

# Бизнес план

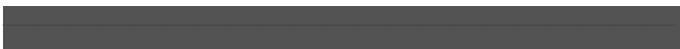
## Игровое пространство

### PlayStation club “GG - Good Games”



Исполнитель: Viber (050) 332-20-30 E-mail: [uknd\\_tov@ukr.net](mailto:uknd_tov@ukr.net) Instagram @bussines.plan\_andrei.l

Заказчик:



## Содержание

1. Обзор рынка
  - 1.1. Рынок развлекательных услуг в Украине
  - 1.2. Мобильные видео игры
  - 1.3. Особенности компьютерного клуба
  - 1.4. Целевая аудитория
  - 1.5. Динамика рынка
2. Описание проекта
  - 2.1. PlayStation клуб «Goog Games»
  - 2.2. Преимущества открытия PlayStation клуба
  - 2.3. Организационный план
  - 2.4. Производственный план
  - 2.5. Регистрационные документы
  - 2.6. Маркетинговая стратегия
  - 2.7. SWOT анализ проекта
3. Финансовая модель проекта
  - 3.1. Затратная часть
  - 3.2. Ценовая политика
  - 3.3. Увеличение чистой прибыли
  - 3.4. Точка безубыточности
  - 3.5. Прибыль и убытки

### 1.1. Рынок развлекательных услуг в Украине

Согласно статистическим данным, объем рынка развлекательных услуг в нашей стране в 2018 году составил около \$5 млрд. Большая часть всего сегмента приходится на Киев - Киевская область (около 40%) Украина на данном этапе находится позади стран ЕС в сфере развлекательных мероприятий и досуга, что в свою очередь даёт понимание хорошего запаса развития сегмента. Это связано с разными объективными причинами, включая как экономические, так и политические моменты.

Инфляция, девальвация национальной валюты, сложная политическая ситуация и повышение цен на услуги сферы досуга негативно отразились на динамике рынка в 2014-2015 годов. Данная тенденция откатила рынок на 15-20%. Начиная с 2016 года замечена стабильная тенденция роста отрасли. Кроме того, перечисленные выше причины также стали толчком для изменения лидеров в структуре рынка. На сегодняшний день рынок развлекательных услуг может предложить достаточно внушительный список сервисов по организации досуга и отдыха. Самый высокий уровень конкуренции наблюдается в столице. В регионе и областных центрах войти в долю рынка намного проще. Наибольшей популярностью среди потребителей пользуются: кинотеатры; музеи; аквапарки; квест-комнаты; роллердромы; катки; бильярд; боулинг; компьютерные клубы

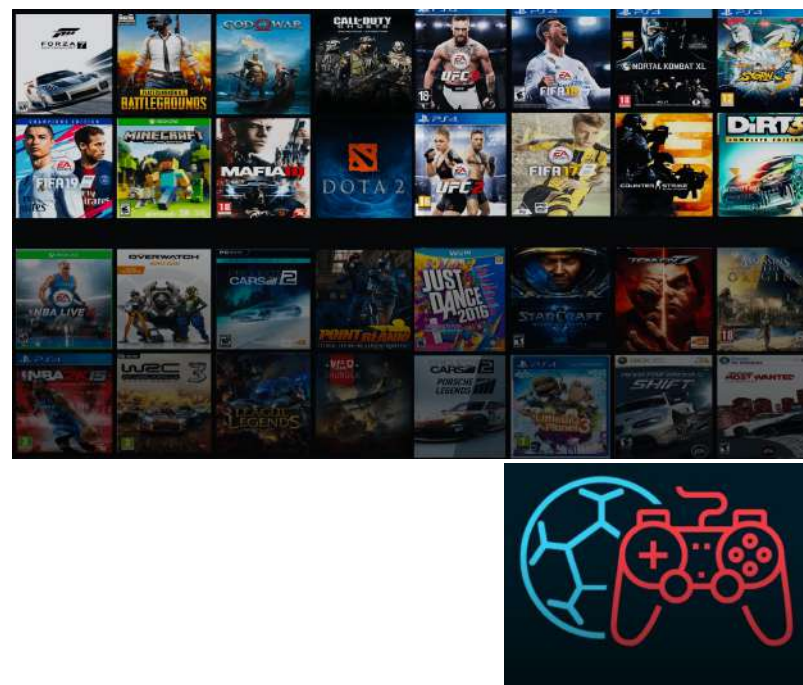
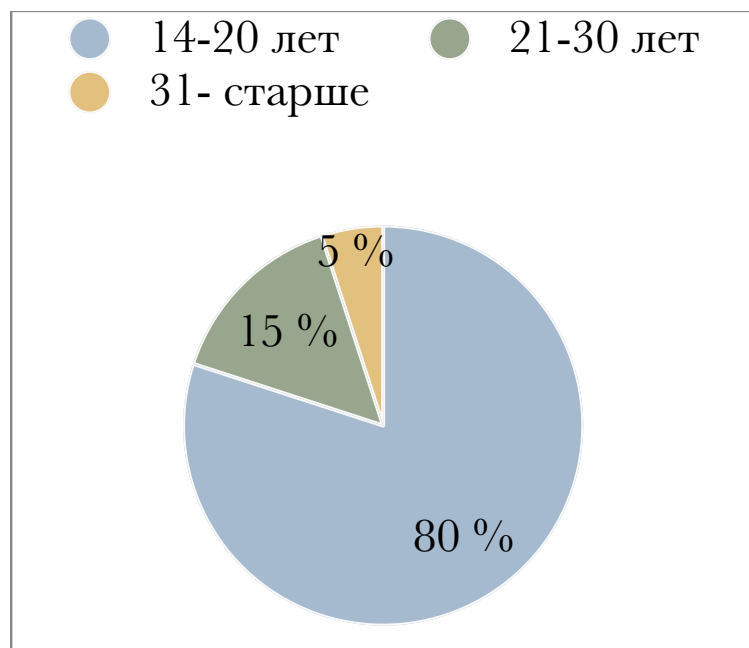
Данные базы анализа рынков Украины УКНД -  
управляющая компания Независимые Директора - [www.uknd.com.ua](http://www.uknd.com.ua)



## 1.2. Мобильные видео игры

Не смотря на компьютеризацию и оцифровывание всех отраслей повседневной жизни компьютерные клубы не теряют своей актуальности. Свободное пространство с современным дорогим оборудованием и хорошей подборкой актуальных видео игр. Доходы рынка видеоигр в ближайшие годы могут сравняться с доходами спортивной индустрии, пока ещё занимающем лидирующую позицию в мире. Самым быстроразвивающимся сегментом игрового рынка, как показывает исследование, являются мобильные игры. Аудитория мобильных игр растёт стремительными темпами. Изучение особенностей данного бизнеса позволяет в разработке стратегий для компьютерных клубов, внедрение проектов для удержания на рынке компьютерных клубов, а также для повышения уровня конкурентоспособности.

Сегментация клиентов (по возрасту)



### 1.3. Особенности компьютерного клуба

PlayStation club (PSC) - пространство, где посетители могут уйти от одной реальности, погрузившись в другую. Виртуальный мир поглащает с каждым годом все сильнее. У каждого человека с раннего детства всегда с собой есть как минимум один гаджет. Более взрослая аудитория имеет в своём арсенале больше смарт девайсов. При всём этом существует стабильный спрос на посещение игровых клубов PSC.

Лидеры рынка открывают много точек, объединяя в сеть. Есть предложения по франшизе. С бюджетом 10000 - 15000\$ любой желающий может присоединиться к менеджменту более крупного игрока рынка. Основное условие франшизы это численность населения выбранного региона.

Пример франшизы:

<https://cubevr.com.ua/franchise/>

Основные преимущества посещения PlayStation club:

- 🎮 Клиент может прийти один, или с компанией;
- 🎮 Даже частое посещение клуба выходит дешевле, чем приобретение игровой зоны для дома, включая игры;
- 🎮 Возможность контролировать игровое время.



#### 1.4. Целевая аудитория

Формат компьютерного клуба во многом зависит от выбранной целевой аудитории. На сегодняшний день в мире активно применяют четыре базовых концепции компьютерного клуба :

- 1 Игровая точка – точечный аттракцион, расположенный на большом проходном потоке, предлагает простые, быстрые игры и видео;
- 2 Игровой клуб – предлагает только игры в PSP, Xbox, VR, чем-то похож на компьютерные клубы, бум которых пришелся на начало 2000-х, такой формат может быть удачен для геймеров;
- 3 Игровой клуб/кальян - игровая зона, VIP зал, бар/кафе – рассчитано на отдых с компанией, здесь можно не только сыграть в любимые игры, но и выпить коктейль, посмотреть фильм, покурить кальян, пообщаться, поиграть в любимые игры на Xbox и PSP;
- 4 Развлекательный центр – комбинация традиционных аттракционов, где одно игровое место подразумевает одну игру. В данном формате могут быть представлены детские зоны отдыха, аттракционы с виртуальной реальностью

Рассмотрим третий вариант более детально.

Данный вариант клуба должен делать упор на три важные составляющие:

- ▶ Сервис
- ▶ Хорошая техника
- ▶ Классные игры
- ▶ Тренды

Хороший game club должен быть ориентирован на клиента, предлагая хороший сервис (подразумевающий современное оборудование, тематический ремонт помещения, демократичные цены). Помимо сервиса важно обращать внимание на ассортимент игр. Групповой абонемент, турниры, скидки. Бар, закуски, тренд последних лет кальяны. Возможно выбор настольных игр. Лаунж-зона, где геймерам (и не только) будет приятно отдохнуть и пообщаться. VIP зона, возможность просмотра фильмов. Посетителей необходимо не только завлечь, но и привлекать разнообразием услуг.



### 1.5. Динамика рынка игровых пространств в Украине

Традиционно для последних нескольких лет при прогнозе на следующий, 2019-2020 год, можно исходить исключительно из предположений стабильной политической и экономической ситуации, а также из существующей правовой базы, регулирующей рынок развлечений (игровые пространства, PlayStation club в том числе) в Украине. Также стоит четко понимать что динамичное развитие рынка развлекательных услуг напрямую зависит от доходов населения.

Согласно прогнозам аналитиков в 2019 году сохранится стабильный спрос на посещение игровых пространств. В тренде останутся услуги торговых центров, детских развлекательных центров, квест-комнаты, компьютерные клубы, залы киберспорта. Кроме того, по словам экспертов, можно ожидать появления большего количества аттракционов с использованием шлемов виртуальной реальности и прочих инноваций.

В особенности стоит отметить возросшую популярность квест-комнат, клубы PlayStation, Xbox, VR



### 2.1. PlayStation клуб «Goog Games»

Цель проекта - открытие игрового клуба, г. Фастов, Киевская область, Фастовский район. Игровое пространство под названием - Good Games - только хорошие игры для хороших игроков. Место где можно приятно и весело отдохнуть, поиграть в любимые игры. Основные источники дохода заведения: оплата за времяпребывание в игровой зоне; закуски, напитки, кальян.

Идея создания PSC преследует три основных цели:

- 1 Создание высоко rentable предприятия;
- 2 Получение прибыли;
- 3 Удовлетворение потребительского спроса на рынке услуг красоты, красивом внешнем виде, хорошем самочувствии и настроении.

Целевая группа:

- Школьники
- Студенты
- Все остальные

Возраст: от 14 и старше. Пол: 80% мужчины; 20% женщины

Средний чек на одного посетителя 100 грн (счет на одного посетителя без закусок, напитков и кальяна). Средний чек на закуски, кальян, напитки 100 грн. Данный вид услуги оставит около 50%, каждый второй посетитель может заказать эти и другие дополнительные услуги. Средний чек с кальяном и закусками 200 грн.

Время работы заведения: 11.00 - 23.00.

Одна смена. Со временем время может быть скорректировано, включая введения 2,3 смен. Не исключена круглосуточная работа.



## 2.2. Преимущества открытия PlayStation клуба

- ✓ Высокая рентабельность. Все зависит от входящего потока конкретной локации.
- ✓ Мало рисков. В несезон или при настроении игровые приставки можно перевезти, продать или сдать в аренду. Спрос на них есть всегда.
- ✓ Популярный отдых молодежи. Игры на приставке считаются одним из любимых занятий современной молодежи. Те, кто еще не купил себе консоль, будут приходить в клуб.
- ✓ Интересный бизнес. Это популярное занятие, что соберет тусовку в консольном клубе. Плюс всегда можно устраивать собственные вечеринки для друзей.
- ✓ Минимум персонала. Для обеспечения работы всего клуба достаточно одного, максимум трёх человек. Не нужно тратить много сил и времени на подбор персонала.

Сумма инвестиций: 474 750 грн.

Выход на самоокупаемость: 4 месяца


Срок окупаемости проекта: 16 месяцев


Планируемый срок осуществления подготовительных работ по открытию игрового центра – 2 недели с момента получения финансирования




### 2.3. Организационный план

Необходимый штат:


 1 директор, собственник ФЛП (физическое лицо предприниматель)

 1 администратор

 1 повар, официант, кальянщик

 1 уборщик

Должностные обязанности:

Должность	Обязанности
Собственник ФЛП	Подписание договора аренды. Устройство сотрудников. Оплата налогов
Администратор	Контроль за общей работой клуба. Оплата посменно, поэтому администраторов может быть несколько
Повар, официант, кальянщик	Прием заказов, их выполнение. Закуски, напитки, кальян
Уборщик	Уборка помещения, чистота и пополнение хозяйственного инвентаря. Санузел 

Данного количества персонала хватит для достижения поставленных целей, поэтому необходимости в привлечении новых кадров нет. Однако необходимо удерживать имеющихся работников, а также повышать уровень их работы с клиентом.

Ответственность, должностные обязанности и полномочия каждого работника регламентируют должностные инструкции - внутренний организационно-распорядительный документ, подписанный владельцем ФЛП.

#### 2.4. Производственный план

Необходимая площадь: 50-70 кв.м.

Игровой зал с хорошей, удобной мебелью на 10 человек (5 экранов, 5 приставок)

VIP комната

Кальянная комната

Кухня, холодильное оборудование

Складское помещение, сервер

Вспомогательные помещения (коридор, туалет, лестничный проем, моечные и т.д.)

Месторасположение: г. Фастов, центр.

Варианты помещения в аренду:

<https://dom.ria.com/ru/realty-dolgosrochnaya-arenda-pomescheniya-svobodnogo-naznacheniya-fastov-fastov-15273295.html>

<https://m.olx.ua/obyavlenie/orenda-primschennya-fastvmozhlivst-vikupu-IDyZh4E.html#position=1&page=1>

Средняя цена аренды квадратного метра 150 - 200 грн. Необходимая площадь обойдётся в бюджете 10000 грн в месяц за площадь 50-70 кв.м.





Расчётное количество посадочных мест (общий зал): 10 (количество приставок и мониторов 5)

Количество рабочих дней: 31

## 2.5. Регистрационные документы

Юридическая форма собственности предприятия будет ФЛП, физическое лицо предприниматель. Для регистрации в электронном виде нужно зайти на Регистрационный портал [www.rp.irc.gov.ua](http://www.rp.irc.gov.ua) и следовать приведенным там инструкциям. Физлицо может одновременно с заявлением о госрегистрации подать заявление об избрании упрощенной системы налогообложения. При этом он имеет право избрать только 1, 2 или 3-ю группу по ставке 5% без НДС, исходя из объема планируемой годовой выручки.

Чтобы открыть клуб, понадобятся:


-  Договор аренды или документы, подтверждающие право собственности на помещение, в котором будет располагаться игровая зона;
-  Разрешение санитарно-эпидемиологической станции;
-  Разрешительный документ пожарной службы на помещение, в котором будет осуществляться деятельность (если клуб открывается в здании, хозяин которой уже имеет такую бумагу, повторно получать справку не требуется);
-  Лицензия на алкоголь (при добавлении услуги продажи алкогольных напитков в меню)

## 2.6. Маркетинговая стратегия


Стратегия работы по продаже ориентирована на ключевые инструменты сферы услуг. Приятная атмосфера, конкурентная ценовая политика. Клуб GG будет обустривать игровое пространство для привлечения максимального спроса со стороны посетителей.

Упор в маркетинговом продвижении:

 Месторасположение. Простое и узнаваемое место, куда легко добраться и позвать друзей. Центр, или соседство с учебным заведением

 Сайт. Современный интернет ресурс. Одностраничный, с минимумом функций. Координаты клуба, расценки, возможность быстрой связи. Простой одностраничный сайт, но с рядом важных моментов: с админкой, а также взаимодействие с социальными сетями.

 Facebook, Instagram, YouTube. Минимальное ведение этих и других актуальных социальных страничек с выходом на свою целевую аудиторию

 Внешняя реклама студии. Постеры, плакаты, банеры, указатели упрощающий путь к клубу

Размещение информации о клубе в ресурсах местного значения:

<http://fastov.glo.ua>            <http://namapi.com.ua>

<http://fastov.spravker.ru>    <http://fastiv.com.ua>

<http://www.guidebook.ua>    <http://mistaua.com>

<http://gorod.dn.ua/fastov>

Также необходимо добавить месторасположение клуба на карте google maps:

<https://support.google.com/maps/answer/6320846?co=GENIE.Platform%3DDesktop&hl=ru>

## 2.7. SWOT анализ проекта






**SWOT-анализ** — метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории:

- **S**trengths (сильные стороны),
- **W**eaknesses (слабые стороны),
- **O**pportunities (возможности),
- **T**hreats (угрозы).

Сильные (**S**) и слабые (**W**) стороны являются факторами **внутренней среды** объекта анализа, (то есть тем, на что сам объект способен повлиять); возможности (**O**) и угрозы (**T**) являются факторами **внешней среды** (то есть тем, что может повлиять на объект извне и при этом не контролируется объектом).

Сильные стороны		Слабые стороны	
Месторасположение в центре города	Приятная атмосфера	Дорогостоящее оборудование	Новая ТМ (Торговая Марка)
Низкие цены	Хорошее оборудование	Несвоевременное пополнение, починка оборудования	
Возможности		Угрозы	
Устойчивый рост спроса на услуги. Сарафанное радио	Опыт, чувство рынка	Законодательство	Конкуренты
Введение новых услуг	Расширение сети, открытие новой игровой зоны	Спад спроса. К примеру в летнее время, в сезон школьных каникул	Потеря клиентов. Изменение потребностей и требований клиентов данного рынка

## Расширенный SWOT анализ клуба Good Games

-  Главными преимуществами Клуба GG является: доступные цены (ниже чем у конкурентов); Довольные посетители станут постоянными клиентами, а также приведут в гости своих знакомых ( принцип сарафанного радио  ) Удачное месторасположение, в центре города Фастов, или рядом с учебными заведениями. Приятная атмосфера отдыха и актуальных компьютерных игр. Хорошее оборудование, позволяющее полностью насладиться процессом игры, проходя любимые игры самому, приглашая приятелей.
-  Дорогостоящее оборудование имеет свойство быстро изнашиваться, ломаться, выходить из строя. Починка, обновление оборудования, включая приобретение новых игр важный момент бизнес процесса который стоит держать на особом контроле. При плохом контроле это будет прогонять посетителя, при хорошем притягивать. Любая новая торговая марка может затеряться и остаться незамеченной. С другой стороны любая новинка привлекает и манит к себе. Клиента нужно заинтересовать чем-то интресным, а потом удержать. Внешняя реклама вблизи клуба, раздача листовок привлечёт желающих посетить данное игровое пространство.
-  Довольный посетитель это самый важный ориентир в работе данного заведения. Получив приятные эмоции от посещения и отдыха клиент выйдет из разряда единоразового посещения в категорию постоянного клиента (1-3 раза в неделю), также приглашая знакомых и друзей для совместной игры в клубе. Опыт получаемый в процессе управления бизнесом будет подсказывать наиболее правильные организационные решения. Включая составление интересных скидочных программ, групповых турниров, других мероприятий. Вышеизложенные возможности позволят работать над снижением затратной части и увеличения прибыли. Также со временем стоит рассматривать возможность расширения бизнеса. Открытие второго заведения и включения в общую сеть, что в свою очередь снизит управленческие затраты.
-  Всегда в процессе деятельности у предприятия есть потенциальная возможность потери ресурсов, полной или частичной. Это появление нового конкурента, стихийные бедствия, кражи и неблагоприятные изменения рыночной конъюнктуры. Конечно, все предусмотреть невозможно, но некоторые моменты необходимо учесть при открытии. Например, появление новых конкурентов, уменьшение спроса на данные услуги, отсутствие клиентуры, стихийные бедствия. Основными методами снижения рисков будут мониторинг рынка, постоянный контроль расходов (не закупать оборудование по завышенной цене)

## 3.1. Затратная часть

Разовые затраты на открытие.

Разовые затраты для открытия	Сумма	Примечание
Аренда (последний месяц) + услуги брокера	15000 ₴	10000,00 + 5000,00
Ремонт	20000 ₴	
Оборудование, техника	100000 ₴	
Сайт	10000 ₴	
Мебель	50000 ₴	
Кальян	10000 ₴	
Хоз товары	5000 ₴	
Н.З. (Непредвиденные затраты) 5%	10000 ₴	
<b>Итого:</b>	<b>220000 ₴</b>	

Необходимый штат (фонд заработной платы)

Должность	Смена	Зарплата
Администратор	400 грн	12000 ₴
Кальянщик, повар, официант	400 грн	12000 ₴
Убощик	200 грн	6000 ₴
<b>Итого:</b>		<b>30000 ₴</b>



## Ежемесячные затраты

<b>Постоянные затраты</b>	<b>Сумма</b>	<b>Примечание</b>
Аренда	10000,00 ₺	
Коммунальные услуги	4000,00 ₺	
Фонд з.п.	30000,00 ₺	
<b>Итого (постоянные затраты):</b>	<b>44000,00 ₺</b>	
<b>Переменные затраты</b>		
Оборудование, амортизация, ремонт	3000,00 ₺	
Хоз затраты	2000,00 ₺	
Реклама	2000,00 ₺	
Продукты	5000,00 ₺	
Табак	3000,00 ₺	
<b>Итого (переменные затраты):</b>	<b>15000,00 ₺</b>	
<b>Всего (постоянные и переменные затраты):</b>	<b>59000,00 ₺</b>	

### 3.2. Ценовая политика

При определении цен на услуги клуба целесообразным видится ориентация на конкурентов, поскольку спрос на них зависит не только от их качества, но и от стоимости. Другими словами, каким бы мощным не было оборудование, если цены на сдачу его в аренду клиентам будут значительно выше, чем у фирм, предоставляющих аналогичные услуги, рассчитывать на получение высокой прибыли не стоит.

Ценовая стратегия должна базироваться на посещаемости клуба и предполагает:

- ✦ Использование механизма гибких цен в зависимости от времени приобретения услуги;
- ✦ Высочайшее качество при тех же ценах, что и у конкурентов;
- ✦ Разработку системы льгот и скидок постоянным клиентам.

Таким образом, предполагается установить следующие цены на услуги компьютерного клуба:

Стоимость услуг клуба GG

Общий зал	1 час	2 часа	3 часа	4 часа	Средний чек
1 место	25,00 ₺	45,00 ₺	65,00 ₺	80,00 ₺	
2 места	40,00 ₺	70,00 ₺	70,00 ₺	130,00 ₺	
VIP зал					400,00 ₺
Кальян					100,00 ₺
Закуски					100,00 ₺

### 3.3. Увеличение чистой прибыли

Увеличение чистой прибыли можно достичь четырьмя путями:

- 💰 Снижение затрат клуба;
- 💰 Привлечение новых клиентов;
- 💰 Введение акций на услуги;
- 💰 Сочетание всех способов.

Постоянные затраты клуба практически не подлежат снижению, так как большинство из них это арендные и коммунальные платежи, зарплата администратора, уборка, от которых не отказаться. Резкое и необоснованное увеличение стоимости услуг отпугнёт как новых так и постоянных клиентов из-за большей привлекательности цены конкурентов. Постепенное увеличение стоимости услуг оправдано, мало рискованно и даже рекомендуемое решение, так как будет поднимать имидж клуба.

Главным способом увеличения прибыли могут служить акции. Удобность данного маркетингового метода в возможности выбирать целевую группу: ориентир на привлечение новых клиентов, мотивация постоянных клиентов, совмещённые действия.

Текущие административные шаги для достижения главной цели 🎯

**- Увеличения чистой прибыли 💰 клуба в месяц:**

- 👣 Наведение общей дисциплины в клубе. Необходимо, чтобы администратор хорошо знал и соблюдал ряд правил, принятых в клубе;
- 👣 Работа с сайтом. Добавление цен, новостей, акций, статей, фото. Перелинковка с социальными сетями: Facebook, Instagram, YouTube;
- 👣 Наведение порядка в финансовой отчетности. Не должно быть неучтенных сумм ни в доходах, ни в расходах;
- 👣 Корректировка цен на услуги в сторону увеличения в пределах до 10%;
- 👣 Получение лицензии на продажу алкоголя. Добавление в меню слабоалкогольных и алкогольных напитков, а также коктейльную карту. Данный шаг следует делать не сразу, минимум после 6 месяцев работы;
- 👣 Активизация текущей программы лояльности для постоянных клиентов;
- 👣 Активизация онлайн и офлайн маркетинговой активности клуба. Баннеры на фасаде дома, перила улицы, различные удобные, читаемые места. Скидочные флаеры.

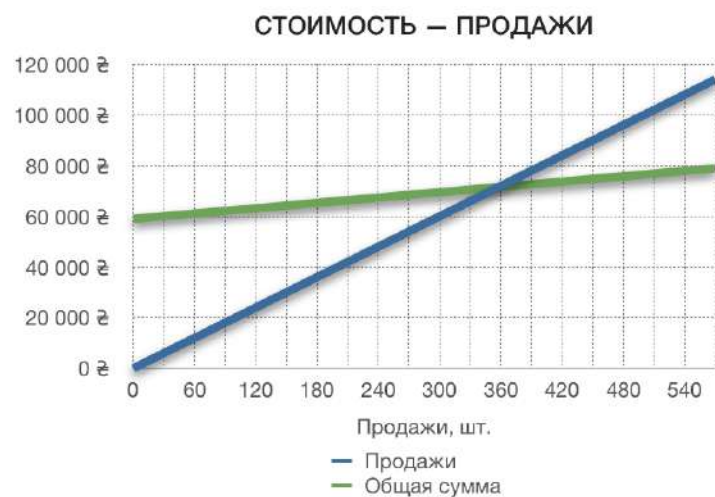
Таким образом, видно, что клуб намерен использовать достаточно разнообразные каналы маркетинговых коммуникаций. Goog Games будет относиться к разряду местного клуба. Это означает, что он должен быть сосредоточен на оказании качественных услуг постоянным клиентам, которые проживают в ближайших домах, а также привлечение гостей со всего города. Таргетинг позволяет учитывать данные особенности в интернет продвижении нужных клиентов.

### 3.4. Точка безубыточности

## Анализ безубыточности

Точка безубыточности для услуг клуба GG: количество необходимых клиентов в месяц, чтобы доходы покрыли расходы.

<b>Фиксированные расходы</b>	59 000 ₺
<b>Переменная стоимости за шт.</b>	35 ₺
<b>Средний чек с одного клиента</b>	200 ₺
<b>Прирост единиц</b>	30
<b>ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ (КОЛ-ВО ЧЕКОВ, КЛИЕНТОВ В МЕСЯЦ)</b>	<b>358</b>



КЛИЕНТЫ В МЕСЯЦ	ПРОДАЖИ	ОБЩАЯ СУММА	ДОХОД/УБЫТОК
0	0 ₺	59 000 ₺	-59 000 ₺
30	6 000 ₺	60 050 ₺	-54 050 ₺
60	12 000 ₺	61 100 ₺	-49 100 ₺
90	18 000 ₺	62 150 ₺	-44 150 ₺
120	24 000 ₺	63 200 ₺	-39 200 ₺
150	30 000 ₺	64 250 ₺	-34 250 ₺
180	36 000 ₺	65 300 ₺	-29 300 ₺
210	42 000 ₺	66 350 ₺	-24 350 ₺
240	48 000 ₺	67 400 ₺	-19 400 ₺
270	54 000 ₺	68 450 ₺	-14 450 ₺
300	60 000 ₺	69 500 ₺	-9 500 ₺
330	66 000 ₺	70 550 ₺	-4 550 ₺
360	72 000 ₺	71 600 ₺	400 ₺
390	78 000 ₺	72 650 ₺	5 350 ₺
420	84 000 ₺	73 700 ₺	10 300 ₺
450	90 000 ₺	74 750 ₺	15 250 ₺
480	96 000 ₺	75 800 ₺	20 200 ₺
510	102 000 ₺	76 850 ₺	25 150 ₺
540	108 000 ₺	77 900 ₺	30 100 ₺
570	114 000 ₺	78 950 ₺	35 050 ₺

### 3.5. Прибыль и убытки

Прибыль и убытки

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1 год
Общий зал	15000	18000	23000	25000	25000	30000	40000	40000	50000	55000	55000	60000	436000
VIP зал	12000	15000	15000	15000	17000	17000	17000	17000	17000	17000	17000	17000	193000
Закуски	8000	9000	10500	12000	12000	12000	12000	13500	15000	16500	18000	20000	158500
Кальян	8000	9000	10500	12000	12000	12000	12000	13500	15000	16500	18000	20000	158500
<b>Доходы, всего</b>	<b>43000</b>	<b>51000</b>	<b>59000</b>	<b>64000</b>	<b>66000</b>	<b>71000</b>	<b>84000</b>	<b>84000</b>	<b>97000</b>	<b>105000</b>	<b>108000</b>	<b>117000</b>	<b>946000</b>
Зарплата	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	33000	33000	34000	33000	373000
Аренда	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	120000
Коммунальные затраты	3000	3500	4000	4000	3000	3000	3000	4000	4000	4000	4000	4000	43500
Оборудование	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	36000
Хоз затраты	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	24000
Реклама	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	24000
Продукты	4000	4500	5250	6000	6000	6000	6000	6750	7500	8250	9000	10000	79250
Табак	2500	2600	2700	3000	3000	3000	3000	3200	3300	3500	3500	4000	37300
Другие затраты	2150	2550	2950	3200	3300	3550	4200	4200	4850	5250	5400	5850	47300
Налоги	2150	2550	2950	3200	3300	3550	4200	4200	4850	5250	5400	5850	47300
<b>Затраты, всего</b>	<b>60800</b>	<b>62700</b>	<b>64850</b>	<b>66400</b>	<b>65600</b>	<b>66100</b>	<b>67400</b>	<b>69350</b>	<b>74500</b>	<b>76250</b>	<b>78300</b>	<b>79700</b>	<b>831650</b>
<b>Прибыль</b>	<b>-17800</b>	<b>-11700</b>	<b>-5850</b>	<b>-2400</b>	<b>400</b>	<b>4900</b>	<b>16600</b>	<b>14650</b>	<b>22500</b>	<b>28750</b>	<b>29700</b>	<b>37300</b>	<b>114350</b>
<b>Прибыльность, %</b>													<b>12 %</b>

Прибыль и убытки

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	2 год
Общий зал	60000	60000	60000	65000	65000	65000	70000	70000	70000	70000	75000	75000	805000
VIP зал	17000	17000	17000	15000	17000	17000	17000	17000	17000	17000	17000	17000	202000
Закуски	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	22000	22000	22000	246000
Кальян	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	22000	22000	22000	246000
<b>Доходы, всего</b>	<b>117000</b>	<b>117000</b>	<b>117000</b>	<b>120000</b>	<b>122000</b>	<b>122000</b>	<b>127000</b>	<b>127000</b>	<b>127000</b>	<b>131000</b>	<b>136000</b>	<b>136000</b>	<b>1499000</b>
Зарплата	34000	34000	34000	34000	34000	35000	35000	35000	35000	36000	36000	36000	418000
Аренда	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	120000
Коммунальные затраты	4000	4000	4000	4000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	56000
Оборудование	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	36000
Хоз затраты	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	24000
Реклама	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	24000
Продукты	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	11000	11000	11000	123000
Табак	2500	2600	2700	3000	3000	3000	3000	3200	3300	3500	3500	4000	37300
Другие затраты	5850	5850	5850	6000	6100	6100	6350	6350	6350	6550	6800	6800	74950
Налоги	5850	5850	5850	6000	6100	6100	6350	6350	6350	6550	6800	6800	74950
<b>Затраты, всего</b>	<b>79200</b>	<b>79300</b>	<b>79400</b>	<b>80000</b>	<b>81200</b>	<b>82200</b>	<b>82700</b>	<b>82900</b>	<b>83000</b>	<b>85600</b>	<b>86100</b>	<b>86600</b>	<b>988200</b>
<b>Прибыль</b>	<b>37800</b>	<b>37700</b>	<b>37600</b>	<b>40000</b>	<b>40800</b>	<b>39800</b>	<b>44300</b>	<b>44100</b>	<b>44000</b>	<b>45400</b>	<b>49900</b>	<b>49400</b>	<b>510800</b>
<b>Прибыльность, %</b>													<b>34 %</b>

Денежные потоки

Денежные потоки

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1 год
<b>Операционный денежный поток</b>													
Чистая прибыль	-17800	-11700	-5850	-2400	400	4900	16600	14650	22500	28750	29700	37300	114350
Операционный денежный поток, всего	-17800	-11700	-5850	-2400	400	4900	16600	14650	22500	28750	29700	37300	114350
<b>Инвестиционный денежный поток</b>													
Капиталовложения	-280800	-62700	-64850	-66400	0	0	0	0	0	0	0	0	-474750
Инвестиционный денежный поток, всего	-280800	-62700	-64850	-66400	0	0	0	0	0	0	0	0	-474750
<b>Финансовый денежный поток</b>													
Вложения в собственный капитал	280800	62700	64850	66400	0	0	0	0	0	0	0	0	474750
Инвестицию денежный поток, всего	280800	62700	64850	66400	0	0	0	0	0	0	0	0	474750
<b>Чистый денежный поток</b>	<b>-17800</b>	<b>-11700</b>	<b>-5850</b>	<b>-2400</b>	<b>400</b>	<b>4900</b>	<b>16600</b>	<b>14650</b>	<b>22500</b>	<b>28750</b>	<b>29700</b>	<b>37300</b>	<b>114350</b>



## Прибыль и убытки (1-5 год)

## Прибыль и убытки (1-5 год)

	<b>1-й год</b>	<b>2-й год</b>	<b>3-й год</b>	<b>4-й год</b>	<b>5-й год</b>
Общий зал	436000	805000	800000	800000	800000
VIP зал	193000	202000	200000	200000	200000
Закуски	158500	246000	240000	240000	240000
Кальян	158500	246000	240000	240000	240000
<b>Доходы, всего</b>	<b>946000</b>	<b>1499000</b>	<b>1480000</b>	<b>1480000</b>	<b>1480000</b>
Зарплата	373000	418000	418000	418000	418000
Аренда	120000	120000	120000	120000	120000
Коммунальные затраты	43500	56000	56000	56000	56000
Оборудование	36000	36000	36000	36000	36000
Хоз затраты	24000	24000	24000	24000	24000
Реклама	24000	24000	24000	24000	24000
Продукты	79250	123000	120000	120000	120000
Табак	37300	37300	37300	37300	37300
Другие затраты	47300	74950	74000	74000	74000
Налоги	47300	74950	74000	74000	74000
<b>Затраты, всего</b>	<b>831650</b>	<b>988200</b>	<b>983300</b>	<b>983300</b>	<b>983300</b>
<b>Прибыль</b>	<b>114350</b>	<b>510800</b>	<b>496700</b>	<b>496700</b>	<b>496700</b>
<b>Прибыльность, %</b>	<b>12 %</b>	<b>34 %</b>	<b>33 %</b>	<b>33 %</b>	<b>33 %</b>

Денежные потоки (1-5 год)

Денежные потоки (1-5 год)

	<b>1-й год</b>	<b>2-й год</b>	<b>3-й год</b>	<b>4-й год</b>	<b>5-й год</b>
<b>Операционный денежный поток</b>					
Чистая прибыль	114350	510800	496700	496700	496700
Операционный денежный поток, всего	114350	510800	496700	496700	496700
<b>Инвестиционный денежный поток</b>					
Капиталовложения	-474750	0	0	0	0
Инвестиционный денежный поток, всего	-474750	0	0	0	0
<b>Финансовый денежный поток</b>					
Вложения в собственный капитал	474750	0	0	0	0
Инвестиционный денежный поток, всего	474750	0	0	0	0
<b>Чистый денежный поток</b>	<b>114350</b>	<b>510800</b>	<b>496700</b>	<b>496700</b>	<b>496700</b>

### **Основные показатели проекта**

Объём инвестиций по проекту: 474 750 грн.

Выход на самоокупаемость - точка безубыточности: 4 месяца

Период окупаемости: проект окупится через 16 месяцев

Показатель прибыльности составит: 1-й год - 12%; 2-й год - 34%; 3-й год - 33%; 4-й год - 33%; 5-й год - 33%.