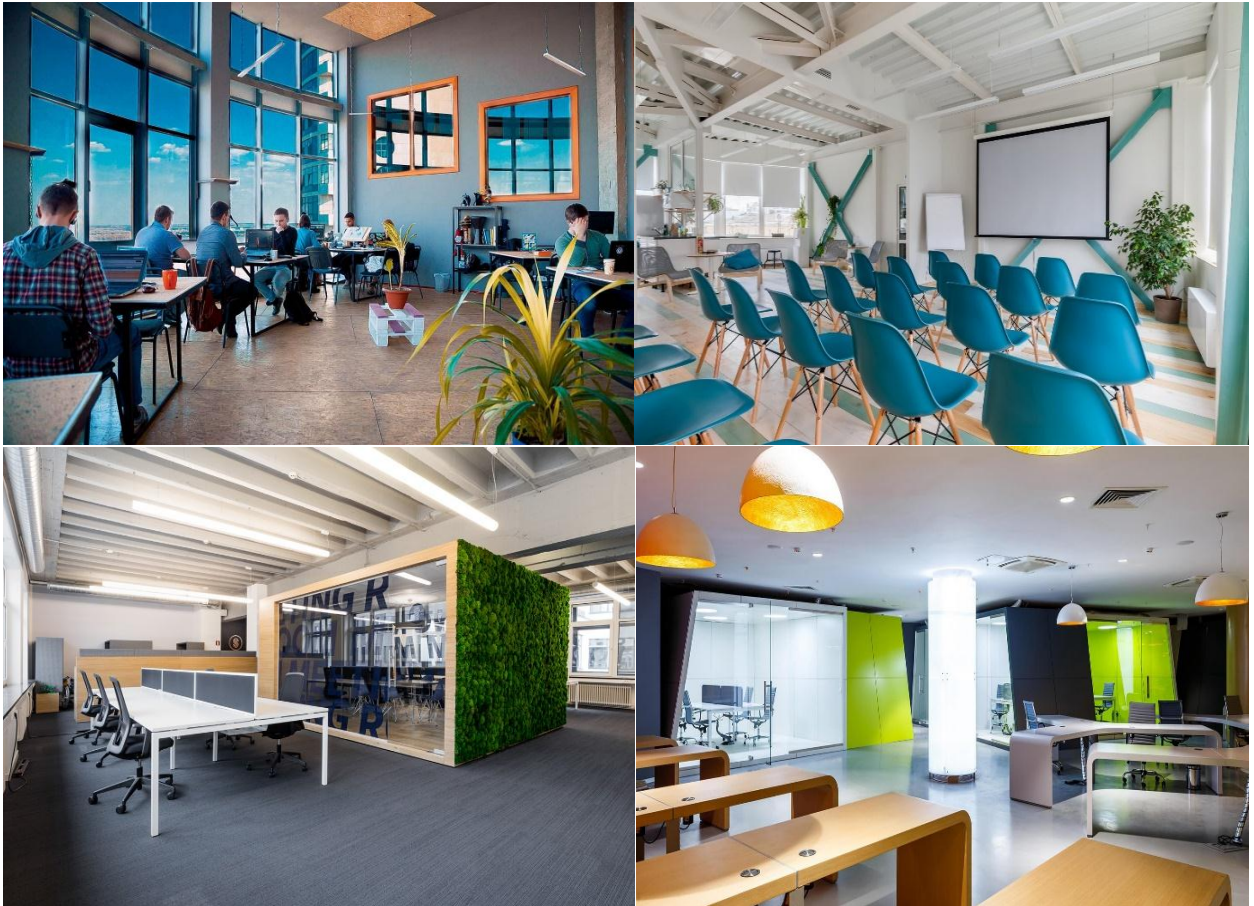


Инвестиционное предложение:

«Создание коворкинг-центра»



Если Вас заинтересовало данное предложение, Вы можете заказать полный бизнес-план и финансовую модель данного проекта. Наши специалисты помогут Вам с проработкой всех вопросов, связанных с реализацией проекта.

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ
РЕСПУБЛИКИ»

Оглавление

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА.....	3
2. ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ И КОМПАНИИ	4
3. ОПИСАНИЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ	6
4. ПРОДАЖИ И МАРКЕТИНГ	9
5. ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА.....	12
6. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН.....	14
7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН КОВОРКИНГА	16
8. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ	18
9. ВОЗМОЖНЫЕ РИСКИ	18

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ»

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Цель проекта – открытие коворкинг-центра для реализации спектра услуг в сфере коворкинга (организации работы различных специалистов на одной территории, представляющий собой «совместный офис»). Данный коворкинг-центр позиционирует себя как уникальное творческое пространство, объединяющее людей творческих профессий и вдохновляющее на работу.

Целевая аудитория коворкинг-центра состоит из различных групп, к которым можно отнести фрилансеров, начинающих предпринимателей, самозанятое население, а также людей, стремящихся к саморазвитию.

Для реализации коворкинг проекта арендуется коммерческая площадь 160 кв.м в центральной части города.

Бизнес идея Коворкинг-центры – новое явление в бизнес-среде России. Первое подобное заведение открылось в России в 2008 году. На сегодняшний день по всей стране зарегистрировано около 300 коворкинг центров, 1/3 из них располагается в Москве. Для других крупных городов эта ниша более свободна и открывает множество перспектив.

Коворкинг как бизнес идея – это относительно долгосрочные вложения, которые не окупятся сразу. Срок окупаемости коворкинг-центров составляет 1-2 года, что может отпугнуть некоторых предпринимателей. Еще одной проблемой является требование значительной суммы первоначальных затрат. Этот вид бизнеса в большей степени подойдет тем инвесторам, которые ориентированы на реализацию долгосрочного проекта, учитывающего веяния современной экономики. Главным достоинством коворкинг-центра как бизнес-направления является ориентация на тенденции экономики. Ежегодно число специалистов, работающих по системе дистанционной занятости, увеличивается. Ожидается, что в России к 2020 году доля специалистов, работающих на «удаленке», вырастет до 20%. Поэтому открытие коворкинг-

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ»

центров сейчас позволит занять свободную и перспективную нишу, популярность которой через пару лет существенно увеличится.

Объем первоначальных инвестиций составляет 1 020 000 рублей. Инвестиционные затраты направлены на ремонт помещения, приобретение мебели и оборудования, рекламу и формирование оборотных средств, за счет которых будут покрываться убытки начальных периодов. Основная часть требуемых инвестиций приходится на приобретение мебели и оборудования – 44,1%. Для реализации проекта будут использованы собственные средства.

Финансовые расчеты бизнес плана охватывают пятилетний период функционирования проекта. В соответствии с расчетами, начальные инвестиции окупятся через пятнадцать месяцев работы. Чистая прибыль при выходе на планируемый объем продаж составит 86000 рублей/месяц. Выход на плановый объем продаж ожидается на 4-ый месяц работы.

Срок окупаемости (PP), мес.	15
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес.	15
Чистая приведенная стоимость (NPV), руб.	241 495
Коэффициент рентабельности инвестиций (ARR), %	8,36
Внутренняя норма прибыли (IRR), %	7,36

2. ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ И КОМПАНИИ

Развитие экономики и предпринимательства происходит весьма динамично. Изменения затрагивают все организационные процессы бизнеса, что способствует расширению спектров аутсорсинга и фриланса. Современный бизнес адаптируется под новые требования и нужды субъектов экономических отношений. Отдельные специалисты и профессиональные

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ»

группы ищут альтернативные варианты организации рабочего пространства. Привычные офисы, на аренду которых тратятся существенные суммы, заменяются так называемыми коворкинг-центрами – местом, где можно работать, проводить деловые встречи, пользоваться Wi-Fi и отдыхать.

В последние годы коворкинг-центры набирают популярность, поскольку наблюдается тенденция перехода специалистов на удаленную работу. Фотографы, дизайнеры, IT-специалисты, писатели, юристы – представители абсолютно разных профессий приходят к выводу, что пользование коворкинг-центрами намного удобнее и дешевле, нежели аренда дорогих офисов в центре города.

Идея коворкинг-центров появилась в США в 2005 году, а для России является относительно новой. Первый коворкинг-центр в России был открыт в Челябинске в 2008 году. На сегодняшний день в России зарегистрировано около 300 коворкинг-центров, из них более 100 расположено в Москве. Однако говорить о насыщении рынка еще рано.

Данный формат отлично прижился во многих странах, но в России по-прежнему находится на начальной стадии своего развития и не приобрел таких масштабов, как в некоторых государствах. Причина этого заключается в специфике отечественной экономики: во-первых, дистанционная занятость специалистов в России не превышает 5% от общего числа активного экономически занятого населения (для сравнения, в США 45% сотрудников работает на «удаленке» или имеет такую возможность); во-вторых, арендаторы с неохотой сдают помещения, предназначенные для коворкинг-центров, так как считают этот бизнес довольно непостоянным. Несмотря на это, положительные тенденции в бизнесе позволяют говорить о коворкинг-центрах как о перспективном направлении, поскольку:

- ежегодно процент дистанционной занятости в России растет. По оценкам J'son & Partners Consulting, к 2020 году доля удаленно работающих сотрудников в России вырастет до 20%, что обеспечит работодателям экономию более 1 трлн рублей.

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ»

- крупные компании России уже демонстрируют тенденцию перехода на удаленную работу. Например, компания «ВымпелКом» планирует к концу 2017 года закрыть 70% своих офисов и перевести сотрудников на дистанционную занятость. Малое и среднее предпринимательство также поддерживает этот тренд. По результатам опроса, проведенного компанией «Битрикс 24», 27% компаний планируют перевести на удаленную работу более половины персонала.
- желание работать на «удаленке» проявляют 67% соискателей. А количество вакансий, предлагающих такую работу, составляет около 35% от общей доли объявлений.
- стремление мелкого и среднего бизнеса сэкономить на аренде офисных помещений в период кризиса.

В Ростове-на-Дону на данный момент существует 5 площадок, которые предоставляют услуги коворкинг-центра. Для крупного города с населением более 1 млн. человек этого недостаточно, поэтому создание удобного рабочего пространства в формате коворкинг-центра рассматривается как перспективное направление.

Таким образом, можно говорить об инвестиционной привлекательности данного бизнеса. Открытие коворкинг-центра позволит учесть тенденции современной экономики и предпринимательства и занять свободную нишу в преддверии развития данного направления.

3. ОПИСАНИЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Термин «коворкинг» можно перевести дословно как «совместно-работающие». Следовательно, коворкинг представляет собой форму самоорганизации, сообщество людей, объединенных на одном пространстве для выполнения какой-либо работы. По своей сути коворкинг-центры являются «коммунальными офисами» и предоставляют места для работы, деловых встреч и различных мероприятий. В таком пространстве можно

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ»

арендовать постоянное рабочее место или периодически посещать заведение по мере необходимости. Именно эта вариативность и определяет главное преимущество коворкинг-центров. Кроме того, коворкинг-центры – очень удобны, так как оборудованы всем необходимым для организации комфортной работы. Здесь можно арендовать целое рабочее место со столом, личным шкафчиком для вещей, воспользоваться бесплатным wi-fi, выпить кофе. Особенной популярностью коворкинг-центры пользуются у специалистов интеллектуального труда и представителей творческих профессий. В пространстве коворкинг-центра можно встретить предпринимателей, фрилансеров, небольшие компании, которым не выгодно снимать отдельный офис, и креативные группы, собравшиеся для разработки одного общего проекта.

По своей сути коворкинг-центры являются подобием антикафе с той лишь разницей, что антикафе предназначены для отдыха, а коворкинг-центры – для работы. Однако принцип один и тот же: посетителю предоставляется в пользование универсальное пространство с оплатой времени пребывания в нем.

Коворкинг-центры обладают следующими преимуществами:

- экономия на аренде помещения;
- вариативность пользования: в центре можно арендовать одно рабочее место на определенный срок, или периодически посещать центр, пользуясь свободным местом;
- центры подходят как для организации индивидуальной работы, так и для проведения различных встреч, семинаров, видеоконференций и других мероприятий. Для этого в центрах предусмотрены различные зоны;
- деловая обстановка способствует повышению производительности труда;
- коворкинг-центры могут стать площадкой для полезных деловых знакомств;

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ»

- центры снабжены всем необходимым для работы: офисной техникой, Wi-Fi и т.д.

Однако следует учитывать следующие минусы коворкинг-центров:

- открытая планировка «коммунального офиса» не подходит людям, привыкшим работать в тишине и уединении;
- не каждый специалист готов оплачивать ежедневную аренду рабочего места.

Таким образом, реализуя бизнес идею коворкинг-центра, необходимо четко понимать, каким категориям специалистов будет интересно это предложение.

Проект коворкинг-центра предполагает получение прибыли от аренды рабочих мест различными специалистами. Помимо основного источника дохода коворкинг также зарабатывают на аренде конференц-залов и тренинговых комнат, проведении обучающих курсов, мастер-классов и так далее.

В соответствии с перечнем услуг, предлагаемых коворкинг-центром, определяется и организация самого пространства, и необходимая площадь, и тарификация. Некоторые коворкинг-центры создаются с определенной тематикой – например, это может быть пространство, объединяющее творческих людей, сотрудников промышленности или начинающих предпринимателей. Такие тематические коворкинг-центры позволяют объединять специалистов из одной сферы деятельности, что расценивается посетителями как дополнительное преимущество. Управлять такими тематическими коворкинг-центрами намного проще, поскольку имеется четкое представление о целевой аудитории и требованиях, которые она предъявляет.

В данном проекте предполагается создание коворкинг-центра, представляющего собой творческое пространство. Центр позиционирует себя как место, где представители творческих профессий могут взаимодействовать друг с другом или получить вдохновение для работы. Данная концепция

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ»

предполагает создание трех функциональных зон: изолированные рабочие места, позволяющие работать в уединении и тишине; общий зал, где будут вестись переговоры, проводиться встречи; а также отдельный зал для проведения семинаров, тренингов и так далее. На базе коворкинг-центра будут проводиться различные тренинги, творческие вечера, выставки творческих работ и т.д. Таким образом, миссия данного коворкинг-центра заключается в создании творческого пространства, нацеленное на развитие творческого потенциала его посетителей.

В связи с определенной концепцией, установлен примерный перечень услуг коворкинг-центра:

- постоянная или разовая аренда рабочего места (стоимость включает пользование офисной техникой, бесплатный Интернет, пользование кофемашиной и кулером);
- аренда зала для семинаров (стоимость включает пользование техникой для проведения презентаций);
- аренда зала для выставок, концертов, творческих вечеров и т.д.;
- организация самим центром бесплатных семинаров, воркшопов или тематических вечеров. Данная услуга направлена на привлечение посетителей.

Важно понимать, что для эффективного ведения бизнеса коворкинг-центра необходимо создать на его базе активное сообщество, которое постоянно участвует в различных мероприятиях и само их организует.

4. ПРОДАЖИ И МАРКЕТИНГ

Целевую аудиторию коворкинга можно разделить на три большие группы:

- фрилансеры составляют основу пользователей услугами коворкинг-центра. К ним можно отнести IT-специалистов, копирайтеров, переводчиков, копирайтеров, дизайнеров и других специалистов,

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ»

работающих удаленно. Преимущественно в эту группу входят представители интеллектуального труда;

- начинающие предприниматели – часть из них не нуждается в постоянном офисе, а другая часть не имеет возможности снимать дорогостоящий офис на постоянной основе;
- самозанятое население - обычно в эту группу включают представителей творческих профессий (фотографов, писателей, коучеров и т.д.).

Также отдельно можно выделить людей, стремящихся к саморазвитию и посещающих различные мероприятия в коворкинг-центрах.

Таким образом, аудитория коворкинг-центров достаточно разнообразна и многочисленна.

В связи с тем, что сам формат коворкинг-центров довольно специфичен, для их продвижения следует использовать определенный набор рекламных методов. Коворкинг-центры нуждаются в рекламе, так как само понятие рабочих пространств относительно новое для России, и перед маркетологами стоит первоочередная задача рассказать потенциальным потребителям обо всех достоинствах коворкинг-центров.

Для продвижения коворкинг-центров подойдут следующие рекламные методы:

- продвижение в Интернете с помощью сайта и групп в социальных сетях;
- распространение печатной рекламы в местах скопления потенциальной целевой аудитории: выставки, конференции, бизнес-тренинги, офис-центры и т.д.;
- организация образовательных и развлекательных мероприятий для посетителей;
- предоставление контента: фотоотчеты, прямые трансляции, видеолекции, полезные сведения;
- создание комфортного рабочего пространства и зоны отдыха;
- партнерство с местными СМИ.

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ»

К методам рекламы можно отнести и местоположение коворкинг-центров. Наиболее удобным вариантом является размещение помещения в центре города, где обычно концентрируется деловая активность. Это позволит привлечь большее количество посетителей.

В данном проекте предполагается активное продвижение коворкинг-центра, что подразумевает определенный рекламный бюджет. Планируемый перечень рекламных мероприятий и затраты на их проведение представлены в таблице 2. В соответствии с расчетами, на продвижение коворкинг-центра планируется затратить 75 тыс. рублей.

Таблица 2. Рекламный бюджет коворкинг-центра

МЕРОПРИЯТИЕ	ОПИСАНИЕ	ЗАТРАТЫ, РУБ.
Создание собственного сайта	Должен отражать основные преимущества коворкинг-центра, тарифы посещения, фотографии рабочего пространства, фотоотчеты проведенных мероприятий, контакты и адрес, перечень услуг, программу планируемых мероприятий	40 000
Распространение печатной рекламы	Для этого предполагается создание рекламного материала (флаеров/буклетов) и его распространение в местах скопления целевой аудитории. Затраты включают расходы на создание и печать флаеров, а также заработную плату промоутерам. Возможен вариант распространения флаеров со скидочным купоном	15 000
Событийный маркетинг	Это может быть особенная программа в честь открытия коворкинг-центра или организация бесплатного мастер-класса	20 000
	Итого:	75 000

Активная маркетинговая стратегия позволяет окупить затраты на коворкинг-центр за несколько месяцев, хотя обычно на это требуется около 1 года. В среднем, расценки на использование коворкинга составляют:

- разовое посещение: 300-500 руб.
- стоимость абонента на месяц: 5000-15000 руб.

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ»

- стоимость аренды конференц-зала: 5000-10000 руб.

Исходя из средних цен на основные услуги коворкинг-центров, рассчитаем планируемые доходы. Для этого определим среднее число посетителей в день – 20 человек и средний чек 400 руб.: $20 \cdot 400 \cdot 30 = 240\,000$ (руб.). Количество проданных месячных абонементов – 10, средней стоимостью 8000 руб.: $10 \cdot 8000 = 80\,000$ (руб.).

Количество проведенных в месяц мероприятий: 20, средняя стоимость аренды зала 8000 руб.: $20 \cdot 8000 = 160\,000$ (руб.).

Таким образом, предполагаемый месячный доход коворкинг-центра составляет 480 000 рублей.

5. ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА

Открытие коворкинг-центра и организация его деятельности подразумевает следующие этапы:

1) Выбор местоположения и помещения. При выборе места для коворкинг-центра предпочтение следует отдавать центру города. Во-первых, именно здесь концентрируется основная часть бизнес-процессов; во-вторых, туда одинаково удобно добираться всем клиентам; в-третьих, такое размещение престижно, что важно для тех клиентов, которые планируют проводить на базе коворкинг-центра различные деловые встречи и переговоры.

При выборе местоположения стоит обращать внимание на наличие вблизи удобной транспортной развязки, парковки для автомобилей, а также на пейзаж за окнами – установлено, что посетители коворкинг-центров обращают внимание на вид из окна.

К самому помещению коворкинга также предъявляются определенные требования. Зонирование коворкинг-центра предполагает использование большой площади. Минимальная площадь для коворкинг-центра составляет 100 кв.м. В данном проекте предполагается аренда площади 160 кв.м. в

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ
РЕСПУБЛИКИ»

центральной части города. Стоимость аренды составляет 110 000 рублей/месяц.

2) Оформление помещения. Правильное зонирование и оформление пространства является одним из ключевых параметров успеха коворкинга. Если удастся организовать комфортные условия, посетители будут готовы возвращаться и платить за особые условия, которых невозможно добиться в других местах. Иными словами, коворкинг-центр должен стать уникальным пространством, способным привлечь посетителей. Удобная мебель, интересный интерьер, правильное зонирование – все это элементы, создающие особую атмосферу. Творческие люди особенно ценят эстетику окружения, поэтому в данном проекте планируется воспользоваться услугами дизайнера для создания привлекательного интерьера. Затраты на услуги дизайнера и ремонт помещения составят 300 000 руб.

3) Приобретение мебели и оборудования. Коворкинг предполагает удобное рабочее пространство. Поэтому следует внимательно отнестись к наполнению коворкинг-центра. В таблице 3 представлен примерный перечень необходимого оборудования, исходя из организации коворкинга на 30 рабочих мест и конференц-зала вместимостью до 100 человек. В соответствии с расчетами, общая сумма расходов на оборудование коворкинг-центра составит 450 000 рублей.

Таблица 3. Расходы на мебель и оборудование коворкинг-центра

СТАТЬЯ РАСХОДОВ	ЗАТРАТЫ, РУБ.
<i>Мебель</i>	
Мебель для работы (столы, стулья, кресла, шкафчики с замком)	250 000
Мебель для отдыха и прочее (диваны, пуфы, гамаки, вешалки)	50 000
<i>Техника</i>	

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ»

Офисная техника (модем, компьютеры, сканер, принтер, проектор с экраном, плазменная панель, магнитная доска с маркерами)	100 000
Кухонная техника (кулер, кофемашина, тостер, микроволновка)	30 000
Прочее	20 000
Итого:	450 000

Важно понимать, что чем более полноценной и многофункциональной будет комплектация, тем больше времени клиент будет проводить в стенах коворкинг-центра.

4) Подбор персонала. Для стандартного коворкинг-центра не требуется многочисленный персонал. Основная должность – это администратор. В его обязанности входит: следить за исправностью оборудования и порядком в помещении, контролировать запасы расходных материалов, продавать абонементы посетителям, информировать клиентов об акциях, тарифах, планируемых мероприятиях, вести аккаунт в социальной сети. На должность администратора рекомендуется приглашать девушек, так как они обычно вызывают больше доверия у посетителей. Для небольшого коворкинг-центра будет достаточно 2 администраторов, работающих посменно. Помимо этого, могут потребоваться услуги бухгалтера, уборщицы и IT-специалиста, который будет заниматься обслуживанием сайта.

В данном проекте предполагается, что сам предприниматель ведет бухгалтерский учет, IT-специалист не входит в основной штат, работая по договору аутсорсинга.

6. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

Начальным этапом открытия коворкинг-центра является регистрация бизнеса в государственных органах и оформление всей необходимой документации.

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ»

Для ведения коммерческой деятельности регистрируется ООО с упрощенной системой налогообложения («доходы минус расходы» по ставке 15%). Вид деятельности согласно ОКВЭД-2:

- 68.20.2 Аренда и управление собственным или арендованным нежилым недвижимым имуществом
- 77.33 Аренда и лизинг офисных машин и оборудования, включая вычислительную технику
- 77.2 Прокат и аренда предметов личного пользования и хозяйственно-бытового назначения.

График работы коворкинг-центра – ежедневно, с 9:00 до 21:00. Исходя из этого, формируется штатное расписание. Так как заведение открыто 7 дней в неделю и 12 часов в сутки, следует организовать посменный график работы для основного персонала.

В данном проекте предприниматель исполняет обязанности управленца и бухгалтера. Он занимается наймом персонала, разработкой маркетинговой политики, контролем за работой персонала и бухгалтерским учетом. Таким образом, общий фонд оплаты труда составляет 109200 рублей.

Таблица 4. Штатное расписание и фонд оплаты труда

	ДОЛЖНОСТЬ	ОКЛАД, РУБ.	КОЛ-ВО, ЧЕЛ.	ФОТ, РУБ.
<i>Административный</i>				
1	Директор	20 000	1	20 000
<i>Торговый</i>				
2	Администратор (посменный график)	27 000	2	54 000
<i>Вспомогательный</i>				
3	Уборщица	10 000	1	10 000
	Итого:			84 000
	Социальные отчисления:			25 200

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ
РЕСПУБЛИКИ»

Итого с отчислениями:	109 200
-----------------------	---------

7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН КОВОРКИНГА

Финансовый план учитывает все доходы и расходы проекта, горизонт планирования составляет 5 лет.

Для запуска проекта необходимо рассчитать объем первоначальных инвестиций. Для этого нужно определиться с затратами на приобретение мебели и оборудования, рекламное продвижение на рынке и формирование оборотных средств, за счет которых будут покрываться убытки начальных периодов.

Первоначальные инвестиции для коворкинг-центра составляют 1 020 000 рублей. Основная часть требуемых инвестиций приходится на приобретение мебели и оборудования –44,1%, доля расходов на аренду и ремонт помещения составляет – 40,1%%, на рекламу – 7,4%. Остальные статьи расходов занимают 8,4% от общего объема инвестиций. Проект финансируется за счет собственного капитала. Основные статьи инвестиционных затрат отражены в таблице 5.

Таблица 5. Инвестиционные затраты

	НАИМЕНОВАНИЕ	СУММА, РУБ.
<i>Недвижимость</i>		
1	Аренда коммерческой площади за 1-ый месяц	110 000
2	Ремонт помещения	300 000
<i>Оборудование</i>		
3	Мебель и оборудование	450 000
<i>Нематериальные активы</i>		
4	Стартовая рекламная кампания	75 000

**АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ
РЕСПУБЛИКИ»**

5	Регистрация бизнеса, подготовка разрешительной документации	15 000
<i>Оборотные средства</i>		
6	Оборотные средства	70 000
	Итого:	1 020 000

Переменные расходы состоят из затрат на расходный материал (бумага и чернила для офисной техники, вода и напитки, находящиеся в общем доступе, и т.д.). Для упрощения финансовых расчетов переменные расходов рассчитывается, исходя из суммы среднего чека и фиксированной наценки в 300%.

Постоянные расходы состоят из арендной платы, коммунальных платежей и оплаты Интернета, фонда заработной платы, расходов на рекламу и амортизационных отчислений. Размер амортизационных отчислений определяется линейным методом, исходя из срока полезного использования основных фондов в 5 лет.

Таблица 6. Постоянные затраты

	НАИМЕНОВАНИЕ	СУММА В МЕС., РУБ.
1	Арендная плата	110 000
2	Реклама (в т.ч. обслуживание сайта)	15 000
3	Коммунальные платежи и Интернет	10 000
4	Амортизация	7 500
5	ФОТ с отчислениями	109 200
6	Прочее	7 000
	Итого:	258 700

Таким образом в бизнес плане, были определены постоянные ежемесячные расходы в размере 276 700 рублей.

8. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ

Срок окупаемости проекта при первоначальных инвестициях в 1 020 000 рублей составляет 15 месяцев. Практика показывает, что средний срок окупаемости коворкинг-центров составляет 1,5-2 года. По мнению аналитического сайта DeskMag, «любой продержавшийся два года коворкинг выходит в плюс». Таким образом, срок окупаемости в 15 месяцев – вполне оптимистический прогноз для данного направления бизнеса. Добиться таких результатов возможно при правильной организации бизнеса и эффективном использовании возможностей. Все это обеспечит достаточный уровень продаж.

Выход на плановый объем продаж планируется на 4-ый месяц работы. Объем чистой прибыли за первый год работы составит 879 136 рублей. Рентабельность продаж в первый год работы – 15,9%.

Чистая приведенная стоимость в бизнес плане положительна и равна 241 495 рублей, что позволяет говорить об инвестиционной привлекательности проекта. Коэффициент рентабельности инвестиций составляет 8,36%, внутренняя норма прибыли превышает ставку дисконтирования и равна 7,36%.

9. ВОЗМОЖНЫЕ РИСКИ

Для оценки рисков составляющей проекта необходимо провести анализ внешних и внутренних факторов. К внешним факторам относятся угрозы, связанные с экономической ситуацией в стране, рынков сбыта. К внутренним – эффективность управления организацией.

Внутренние риски:

- низкая посещаемость заведения вследствие неготовности специалистов и предпринимателей к переходу на работу в формате коворкинга.

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ»

Решить эту проблему возможно при помощи продуманной маркетинговой стратегии, которая позволит донести до целевой аудитории все преимущества коворкинг-центров;

- снижение репутации самого коворкинг-центра в кругу целевой аудитории при ошибках в управлении или снижении качества услуг. Снизить риск возможно при тщательном отборе персонала и контроле за качеством предоставляемых услуг, а также мониторинге отзывов посетителей;
- сезонность продаж коворкинга: в периоды отпусков и праздников количество посетителей коворкинг центров сокращается. Чтобы нивелировать данный риск, предполагается использование альтернативных способов извлечения выгоды. Например, в период праздников рекомендуется использовать пространство коворкинг-центра как площадку для выставок, концертов, тематических вечеров и т.д. Другим методом привлечения посетителей может стать программа лояльности, акции и скидки. В летнее время можно адаптировать программу центра для студентов и школьников, предоставляя им скидки на посещение;
- поведение резидентов коворкинга. Поскольку коворкинг подразумевает объединение на одном пространстве различных людей, могут возникнуть трудности с дисциплиной. Для работы требуется поддержание определенной атмосферы и следованию правилам, обозначенным для посетителей коворкинг-центра. Этот риск является специфическим, бороться с ним достаточно тяжело. Минимизировать этот риск возможно за счет грамотной планировки рабочего пространства, предусматривающего наличие изолированных рабочих мест.

Внешние риски коворкинга:

- наличие более сильных и популярных конкурентов. Снизить влияние этого риска возможно при создании уникального предложения, которые

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ»

не могут предложить конкуренты. Высокое качество услуг и гибкая ценовая политика являются основными конкурентными преимуществами, к которым должен стремиться коворкинг-центр;

- повышение стоимости закупочных материалов, аренды помещения. Нивелировать этот риск возможно при грамотном выборе партнеров и включении в договор всех необходимых требований и условий;
- снижение стоимости аренды под коворкинг традиционных офисных помещений из-за кризиса, что сделает коворкинг менее конкурентоспособным. Во избежание наступления этого риска необходимо создать разнонаправленный центр и диверсифицировать источники получения дохода.