

**Оглавление**

[РЕЗЮМЕ](#_heading=h.gjdgxs) 3

[АНАЛИЗ ОТРАСЛИ.](#_heading=h.30j0zll) 5

[МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН](#_heading=h.1fob9te) 7

* [Общая концепция маркетингового плана](#_heading=h.3znysh7)
* [Описание продукта/услуги](#_heading=h.2et92p0)
* [Цена продукта/услуги](#_heading=h.tyjcwt)
* [Месторасположение](#_heading=h.3dy6vkm)
* [Продвижение](#_heading=h.1t3h5sf)

[ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН](#_heading=h.2s8eyo1) 11

[ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН 8](#_heading=h.17dp8vu)

[ОЦЕНКА РИСКОВ 9](#_heading=h.3rdcrjn)

[ПЛАН ДЕЙСТВИЙ ДЛЯ НАЧАЛА БИЗНЕСА 9](#_heading=h.26in1rg)

# **РЕЗЮМЕ**

| **Наименование бизнеса: Elysium** | |
| --- | --- |
|  | |
| **Вид деятельности: Компьютерный лаундж в стиле люкс** | |
|  | |
| **Краткое описание бизнеса:**  Elysium это уникальный проект, который объединяет в себе услуги премиального лаунджа и соответствующего по качеству компьютерного клуба. Данный формат позволяет предоставлять услуги для широкой аудитории актуальной для локации лаунджа. Особенность Elysium заключается в широте потенциальных посетителей так как предоставляемые услуги подойдут, как и подросткам так и взрослым. Премиальный уровень услуг актуален для местных жителей так как Elysium будет расположен в высоко-достаточном районе. | |
|  | |
| **Текущий статус проекта: Разработка/сбор инвестиций** | |
|  | |
| **Краткая характеристика продукта/услуги:** | |
| Elysium будет позиционироваться как лаундж с широким спектром услуг. В первом зале будет расположен лаундж, на втором – компьютерные места. Также в Elysium будут доступны VIP комнаты, которые будут предоставлять возможность приватного отдыха. В VIP комнатах будут доступны компьютеры, приставки и столы для настольных игр. Посетители смогут насладится качественной и свежей едой и широким выбором напитков. | |
| **Необходимый стартовый капитал: 24 533 611.00** | |
| **Виды продаж:** | |
| Реализация розничных товаров  Оказание услуг | |
| **Классификация бизнеса по виду клиента:** B2C | |
|  |  |
| **Срок реализации проекта:** 3- 4 Месяца | |
|  | |
| **Количество сотрудников:** 6 (неполный), 10 (полный для автономной работы) | |
|  | |
| **Срок окупаемости проекта:** 23 месяца | |
|  | |

# **АНАЛИЗ ОТРАСЛИ. SWOT-АНАЛИЗ.**

|  | **Ситуация в отрасли:**  **Компьютерный клуб:** Быстро развивающиеся направление. По итогам 2023 г. общее количество компьютерных клубов в стране выросло на 17%. За год в Москве количество выросло на +9,77% в сравнении с прошлым годом(2022) За 2023 год в Москве было открыто 26 новых компьютерных клубов. Всего в 2700 компьютерных клубах страны установлено 73 тыс. компьютеров (прирост +22% за 2023 г. по отношению к 2022 г.). Наиболее частая категория (1100 клубов) — от 20 до 29 ПК, на втором месте — клубы на 30-39 ПК. В меньшинстве — самые маленькие клубы (до 10 ПК), их всего 44. В нашем компьютерном клубе будет 25 компьютерных мест. Привлечено за год более 2,8 млн новых посетителей, на 12% больше чем в 2022 году.  Общий объем рынка увеличился на 15% составив 23 мрд.  **Лаундж:** В 2022 году был главный тренд роста кальянных заведений. Fedotov group опубликовал результаты опроса владельцев кальянных из 29 городов и 23 регионов. Вот что считают владельцы кальянных:  · 69% считают, что продажи в кальянных растут,  · 17,2% заметили спад,  · 13,8% считают, что ничего особенно не поменялось.  На 2023 год на всю Россию приходилось более 12 с половиной тысяч кальянных, что на 7% больше чем в 2022. В москве наибольшая кучность заведений, по всей Москве более 1100 заведений, это в разы больше чем в других городах.(Санкт Петербург более 388, Краснодар <189, Екатеринбург <151, Уфа <105, во всех других городах распределение менее 100 кальянных на весь город)  Однако в 2023 заметен тренд направленный на здоровый образ жизни, который начинает набирать обороты и по сей день у большого количества людей | | |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Анализ потребителей:** | | |
|  | **Лаунжи:** Результаты показывают, что в кальянных сегодня почти поровну мужчин и женщин: 50-60% и 40-50% соответственно.  Что касается возраста, то большей части всем гостям около 25-30 лет(46.55%), оставшееся доля приходиться на людей 30-35 лет и до 25 лет) Также каждый посетитель живет в достаточном районе премиум класса.  **Компьютерный клуб:** Игроки взрослеют, их средний возраст составляет от 18 до 23 года. Раньше это были школьники. Сейчас 54% — это студенты. В нашем месте на западе Москвы, рядом также расположена частная школа полного образования, что позволяет привлечь школьников и дать дополнительную огласку заведению. Так же все люди живущие рядом из обеспеченных семей. | | |
|  | **Объем рынка:** | | |
|  | **Компьютерный клуб:** Общий объем рынка увеличился на 15% составив 23 мрд.(Итоги 2023 года по сравнению с 2022)  **Лаундж:**В 2023 объем рынка составил 80 млрд (по данным исследовательского центра РОМИР) | | |
|  | **Анализ конкуренции:** | | |
| В радиусе прямой доступности более 10 км от планируемой точки открытия отсутствует  заведения в сфере компьютерных клубов и лаунжей.  Elysium заполнит место премиальных лаунжей на рынке. Также по мере разрастания проходимость  на западе Москвы будет возрастать. Заранее устоявшийся бренд со сформированной базой  постоянных посетителей позволит агрессивно конкурировать с потенциальными оппонентами. | | | |
|  |  | | |
|  | **Законодательные ограничения:** | | |
|  | **Компьютерный клуб:**  Площадь на одно рабочее место пользователя в помещениях компьютерных клубов должна составлять не менее 4,5/6 кв.м  Пребывание граждан в возрасте до 16 лет с 22.00 до 06.00 часов без присмотра родителей, лиц, их заменяющих.  Открытие заведение только после проверки Госсанэпиднадзора  **Лаундж:**  Все предметы интерьера, которые можно отнести к горючим, обработать специальными составами (после этого, в случае контакта с огнем, они будут плавится, а не гореть)  Основное оборудование и смеси в обязательном порядке должны быть сертифицированы (кальяны, уголь и т.д.)  Любые глобальные изменения во внешнем виде интерьера обязательно согласовываются с СЭС. А дизайн-проект проверяется на соответствие требованиям к помещению кальянной, выдвигаемым Роспотребнадзором.  Официально назначить (и задокументировать это) ответственного за пожарную безопасность  **Портреты потребителей:**  **Подростки и школьники из богатых семей**  Возраст:12–18 лет  Доход: Высокий, финансирование от родителей, которые живут в коттеджных поселках.  Мотивы посещения: Общение с друзьями, проведение свободного времени после школы или на выходных, желание поиграть в новинки игр.  Интересы:Многопользовательские игры, консольные игры (PlayStation, Xbox), киберспорт, компьютерные турниры.  Время посещения:В будни после школы (16:00–19:00), в выходные весь день, особенно в вечернее время.  Чек:Высокий. Часто заказывают еду, напитки, и могут попробовать кальяны (старшие подростки).  Ценовая чувствительность:Низкая, так как средства дают родители. Их интересует качественный сервис, комфортное окружение и доступность места.  Особенности: Постоянные клиенты, особенно если им понравится атмосфера клуба. Могут легко приглашать своих друзей и влиять на выбор заведения в компании.  Средний чек: 2000 руб  **Студенты и молодые люди из состоятельных семей**  Возраст:18–25 лет  Доход:Высокий (финансирование от родителей или собственные заработки).  Мотивы посещения:Отдых с друзьями после учебы, участие в киберспортивных турнирах, кальяны и коктейли.  Интересы:Онлайн игры, консоли, кальяны, киберспорт.  Время посещения:Вечером после учебы или в выходные, часто остаются на долгие игровые сессии ночью и вечером с друзьями.  Чек:Высокий. Заказывают кальяны, еду и напитки, играют на протяжении нескольких часов.  Ценовая чувствительность:Низкая. Им важен сервис и атмосфера.  Особенности:Заинтересованы в качественном оборудовании и услугах, таких как кальяны и бар.  Средний чек: 4600 руб  **Работающие молодые люди**  Возраст:25-35лет  Доход:Высокий, часто работают удаленно или в компаниях, расположенных недалеко от коттеджных поселков.  Мотивы посещения:Провести время после работы, расслабиться с кальяном, поиграть в игры на консолях, пообщаться с друзьями.  Интересы:Легкие игры, консоли, кальяны, алкогольные напитки.  Время посещения:Вечером после работы, часто в пятницу и выходные.  Чек:Высокий. Покупают еду, напитки, кальяны, могут задерживаться на долгое время.  Ценовая чувствительность:Низкая, они ориентированы на качество и сервис.  Особенности:Лояльные клиенты, если им предоставляется комфортная атмосфера.  Средний чек: 5000 руб  **VIP-гости**  Возраст:18–45 лет  Доход:Очень высокий, чаще всего медийные люди  Мотивы посещения: Проведение времени в уединенной зоне или VIP-комнате с премиум услугами (закрытые игровые комнаты, редкие табаки и дорогие напитки).  Интересы: Приватность, индивидуальный сервис.  Время посещения: В любое время, по предварительной записи.  Чек: Очень высокий. Заказывают дорогие напитки, редкие виды табака для кальяна.  Ценовая чувствительность: Отсутствует. Ожидают премиальный сервис и готовы за это платить.  Особенности: Ожидают высокого уровня персонализированного сервиса и конфиденциальности.  Средний чек: более 6500 руб  Далее представлены все портреты потенциальных посетителей с менее высоким доходом из соседних частных секторов, которые также могут посещать ваш клуб:  **Люди среднего достатка**  Возраст:12-30 лет.  Доход: Средний.  Особенности:Люди ищут недорогие, но качественные варианты досуга.  Интересы:Посещение клуба в выходные дни с детьми, возможность поиграть в игры и отдохнуть в лаунж-зоне.Также могут воспользоваться баром, но не готовы тратить значительные суммы.  Ценовая чувствительность:Ожидают более доступные цены и акции, например скидки в непиковые часы.  Средний чек: 1200 руб  **Молодежь с более скромным бюджетом**  Возраст:18-25 лет.  Доход Средний.  Особенности:Студенты или молодые люди, с не столь большим достатком как прошлые профли. Не готовы тратить много, но ценят возможность расслабиться и поиграть.  Интересы:Часы для игры по доступной цене, мероприятия с призами, скидки.  Ценовая чувствительность:Высокая. Ищут клуб с акциями и низкими ценами в будние дни или непиковые часы.  Средний чек: 2000 руб  **Дети из семей с более низким доходом**  Возраст:12-18 лет.  Доход семьи:Средний  Особенности: Дети которые любят компьютерные игры, но ограничены в средствах. Часто зависят от акций или карманных денег.  Интересы:Групповые посещения, турниры, возможность арендовать компьютерное место или консоль по доступной цене.  Ценовая чувствительность:Ищут выгодные предложения, часто выбирают место для отдыха по цене.  Средний чек: 1500 Руб | | |
|  |  | | |
|  | **SWOT-анализ:** | | |
|  | **Сильные стороны:**   * **Премиум-сервис** – наличие высокотехнологичных компьютеров и предоставление услуг (настольные игры, кальяны, авторская кухня) привлекает требовательную аудиторию * **Уникальная концепция** – сочетание компьютерного клуба с кальянной и местом для отдыха создает уникальный опыт для клиентов * **Современный дизайн** – светлые тона и зелень создают стильный и комфортный интерьер, что не может не привлечь внимания людей * **Локация и удобство** – если клуб находится в хорошем месте, это добавляет привлекательность, особенно если рядом нет(мало) похожих заведений * **Социальная среда** – возможность отдыха с друзьями в клубе создает место для общения и сбора друзей, улучшает опыт клиентов |  | **Слабые стороны:**   * **Высокие эксплуатационные расходы** – премиальное оборудование, аренда, кухня могут быть затратными * **Требования к персоналу –** для высокого уровня сервиса необходимы квалифицированные сотрудники, что также повышает расходы * **Ограниченная аудитория** – удаленность от Москвы может ограничить количество клиентов, ориентированных на доступные цены, хоть клуб и будет иметь большую базу людей из за нахождения среди премиальных коттеджных поселков |
|  | **Угрозы:**   * **Быстрое устаревание технологий** – через несколько лет при появлении нового игрока на поле компьютерных клубов, он может сместить нас с места лидера своими новыми компьютерами и технологиями * **Изменение потребительских предпочтений** – клиенты могут перейти на домашние развлечения ,заменив атмосферу в кругу друзей, что может снизить посещаемость клубов * **Изменения в законодательстве** – быстро меняющиеся правила и законы, могут ограничить кальяны или кухню, что может повлиять на бизнес |  | **Возможности:**   * **Рост популярности киберспорта** – организация турниров и соревнований может привлечь больше посетителей * **Партнерство с брендами** – сотрудничество с игровыми брендами для рекламы или мероприятий * **Новые услуги** – введение новых услуг в будущем (например зона виртуальной или дополненной реальности) для поддержания интереса аудитории * **Онлайн продвижение** – активное продвижение в социальных сетях и реклама может привлечь клиентов, спонсоров, партнеров, а также огласку в СМИ * **Расширение** – возможно расширение в сторону рублевско-успенского шоссе, где также нет/мало компьютерных клубов. И расширение в сторону района Сколково, где сейчас строятся новые дома и квартиры |

# **МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН**

**1. Формирование:**

Главной целью является создание уникального бренда для узнаваемости клуба Elysium в широких кругах аудитории. Также после открытия первой точки, планируется постепенное открытие еще двух точек в районе Сколково и Рублево-успенское шоссе.

**2. Позиционирование:**

Elysium будет являтся заведением премиум-класса, где каждый клиент ценится и получает максимальное удобство и качественный сервис.

**3. Продвижение:**

Разработка качественного веб-сайта со всей информацией, ценах, графике работы, местоположении и возможности предварительного бронирования мест. Также важно нанять SSM - менеджера для активного ведения социальных сетей, например таких как Instagram (признан экстремистским) и VK, а также в Московских новостных телеграмм каналах и новостных компаний. Нанять PR - менеджера, его задача организовывать мероприятия и связываться с блогерами для дальнейшего сотрудничества. SEO будет отвечать за запуск рекламы в Google/Yandex Ads,

**4. Нынешние партнеры, возможные партнеры и PR:**

Для улучшения узнаваемости бренда планируется сотрудничество с отечественными брендами в игровой индустрии и киберспортивными командами (например, Team Spirit и Virtus Pro). Сейчас уже вышли на переговоры и заинтересованы в сотрудничестве отечественные бренды такие как RedRagon ( <https://redragon.ru/> )и бренд Lunacy знаменитого блогера ,,Бустер,,(российский стример и видеоблогер имеющий на любой платформе мульти-миллионный актив, а также победитель 2021 года в рейтинге «20 самых перспективных россиян до 30 лет» по версии Forbes) (на данный момент Lunacy не имеет партнеров помимо площадок для продаж, что определенно добавит узнаваемости)( <https://www.lunacy.ru/> ). Уже обсудили и дизайнерско-архитектурное бюро Arxy( <https://arxy.ru/> ) с радостью готова сотрудничать. Немалой огласке приведет и сотрудничество с арендатором эксклюзивного места среди коттеджных поселков премиум класса.

**5. Программа лояльности:**

Важное введение это - карты постоянного клиента с накоплением скидок при крупных покупках или возможностью внесения депозита с дальнейшими скидками на услуги. Данные меры нужны для постоянных клиентов, чтобы стимулировать их возвращаться в Elysium.

| **Наименование:** | Резидент |
| --- | --- |
| Совокупная стоимость трат, руб | 20 000 |
| Скидка | Скидка на аренду  5%  Скидка на еду и бар  5% |
| **Наименование:** | VIP |
| Совокупная стоимость трат, руб | 200 000 |
| Скидка | Скидка на аренду  10%  Скидка на еду и бар  10% |
| **Наименование:** | Президент |
| Совокупная стоимость трат, руб | 500 000 |
| Скидка | Скидка на аренду  15%  Скидка на еду и бар  15%  + Хранение личных девайсов |

**6. Рекламный бюджет:**

**Маркетинг перед открытием**

1. **Создание Веб-сайта и Брендинг**

Разработка веб-сайта для клиента, со всей актуальной информацией по поводу цен, возможности бронирования, об особенностях заведения. Также чтобы повысить узнаваемость заведения будет произведен брендинг (Логотип и фирменный стиль). Опираясь на данные запросы была выбрана компания Brand Hub,которая уже вызвалась создать сайт и брендинг.(<https://brand-hub.ru/files/45bdeae0-d3ce-4a50-a85f-618222cc8df5>) Также у компании есть услуга SEO, которая понадобится только на время открытия клуба. Общая сумма 390 тысяч рублей, срок до 3-х недель.

1. **Раскрутка Социальных сетей**

Социальные сети понадобятся для привлечения новых посетителей, оповещения о проводимых акциях и мероприятиях и увеличения узнаваемости заведения. В связи с местоположением Elysium Широкая аудитория не будет иметь возможность приехать, так как возле отсутствуют ветки метро и ехать от Москвы очень далеко. Именно поэтому elysium рассчитан на более узкую аудиторию и сильно раскрученные социальные сети не имеют смысла. SMM- менеджер (<https://brand-hub.ru/horeca>) необходим только на время открытия клуба. Общая сумма 140 тысяч рублей, срок до 4-х недель

1. **Рекламные баннера**

Один из эффективных способов повысить узнаваемость клуба это рекламные баннера. Установив баннер больше жителей района, проезжающих по дороге узнают о скором открытии. Цена уточняется <https://www.mosoblreclama.ru/product/1000199668>

**Итого: 530 тысяч рублей + услуга SEO и баннеры**

**Маркетинг после открытия**

1. **Киберспортивный турнир с призовым фондом**

В честь открытия можно провести киберспортивный турнир по одной из дисциплин среди желающих. Для того чтобы зарегистрироваться игрок, должен указать свои контактные данные. Турнир с призовым фондом привлечет огромное внимание среди молодежи, тем самым узнаваемость повысится, призовой фонд 200 тысяч рублей на все призовые места. Цена 200 тысяч рублей

1. **E-mail рассылки**

После проведения турнира, игрока, которые указали свой адрес электронной почты будут приходить рассылки, с актуальными акциями и мероприятиями клуба. Проводить рассылку можно при помощи сервиса майло пост <https://mailopost.ru/tarify.html> . Цена Бесплатно до 200 подписчиков, письма без ограничений

1. **PR-менеджер(Не обязательно)**

PR-менеджер будет частью команды в его основные обязанности будут входить: Написание пресс-релизов, статей, комментариев, опровержений, ответов, речей для публичных выступлений и официальных заявлений, общение с блогерами, журналистами, инфлюенсерами, выстраивание коммуникаций с клиентами, партнерами и инвесторами; изучение мнения общественности, проведение, PR-событий и мероприятий, медиапланирование.

# **ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН**

* 1. **Персонал**

| **Должность:** | Администратор (Хостес) |
| --- | --- |
| Навыки | Коммуникабельность, знание стандартов гостеприимства, стрессоустойчивость, навыки управления бронированиями и встречей гостей. |
| Количество | 1/2 |
| Опыт работы | Опыт работы в обслуживании клиентов (от 1 года) |
| Образование | Среднее специальное или высшее образование, предпочтительно в сфере сервиса или гостиничного дела. |
| **Должность:** | Официант |
| Навыки | Умение быстро принимать и подавать заказы, знание меню, вежливость, клиентоориентированность, умение работать в команде. |
| Количество | 1/2 |
| Опыт работы | Опыт работы в сфере обслуживания (от 6 месяцев до 1 года). |
| Образование | Среднее специальное, приветствуется обучение в сфере гостеприимства. |
| **Должность:** | Бариста |
| Навыки | Знание различных видов напитков и методов его приготовления, навыки общения с клиентами, внимание к деталям, умение работать с профессиональной техникой. |
| Количество | 1 |
| Опыт работы | Опыт приготовления кофе и других напитков (от 6 месяцев). |
| Образование | Среднее специальное, курсы бариста. |
| **Должность:** | Уборщик |
| Навыки | Знание стандартов уборки, аккуратность, внимание к деталям, ответственность. |
| Количество | 1 |
| Опыт работы | Необязателен, но желателен опыт работы в клининге. |
| Образование | Среднее |
| **Должность:** | Кальянщик |
| Навыки | Умение готовить различные виды кальянов, знание оборудования, ответственность, внимательность к клиентам, чистоплотность. |
| Количество | 1 |
| Опыт работы | Опыт работы с кальянами (от 6 месяцев). |
| Образование | Специальное образование не требуется. |
| **Должность:** | Техник (IT-специалист) |
| Навыки | Диагностика и устранение неисправностей, установка и настройка ПО, техническая поддержка, знание современных игровых систем и оборудования. |
| Количество | 1 |
| Опыт работы | Опыт работы с компьютерным оборудованием и ПО (от 1 года). |
| Образование | Высшее или среднее специальное образование в сфере IT или технического обслуживания. |
| **Должность:** | Генеральный директорс |
| Навыки | Стратегическое планирование, финансовое управление, управление персоналом, лидерские качества, знание рынка и конкурентных стратегий. |
| Количество | 1 |
| Опыт работы | Опыт управления бизнесом или крупными проектами (от 3-5 лет). |
| Образование | Высшее образование, желательно в области управления бизнесом, менеджмента или экономики. |
| **Должность:** | Управляющий(в начале собственник) |
| Навыки | Управление персоналом, решение организационных вопросов, контроль качества обслуживания, знание санитарных норм, умение решать конфликтные ситуации. |
| Количество | 1 |
| Опыт работы | Опыт работы в управлении (от 2-3 лет). |
| Образование | Высшее образование, желательно в области менеджмента или гостиничного бизнеса. |
| **Должность:** | Бухгалтер(Возможен от банка)(расчет для штата) |
| Навыки | Ведение бухгалтерской отчетности, знание налогового законодательства, умение работать с бухгалтерским ПО (1С, SAP и т.д.), точность, внимательность. |
| Количество | 1 |
| Опыт работы | Опыт работы бухгалтером (от 3-5 лет) |
| Образование | Высшее образование в области бухгалтерии, экономики или финансов. |
| **Должность:** | PR - менеджер |
| Навыки | написание пресс-релизов, статей, комментариев, опровержений, ответов, речей для публичных выступлений и официальных заявлений, общение с блогерами, журналистами, инфлюенсерами, выстраивание коммуникаций с клиентами, партнерами и инвесторами;изучение мнения общественности, проведение PR-событий и мероприятий, медиапланирование. |
| Количество | 1 |
| Опыт работы | Опыт работы в Маркетинге (1-2 года) |
| Образование | Жестких требований к образованию для работы PR-менеджером нет, но знания в области маркетинга, коммуникации, связей с общественностью и журналистики |
| **Окончательный ФОТ: (неполный штат)** | **464 163.00** |
| **Окончательный ФОТ: (для автономной работы бизнеса)** | **1 036 283.28** |

# **КРАТКИЙ ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН**

**OPEX**

| **Косвенные затраты за месяц** | **Сумма в месяц** |
| --- | --- |
| Аренда помещения | 960,000.00 |
| Коммунальные услуги | 62,535.14 |
| Амортизация | 0 |
| ФОТ | 464,163.00 |
| Продукты | 18,345.00 |
| Маркетинг после открытия | 100,000.00 |
| Прочее | 361,159.00 |
| **Общая сумма косвенных затрат на месяц:** | **1,966,202.14** |

**Прогноз доходов/расходов**

Смотреть таблицу Excel

**CAPEX**

| **Инвестиции, руб.** | |
| --- | --- |
| Оборудование | 7,823,611.00 |
| Ремонт | 14,790,000.00 |
| Первоначальный взнос за аренду 2 мес | 1,920,000.00 |
| **Общая сумма стартового капитала:** | **24,533,611.00** |

* 1. **Срок окупаемости**

СРОК ОКУПАЕМОСТИ = РАЗМЕР ВЛОЖЕНИЙ / ЧИСТАЯ ГОДОВАЯ ПРИБЫЛЬ

| Размер вложений в год | 24,533,611.00 |
| --- | --- |
| Чистая прибыль в год (1-й/последующие) | 12,256,077.27/15,253,675.49 |
| **Срок окупаемости** | **23 мес** |

# **ОЦЕНКА РИСКОВ**

| **№** | **Риск** | **Мероприятия** |
| --- | --- | --- |
| 1 |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

# **ПЛАН ДЕЙСТВИЙ ДЛЯ НАЧАЛА БИЗНЕСА**

| **№** | Этапы | 1 месяц | 2 месяц | 3 месяц | 4 месяц | 5 месяц | 6-7 месяц | 8-9 месяц | 10-12 месяц |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | **Оформление документов** | V |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | **Брендирование** | V |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | **Работа дизайнера** | V |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | **Ремонт помещения и покупка мебели** |  | V | V | V |  |  |  |  |
| 5 | **Закупка оборудования и установки ПО** |  |  | V |  |  |  |  |  |
| 6 | **Найм персонала** |  |  |  | V |  |  |  |  |
| 7 | **Разработка полноценной маркетинговой стратегии по развитию** |  |  |  | V |  |  |  |  |
| 8 | **Завершение ремонта** |  |  |  | V |  |  |  |  |
| 9 | **Покупка ингридиентов и расходников** |  |  |  | V |  |  |  |  |
| 10 | **Обучение персонала** |  |  |  | V |  |  |  |  |
| 11 | **Тестовый запуск** |  |  |  | V |  |  |  |  |
| 12 | **Оффициальное открытие** |  |  |  |  | V |  |  |  |
|  | **Контроль качества** |  |  |  |  |  | V |  |  |
|  | **Анализ результатов** |  |  |  |  |  | V |  |  |
|  | **Расширение маркетинговой активности** |  |  |  |  |  |  | V |  |
|  | **Оптимизация и расширение** |  |  |  |  |  |  |  | V |
|  | **Раширение бизнеса** |  |  |  |  |  |  |  | V |