

*Муниципальное бюджетное образовательное учреждение  
Средняя общеобразовательная школа №18  
муниципального образования города Братска*

**БИЗНЕС-ПЛАН  
ПРОЕКТА  
«Школа парусного спорта  
«Морской Дракон»**

Авторы: Команда «Морской Дракон»

Щепетова Элина

Ученица 9В класса МБОУ СОШ №18

Тел.: 89248275855

Ситникова Ксения

Ученица 9В класса МБОУ СОШ №18

Тел.: 89247125003

Дата представления: 13.02.2020

г. Братск 2020

## Оглавление

1. Резюме бизнес идеи	3
2. Описание компании	5
3. Целевой рынок	8
4. Планирование рабочего процесса	11
5. Маркетинговый план	15
6. Устойчивое развитие	18
7. Техничко-экономическое обоснование проекта (включая финансовый план)	20

## 1.Резюме бизнес идеи

Представленный ниже бизнес-план является первой ступенью лестницы к воплощению нашего проекта – открытие школы парусного спорта в яхт-клубе города Братска. Наш проект мы решили назвать «Школа парусного спорта «Морской Дракон», что указывает на прозвище Братского водохранилища, крупнейшего в мире – озеро дракона. Оно и впрямь очертаниями похоже на гигантскую рептилию.



Мы, это Щепетова Элина и Ситникова Ксения, ученицы 9 класса школы № 18 города Братска.

К созданию проекта, нас вдохновила слава легендарного военно-морского лагеря «Варяг», созданного энтузиастами парусного спорта и морского дела в городе Братске, казалось бы, таком далеком от морских берегов. За 30 лет в «Варяге» было подготовлено около 13 тысяч юнг.



Каждый, кто хотя бы один сезон занимался в лагере – освоил навыки навигации, научился вязать морские узлы, ходить под парусом и на вёслах на судах различного класса, каждый получил хорошие знания по истории военно-морского флота и морского дела. В Братске сейчас проживает 50 бывших подводников, прошедших отличную службу на Тихоокеанском флоте в составе атомного подводного крейсера «Братск».

К сожалению, из-за отсутствия финансирования лагерь пришлось закрыть. 24 февраля 2018 г. Фред Павлович Юсфин (почетный житель города Братска, основатель «Варяга») со слезами на глазах открыл историческую экспозицию в музее истории «Братскгэстроя» и города Братска, посвященную истории военно-спортивного лагеря «Варяг».

Открытие морской спортивной школы возродит старые традиции нашего города и даст возможность подросткам заниматься морским делом.

Ещё одной весомой причиной для создания этого проекта стало желание развивать наш город в новом ключе. Спорт – неотъемлемая часть жизни многих братчан, в городе есть множество спортивных клубов. Но, на наш взгляд, все они однотипны. Мы же хотим добиться развития чего-то нового. Мы думаем, что яхтинг прекрасно подходит для этого, так как в Братске есть яхт-клуб, на базе которого школа сможет обучать подростков и студентов,

**Наше кредо: бизнес должен быть социально ориентирован, стремиться сделать жизнь людей более счастливой, продуктивной и здоровой, а не только направленным на получение максимальной прибыли.**

Занятия в нашей парусной школе, это прекрасный старт для построения своего будущего не только в рамках парусного спорта, но и возможность развиваться социально, физически и духовно.

## **2. Описание компании:**

Генерируя идею нашего проекта, мы применили не только традиционный метод мозгового штурма, но также использовали метод шести шляп, разработанный Эдвардом де Боно, британским экспертом в области творческого мышления. Его суть основана на том, что мы по очередности надеваем на голову шесть шляп различных цветов.

В зеленой шляпе мы формулируем идеи, в черной пытаемся найти все её слабые стороны, в желтой анализируем перспективы успеха, в шляпе белого цвета мы четко проверяем все числовые и фактические данные, в красной же позволяем дать волю эмоциям. И, наконец, в синей шляпе мы подводим итоги «диалога шляп».

В результате такой «примерки» и возникла идея нашего проекта. Мы испытали необыкновенное воодушевление (видно долго были в красной шляпе). У нас появилось ДЕЛО и о нем мы расскажем ниже.

В городе Братске находится яхт-клуб «Братск», который снискал большую популярность среди местных жителей. В основном там находятся суда частных владельцев и предприятий города, которые в свою очередь платят аренду за «парковочное» место. Как мы выяснили, своими яхтами люди пользуются довольно редко, так как лето – подходящее время не только для выхода в море, но и для отпусков и разездов. В итоге, яхты простаивают без дела, но несмотря на это, ещё требуют недешёвый ремонт.



Почему бы их не использовать с пользой для города и выгодой для владельцев. Ну, и для нас. Вот, так и родился проект – создание коммерческой спортивной школы

парусного спорта «Морской Дракон». Общество с ограниченной ответственностью (ООО) «Школа парусного спорта «Морской Дракон». Почему ООО? Мы считаем, что именно эта организационно-правовая форма наиболее подходит нам, так как:

- мы минимизируем личные финансовые риски;
- мы привлекаем к участию в предприятии соучредителей, а это поможет нам не только найти инвестиционную поддержку, но и снизить затраты.

Здесь важно согласовать распределение долей уставного капитала между учредителями. Мы предлагаем сделать это следующим образом:

- **Яхт-клуб «Братск» - 25%**. Мы пользуемся оборудованием яхт-клуба, которое может частично стать нашим в качестве обеспечения уставного капитала. Соответственно, за него не нужно платить аренду. Кроме того, именно здесь будет наш юридический и фактический адрес. Помощь яхт-клуба нужна будет на всех этапах. Мы провели встречу с директором яхт-клуба Константином Николаевичем Гулькиковым. Он поддержал наш подход к этому вопросу.

- **Комитет по управлению муниципальным имуществом (КУМИ) г.Братска - 15%** Значительная часть яхт легкого класса находится во владении комитета и мы включаем его в учредители по аналогичным причинам (с подсказки Константина Николаевича).

- **мы сами - 60%** (Щепетова Элина - 30%; Ситникова Ксения - 30%).

Встречи с руководителем яхт-клуба и яхтсменами, имеющими опыт обучения детей парусному спорту, помогли нам тщательно разобраться, что нужно приобрести, какие занятия планировать, где и когда они будут проходить. Также рассмотрели возможные источники финансирования и затраты, с которыми можно будет ознакомиться ниже.

Для реализации данного проекта нам необходимо:

1. Исследование рынка данных услуг
2. Поиск источников финансирования
3. Определение целевой аудитории
4. Регистрационные мероприятия
5. Заключение договоров на аренду имущества и помещений
6. Формирование соответствующей материально технической базы
  - Суда и оснастка
  - Оснащение помещения для теоретических занятий

- Средства безопасности и спасения на воде ( лодка с мотором, весельные лодки, спасательные средства)

- Помещение для ремонта и складирования

- Ремонтный фонд

7. Формирование штата сотрудников

- Тренеры

- Матросы – спасатели (есть в штате яхт-клуба)

- Бухгалтер (аутсорсинг)

8. Разработка программы занятий

- Основной план теоретических занятий

- План практических занятий

- Резервные планы (на случай непогоды)

- План соревнований

9. Работа с потенциальными клиентами (покупателями услуг)

- Реклама

- Встречи, консультации с руководителями образовательных учреждений

10. Работа с грантовыми программами на местном, областном, федеральном уровнях.

Теоретические занятия будут включать в себя:

- ✓ Историю яхтинга

- ✓ Части судна и его ремонт

- ✓ Управление яхтой

- ✓ Метеорология

- ✓ Навигация

Практические занятия будут включать в себя:

- ✓ Крепление и настройку такелажа

- ✓ Вязание узлов (в помещении)

- ✓ Маневрирование на акватории яхт-клуба

- ✓ выход в море.

Планируя практические занятия, мы исходим из реальных возможностей их обеспечить. Сейчас у причалов яхт-клуба стоят суда лёгкого класса, на которых уже можно проводить занятия:

- ✓ Суда типа «Луч» в количестве 4 шт.

- ✓ Суда типа «Оптимист» в количестве 6 шт.

- ✓ Суда типа «Кадет» в количестве 2 шт.

Также имеются суда, требующие ремонта:

- ✓ Суда типа «Луч» в количестве 12 шт.
- ✓ Суда типа «Оптимист» в количестве 6 шт.

Для хранения судов и парусов нужно помещение – эллинг, которого пока на территории яхт-клуба нет, но, как сказал директор, уже есть планы насчёт его постройки.

Нужно будет принять, как минимум, двух тренеров, а для теоретических занятий оборудовать класс, приобрести литературу, средства спасения и т.п. Провести рекламную кампанию.

### **3. Целевой рынок**

Наши целевая аудитория, это не только непосредственно потребители услуг парусной школы – родители школьников, но и сами дети. Ведь занятие парусным спортом должно быть их осознанным выбором. А также студенты и взрослые, интересующиеся парусным спортом. Каковы могут быть мотивы наших потенциальных потребителей для обращения к нам? Мы видим это так:

- ✓ Родители детей подросткового возраста и сами подростки заинтересованные в поступлении в мореходные колледжи и ВУЗы. Выпускники «Варяга» имели преимущества при поступлении. Если мы установим связи с такими учебными заведениями, то получим серьёзную потребительскую аудиторию.

- ✓ Наша школа спортивная, значит, курсанты получают крепкий иммунитет и не отстают в физическом развитии. Родителей заинтересованных в крепком здоровье детей будет радовать занятость ребёнка в спорте, нежели нахождение в неизвестном месте.

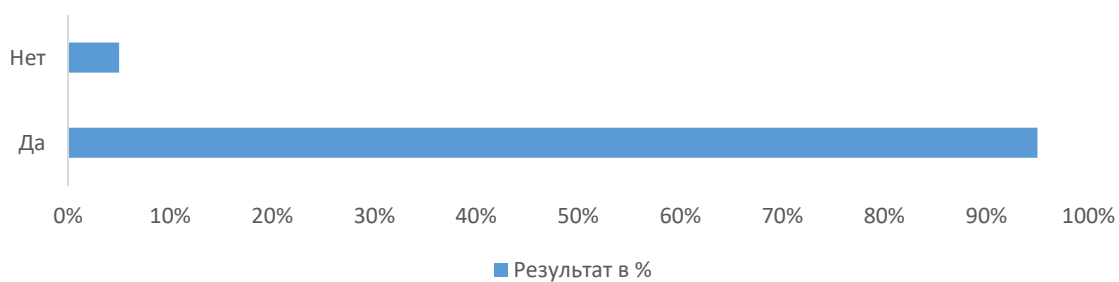
- ✓ Подростков и студентов привлекает романтика морского дела.

- ✓ Родители и дети мечтающие связать свою жизнь с парусным спортом.

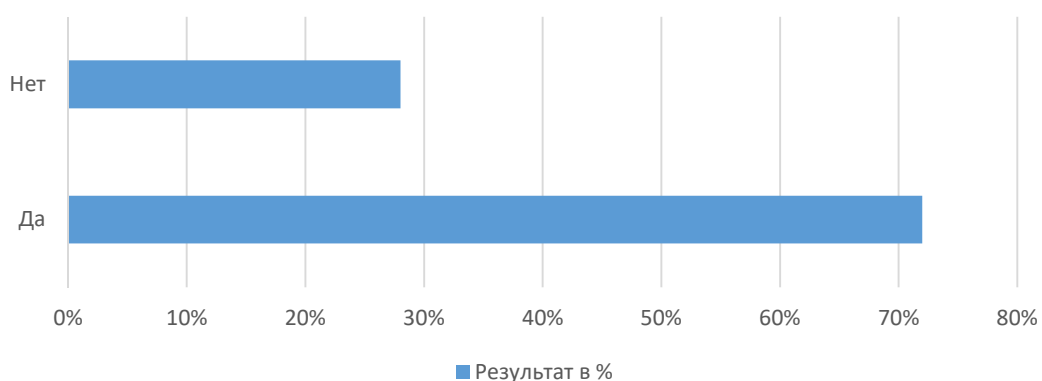
Чтобы узнать спрос на предлагаемую нами услугу, мы провели социальный опрос среди подростков – потенциальных учеников и родителей – потенциальных покупателей. На диаграммах видно, что на наш проект есть спрос, а значит, есть перспективы устойчивого развития.



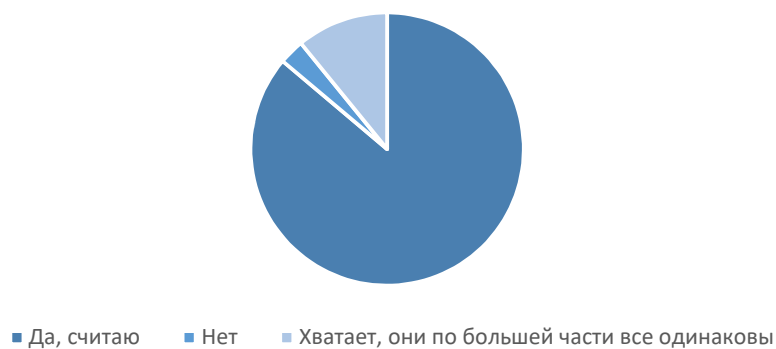
### Хотели бы вы заниматься парусным спортом(яхтингом)?



### Ходили вы когда-нибудь под парусом?

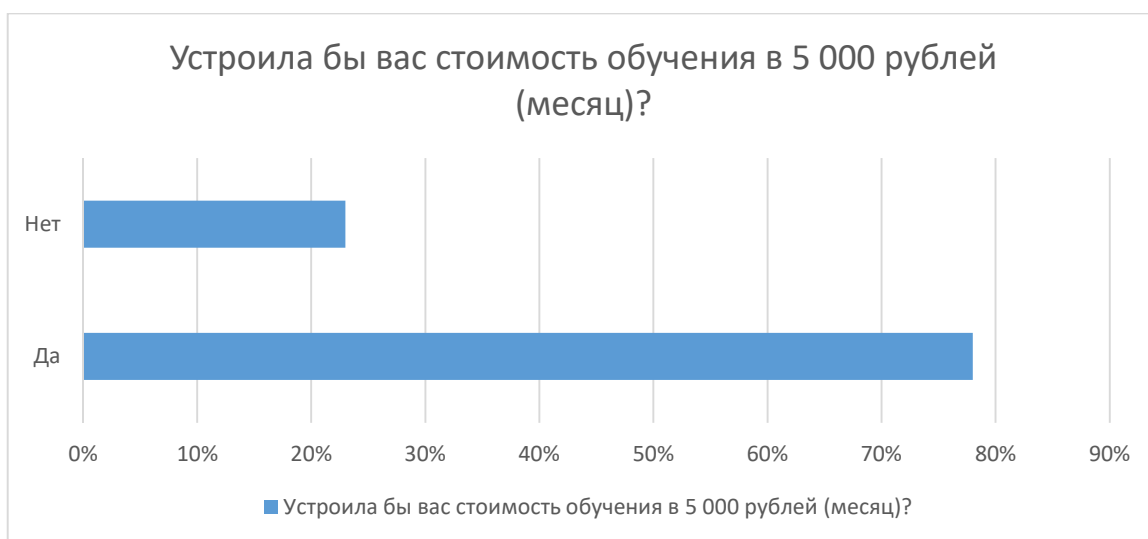


### Считаете ли вы, что в Братске не хватает спортивных секций?





Можно смело назвать яхтинг престижным и элитным видом спорта, и, следовательно, не самым дешёвым. Наши потенциальные клиенты семьи с высоким заработным достатком. Средняя зарплата в Братске 42 тыс. рублей, учитывая то, что в семье сейчас обычно работают два взрослых, то, можно сказать, что такой доход позволяет ребёнку ходить на секцию, месяц обучения в которой будет обходиться примерно в 4.500 – 5.000 тыс. руб. (в зависимости от года обучения).



Опрос был проведён в нашей группе во «ВКонтакте» <https://vk.com/public190655119>

Конечно, наша школа не будет ориентироваться только на хорошо обеспеченные семьи. Чтобы позволить детям из малообеспеченных семей, имеющим склонность и заинтересованность в занятиях парусным спортом, заниматься любимым делом, которое может стать в будущем их профессией, мы планируем участие ООО «Морской дракон» в конкурсах по получению грантов. Это расширит нашу целевую аудиторию и станет хорошим продолжением традиций «Варяга».

Предполагаемыми грантодателями могут быть:

1. РУСАЛ

2. Фонд «Сибирский характер»
3. Губернское собрание общественности Иркутской области

Мы уже участвовали в проектах, получивших гранты РУСАЛа и фонда «Сибирский характер». Кроме этого, мы ищем новых грантодателей, используя ресурсы интернета, в т.ч.

<https://bp.irklib.ru/planiruem-uchastie-v-konkursah-grantov-na-2020-god/>

<https://2020about.com/granty-2020>

#### **4. Планирование рабочего процесса**

Для организации рабочего процесса планируется создание подходящих условий для практических и теоретических занятий.

1. Важная часть рабочего процесса – организация закупки и доставки расходных материалов, таких как например:

- ✓ Паруса
- ✓ Верёвки
- ✓ Блочки
- ✓ Мочки
- ✓ Мачты
- ✓ Гик
- ✓ Лючки
- ✓ Перо руля
- ✓ Швертбот

2. Обустройство учебного класса необходимым оборудованием:

- ✓ Столы
- ✓ Стулья
- ✓ Проектор
- ✓ Учебные книги
- ✓ Плакаты

3. Поиск и наем работников: через базу данных яхт-клуба (начальное количество персонала – 2 тренера), заключение с ними договоров и прохождение тренерами медосмотров. Услуги матросов – спасателей нам предоставит яхт-клуб.

4. Набор учащихся будет обсуждаться с родителями и детьми (выбор дня и времени, группы обучения, а то есть экстерном или обычная) и подписание договора.

5. На протяжении всех пунктов – рекламная кампания, т.е. постоянное привлечение новых клиентов.

	Ноябрь - январь	Январь - март	Март – май	Ию нь- август
Закупка и доставка материалов				
Оборудование помещения				
Поиск и наём работников				
Ведение рекламной кампании				
Приём учащихся				
Начало практических занятий				



Для примера программы обучения мы выбрали сайт международной яхтенной школы «Яхт Дрим». Здесь можно найти курсы разного уровня, подходящие и для теоретических занятий, и для практических: <https://yachtdream.ru/vvedenie-v-yahting-i-kompetentnyiy-chlen-ekipazha-introduction-to-boating-international-crew/>

Расписание занятий


Зимнее расписание:

	П н	Вт	С р	Чт	П т	С б	Вс
1 группа	15 .00-18.00			15 .00-18.00			
2 группа	15 .00-18.00			15 .00-18.00			
3 группа		15 .00-18.00			15 .00-18.00		
4 группа		15 .00-18.00			15 .00-18.00		
5 группа	18 .00-21.00		15 .00-18.00				
6 группа	18 .00-21.00		15 .00-18.00				

Летнее расписание:

	П н	Вт	С р	Чт	П т	С б	Вс
1 группа	9. 00- 12 .00			9. 00- 12 .00			
2 группа	9. 00- 12 .00			9. 00- 12 .00			
3 группа		9. 00- 12 .00			9. 00- 12 .00		
4		9.			9.		

группа		00-12.00			00-12.00		
5 группа	15.00-18.00		9.00-12.00				
6 группа	15.00-18.00		9.00-12.00				

1 тренер	
2 тренер	
Выходно	

Это расписание ориентировано на двух тренеров и шесть групп учащихся. Каждая группа будет заниматься 2 раза в неделю (по 3 часа), следовательно, 8 раз в месяц (625 руб./1 занятие).

Занятия могут проводиться параллельно, то есть в одно время занимаются 2 группы, так как количество судов это позволяет.

В неделю один тренер работает 18 часов (пять рабочих дней, два выходных); в месяц 72 часа. Значит, с учётом зарплаты в 30 000 рублей, в час з/п составит 416 рублей. Такие зарплата и график могут привлечь достаточное нам количество специалистов.

Год обучения	Экспресс – курс ( 1 год)	1-й курс	2-й курс
	Пришло 72 человек		
1 год	36 чел.	36 чел.	(отсутствует)
	Пришло 36 человек		
2 год	12 чел.	24 чел.	36 чел.

	Пришло 48 человек		
3 год	24 чел.	24 чел.	24 чел.
	Пришло 48 чел.		
4 год	24 чел.	24 чел.	24 чел.

## 5. Маркетинговый план

Цель нашего маркетингового плана – привлечь наибольшее число клиентов нашей спортивной секции.

Наш маркетинговый план ориентируется на целевой рынок, обозначенный выше. Исходя из этого, планируется рекламная кампания, включающая в себя:

- ✓ Информирование родителей через классных руководителей на родительских собраниях в школах, так как родители будут заинтересованы в разностороннем развитии своих детей
- ✓ Реклама в соц. сетях – 147р/сутки обеспечивает охват аудитории до 1млн человек. Это один из самых эффективных и недорогих способов донесения до большего количества аудитории информации. Сейчас всё больше и больше людей, всех возрастов, сидят в социальных сетях, таких как: Instagram, ВКонтакте, Одноклассники, Twitter, Facebook и т.д.



Данные взяты с <https://popsters.ru/blog/post/auditoriya-socsetey-v-rossii>

Реклама в соц. сетях удобна тем, что показывает публикации, основываясь на геолокации (то есть ориентируется, что находится близко к потребителю), а также на его интересах и запрашиваемых хэштэгах (например, #яхтклуб #спорт

#спортивная секция #море #братск #морскойдракон – по этим хэштэгам потребитель сможет выйти на наши публикации)

✓ Реклама на радио

Из-за стремительного роста количества автомобилей люди стали намного больше слушать радио по пути на работу и домой, а также в течение всего дня в магазинах, машинах, автобусах, дачах.

Проведя опрос мы выяснили, какие радиостанции наиболее популярны среди нашей аудитории. Следовательно, у этих радиостанций и стоит заказать рекламу.

Проведя опрос, мы выяснили, какие радиостанции наиболее популярны среди нашей аудитории. Следовательно, у этих радиостанций и стоит заказать рекламу.



Опрос был проведён в нашей группе во «ВКонтакте»

<https://vk.com/public190655119>

Мы решили не использовать услуги телевидения, т.к. это дорого и малоэффективно на наш взгляд. Наши потенциальные клиенты гораздо больше проводят времени перед экраном смартфона или сидя в автомобиле, чем перед телевизором.



Также в дальнейшем мы планируем создание своего сайта для продвижения на региональный уровень.

Проводя подобную рекламную кампанию, мы планируем в короткие сроки выйти на рентабельный уровень продаж, а именно:

В Братске 40 средних общеобразовательных школ, где ученики и их родители обратят внимание на нашу секцию. Так как в среднем в одной школе 33 класса (11 по «А», «Б» и «В»), и из 30 человек на собрание в среднем приходят 20, нашим продуктом могут заинтересоваться 15 человек из класса (опрос был представлен выше), то есть, 600 клиентов захотят узнать подробности о нашей услуге. Из них к нам придет 450 человек, а захотят заниматься - 300. Такой высокий процент обусловлен тем, что мы затрагиваем важную сферу – многостороннее развитие наших подростков.

Также часть обязанностей в области маркетинга будет распределена следующим образом: Щепетова Элина будет отвечать за грамотное оформление рекламы, так как обладает навыками в программах для рисований и фоторедакторах; Ситникова Ксения и Щепетова Элина будут вместе заниматься распространением рекламы и поиском новых способов привлечения клиентов, что обусловлено их коммуникативными качествами.

По предварительным расчетам, рекламный бюджет составит:

= 5000 руб./мес.

## **6. Устойчивое развитие**

Четко обозначенный круг потенциальных потребителей, социальная значимость проекта и его востребованность, делают маловероятным негативный сценарий развития.

Конечно, нами будет пересмотрен маркетинговый план, в процессе «эволюции» нашего проекта. Негативный сценарий возможен в силу субъективных причин, например, таких как, Устойчивое развитие нашего проекта должно обеспечиваться как постоянным спросом в границах города, так и привлечением людей из других городов с выходом на региональный рынок, почти не охваченный данным видом услуг. Как мы предполагаем, после успешного воплощения нашего проекта в городе Братске, следующей целью будет дать возможность людям из других городов заниматься в нашей секции. Теоретические занятия смогут проводить наши выпускники в других городах, а в летний период появиться возможность приглашать учеников для практических занятий в Братск. Для этого будет организован специальный лагерь, в котором смогут останавливаться приезжие ученики.

На данный момент проживает в Братске 231 602 человека.

Из них 41 932 – дети, обучающиеся в дневных общеобразовательных учреждениях, а их родители – наши потенциальные клиенты, потому что именно они заинтересованы в развитии своих детей. Из проведенного соцопроса, который упоминался выше, следует, что одна 1/3 часть людей заинтересовалась и начала бы заниматься в спортивной секции парусного спорта «Морской Дракон».

Основные потребители наших услуг – горожане. Хорошо развитый дух патриотизма, социальная значимость и интерес людей, как мы считаем, послужат плодородной почвой для устойчивого развития нашего проекта.

В чём мы видим риски устойчивому развитию предприятия:

1. Демографическая ситуация в Братске ухудшается (население сокращается за счёт миграционных процессов)



Братске ведётся строительство новых предприятий (таких как фармацевтическая фабрика, возрождение рыбного завода и т.д.), мы считаем, что миграционный отток населения перейдёт в рост из-за появления новых рабочих мест.

2. Стоимость обучения может показаться высокой.

- Благополучие жителей в городе Братске имеет тенденцию к устойчивому росту, то есть параметры целевой аудитории стабильны.

3. Дети из малообеспеченных семей не смогут позволить себе посещать занятия в «Спортивной секции парусного спорта «Морской дракон».

- За счёт активного участия в конкурсах на получение грантов мы сможем предоставлять бесплатные места детям, мечтающим связать себя в будущем с морскими

профессиями. Для выявления таких детей необходимо тесное взаимодействие с образовательными учреждениями города.

4. Не удастся донести информацию о «Спортивной секции парусного спорта «Морской дракон» до всей целевой аудитории.

- Маркетинговый план даёт нам уверенность того, что население Братска будет осведомлено о новой спортивной секции в их городе

5. Низкая рентабельность может повлечь угрозу возникновения убытков.

6. - Как уже говорилось активное участие в грантах, а также включение яхт-клуба и КУМИ позволяет гибче планировать расходы.

7. Появление конкурентов.

- это неизбежно, но им придется создавать материальную базу с нуля, догонять нас.

Но мы не собираемся расслабляться и отставать.

Опираясь на предоставленные нами решения, можно сказать, что объективных предпосылок для негативного сценария мы не видим. А значит, в наших силах такой ход событий предотвратить.

## **7. Техничко-экономическое обоснование проекта**

Для реализации проекта необходим стартовый капитал в размере 422 000 рублей.

Основываясь на опросе и на маркетинговом план, мы выяснили, что при количестве учащихся в 72 человек,

Стоимость обучения

Курс обучения	Месячная оплата
Экспресс-курс	5 000,00 Р
1-й курс	4 500,00 Р
2-й курс	4 500,00 Р

проект будет полностью окупаем.

**422 000 рублей:**

**Общий доход –( расходы+ налоги )= чистый доход**

**Найти формулы дисконтированного дохода( и подобное)**

**Индекс доходности**

**Закупка оборудования:**

Закупка оборудования	"Луч 2"	"Кадет"	"Луч 1"	"Оптимист"	<u>Всего:</u>
<b>Паруса</b>	25 000,00 ₽	25 000,00 ₽	20 000,00 ₽	15 000,00 ₽	85 000,00 ₽
Блочки(+ маленькие спаренные поворотные блочки)	4 900,00 ₽	1 750,00 ₽	3 000,00 ₽	1 500,00 ₽	11 150,00 ₽
<b>Лючки</b>	3 000,00 ₽	3 000,00 ₽	1 500,00 ₽	(не требуется)	7 500,00 ₽
<b>Верёвки</b>	1 500,00 ₽	1 500,00 ₽	500,00 ₽	200,00 ₽	3 700,00 ₽
<b>Мочки</b>	500,00 ₽	500,00 ₽	1 000,00 ₽	100,00 ₽	2 100,00 ₽
<b>Зажимы(крокодильчики)</b>	2 500,00 ₽	1 500,00 ₽	1 250,00 ₽	(не требуется)	5 250,00 ₽
<b>Перо руля</b>	14 000,00 ₽	6 000,00 ₽	14 000,00 ₽	13 000,00 ₽	47 000,00 ₽
<b>Шверт</b>	26 000,00 ₽	7 500,00 ₽	26 000,00 ₽	18 500,00 ₽	78 000,00 ₽
<b><u>Всего:</u></b>	77 400,00 ₽	46 750,00 ₽	67 250,00 ₽	48 300,00 ₽	239 700,00 ₽

Закупка оборудования для учебно класс	Стоимость закупаемого оборудования за (за 1 шт.)	Общее кол-во закупаемого оборудования (шт.)	Общая стоимость закупаемого оборудования	<u>Всего:</u>
Стол	3 000,00 ₽	5	15 000,00 ₽	
Стул	2 000,00 ₽	10	20 000,00 ₽	
"Справочник яхтсмена Боба Бонда"	1 900,00 ₽	5	9 500,00 ₽	
Плакаты	150,00 ₽	6	900,00 ₽	
Проектор	7 000,00 ₽	1	7 000,00 ₽	
<b><u>Всего:</u></b>	14 050,00 ₽	27	52 400,00 ₽	66 477,00 ₽

Оборудование	для яхт	для учебного класса	
<b>Расход</b>	239 700,00 ₽	66 477,00 ₽	
<b>Затраты без НДС</b>	239 700,00 ₽	66 477,00 ₽	
<b>НДС к затратам</b>	43 146,00 ₽	11 965,00 ₽	
<b>Затраты с учётом НДС</b>	282 846,00 ₽	78 442,86 ₽	361 288, 86

Заработная плата с учётом отчислений на социальные нужды (пенсионное страхование, медицинское страхование, временная нетрудоспособность)

	Тренер 1	Тренер 2	Всего:
<b>Зарплата основного персонала</b>	30 000,00 ₽	30 000,00 ₽	60 000,00 ₽
<b>Отчисление на социальные нужды</b>	9 000,00 ₽	9 000,00 ₽	18 000,00 ₽

Мы выбрали упрощённую систему налогообложения ((доход – расходы) умножить на 15%), так как, проведя расчёты выяснилось, что именно эта система налогообложения для нас выгодна.

	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	5 квартал	6 квартал	7 квартал	8 квартал	9 квартал	10 квартал	11 квартал	12 квартал
Выручка от реализации	1 026 000,00 ₽	1 026 000,00 ₽	1 026 000,00 ₽	1 026 000,00 ₽	582 000,00 ₽	582 000,00 ₽	582 000,00 ₽	582 000,00 ₽	1 008 000,00 ₽	1 008 000,00 ₽	1 008 000,00 ₽	1 008 000,00 ₽
Себестоимость	14 250,00 ₽	14 250,00 ₽	14 250,00 ₽	14 250,00 ₽	8 083,00 ₽	8 083,00 ₽	8 083,00 ₽	8 083,00 ₽	14 000,00 ₽	14 000,00 ₽	14 000,00 ₽	14 000,00 ₽
Полные проектный затраты	803 700,00 ₽	803 700,00 ₽	803 700,00 ₽	803 700,00 ₽	803 700,00 ₽	803 700,00 ₽	803 700,00 ₽	803 700,00 ₽	803 700,00 ₽	803 700,00 ₽	803 700,00 ₽	803 700,00 ₽
УСН	33 345,00 ₽	33 345,00 ₽	33 345,00 ₽	33 345,00 ₽	33 255,00 ₽	33 255,00 ₽	33 255,00 ₽	33 255,00 ₽	30 645,00 ₽	30 645,00 ₽	30 645,00 ₽	30 645,00 ₽
Чистая прибыль за период	188 955,00 ₽	188 955,00 ₽	188 955,00 ₽	188 955,00 ₽	-254 955,00 ₽	-254 955,00 ₽	-254 955,00 ₽	-254 955,00 ₽	173 655,00 ₽	173 655,00 ₽	173 655,00 ₽	173 655,00 ₽

В итоге, срок полной окупаемости – 12 квартал.