованиям, предъявляемым к дипломным работам и может(не может) быть рекомендована к защите на заседании Государственной экзаменационной комиссии.

Работа заслуживает оценки 5 ,а её автор Долгий Андрей Васильевич
Ф.И.О.

присвоения ему(ей) квалификации бакалавра по направлению «Менеджмент»

Рецензент Лаптев Евгений Юрьевич ген директор ООО Крас Сервис Групп
Ф.И.О., учёное звание степень,должность,место работы

«25» июня 2018 г.

подпись рецензента