

Fitness Club

„ARENA”

Biznesplan

Kraków, kwiecień 2008

SPIS TREŚCI

1. STRESZCZENIE	3
2. INFORMACJE O PRZEDSIĘBIORSTWIE.....	4
3. ANALIZA RYNKU	5
4. OPIS PRODUKTU.....	7
5. DYSTRYBUCJA I PROMOCJA.....	9
6. ZATRUDNIENIE I ORGANIZACJA.....	10
7. INFORMACJE FINANSOWE.....	13
8. HARMONOGRAM URUCHOMIENIA INWESTYCJI.....	19
9. WYKAZ ZAŁĄCZNIKÓW.....	19

1. Streszczenie

Biznesplan obejmuje analizę projektu inwestycyjnego polegającego na uruchomieniu fitness-clubu w Krakowie. Realizacja projektu wymaga inwestycji na poziomie 250 000 zł. Wspólnicy dysponują lokalem oraz kwotą 100 000 zł. Pozostała kwotę planują pozyskać w formie kredytu bankowego. Spłacony on zostanie w okresie 2 lat.

Zapotrzebowanie na usługi związane w rekreacją i sprawnością fizyczną stale rośnie, a jednocześnie liczba podmiotów świadczących takie usługi jest stale niewystarczająca. Analiza oferty podmiotów już funkcjonujących na rynku wskazuje na liczne braki, które uwzględnione zostaną w ofercie Fitness Clubu „ARENA”. Do podstawowych przewag „ARENY” zaliczyć należy szeroki asortyment oferowanych usług, uwzględniający najnowsze trendy, unikalny wystrój sal, sprzyjający ćwiczeniom, politykę cenową promującą klientów często korzystających z usług Fitness Clubu „ARENA” oraz bogate zaplecze rekreacyjne umożliwiające świadczenie usług masażu, sauny i solarium. Ważnym atutem jest też atrakcyjna lokalizacja w pobliżu ważnego centrum handlowego przy jednej z głównych arterii komunikacyjnych Krakowa.

Podkreślenia wymagają także kompetencje wspólników planujących uruchomienie Fitness Clubu „ARENA”. Posiadają oni zarówno doświadczenie biznesowe, jak i wiedzę, doświadczenie i uprawnienia związane z przedmiotem działalności.

Z przeprowadzonych obliczeń i badań wynika, że projekt jest opłacalny, a poziom ryzyka związanego z jego realizacją jest umiarkowany.

2. Informacje o przedsiębiorstwie

Nazwa: Arena s.c.

Udziałowcy:

1. Piotr Żaczek (Prezes Zarządu)
ur. 21.11.1971
wykształcenie: wyższe ekonomiczne (Akademia Ekonomiczna w Krakowie)
udział: 40 %
Zdobywca Akademickiego Pucharu Polski w Biegach na Orientację
2. Adam Dera (Vice-Prezes ds. Sprzedaży)
ur. 11.10.1970
wykształcenie: wyższe (Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie)
udział: 30 %
3. Arkadiusz Żuławski (Vice-Prezes ds. Sportowych)
ur. 15.02.1975
wykształcenie: licencjat (Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie)
Mistrz Polski Juniorów w Kulturystyce w 1992 roku
udział: 30 %

Rok rozpoczęcia działalności: **2003**

Historia firmy

Arena s.c. powstała w 2003 roku. Pierwotnym rodzajem działalności było prowadzenie kursów nauki pływania. W 2005 roku firma zaczęła organizować imprezy rekreacyjno-sportowe dla pracowników krakowskich przedsiębiorstw (na zlecenie tych przedsiębiorstw). W 2006 roku firma nabyła dawne obiekty magazynowe z celem ich adaptacji na obiekt sportowo-rekreacyjny Fitness Club „ARENA”

Rodzaj usług: sportowo-rekreacyjne

Zakres usług: organizacja imprez, stałe zajęcia

Zasięg działalności: Kraków i powiat krakowski

Misja firmy: **Naszą misją jest promowanie mody na zdrowie poprzez świadczenie, dostępnych dla każdego, wysokiej jakości usług z zakresu sportu i rekreacji**

Adres pocztowy: **ul. Boczna 117, 31-411 Kraków**

Adres www: **<http://www.arenasc.pl>**

Telefony: **012 462 99 87, 012 462 99 54**

Fax: **012 462 99 89**

E-mail: **biuro@arenasc.pl**

REGON: **5156778021**

NIP: **889 538 32 41**

3. Analiza rynku

A. Popyt na rynku

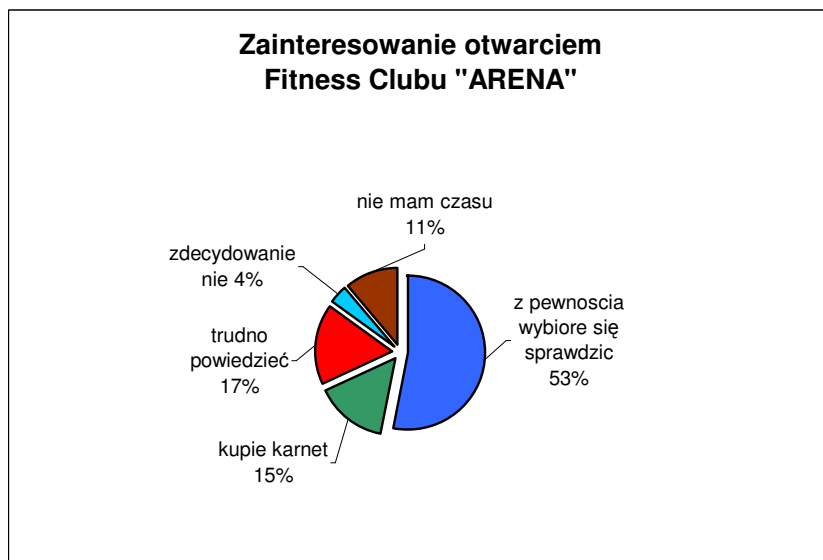
Na podstawie analizy rynku, w szczególności zaś rozmów z młodzieżą licealną, studentami oraz kadrą zarządzającą w wieku do 30 lat, wynika, że istnieje duży, niezaspokojony popyt na usługi świadczone przez kluby fitness, szacowany na co najmniej 200-400% w stosunku do łącznej liczby klientów fitness-klubów na terenie Krakowa.

Rynek lokalny jest chłonny, przy czym – jak wynika z przeprowadzonych badań – dla klientów istotne są trzy parametry, które spełnia Fitness Club „ARENA”:

- szeroka gama oferowanych usług wraz z profesjonalną pomocą
- dobre warunki treningu (duży wybór sprzętu, profesjonalny instruktaż, dobre warunki sanitarne)
- możliwość utożsamiania się ze znaną i cenioną marką

Ceny nie są brane pod uwagę, gdyż nie będą one dużo wyższe niż u konkurencji, a przy długookresowej współpracy ceny mają ogólnie niewielkie znaczenie dla klientów.

Przeprowadzone badania ankietowe wskazują na duże zainteresowanie potencjalnych klientów korzystaniem z usług nowego fitness-klubu, co stwierdzić można na podstawie przedstawionego poniżej rozkładu odpowiedzi.



Atrakcyjna oferta Fitness Clubu „ARENA” pozwala mieć nadzieję na przyciągnięcie dużej grupy stałych klientów, a także przejęcie części klientów od konkurencji.

B. Podaż na rynku

Podaż usług w zakresie zarówno treningów fitness jak i kulturystycznych jest znacząca. Istnieje wiele klubów fitness na lokalnym rynku. W znacznej mierze są to wyłącznie kluby osiedlowe. Brakuje fitness-clubu, który będzie łączyć w sobie profesjonalizm, szeroki wachlarz usług, prestiż i dogodną dla szerokiej rzeszy klientów lokalizację. Fitness Club „ARENA” chce stworzyć niepowtarzalną relację z klientami, która będzie owocować długotrwałym członkostwem. Pragnie zbudować prestiż, polegający na tym, że trenowanie w „ARENIE” będzie modne.

C. Ocena konkurencji

Wśród funkcjonujących na terenie Krakowa fitness-clubów największą renomą cieszą się:

- MULTI FITNESS Fitness Club – posiadający dwa oddziały przy ulicach Chodowieckiego 7 i Krakowskiej 21. Oferta klubu skierowana głównie dla osób pragnących korzystać wyłącznie z treningów fitness, brak kompleksowej oferty obejmującej ćwiczenia kulturystyczne, masaż czy solarium. Ceny umiarkowane; godziny otwarcia: od 8:30 do 20:30.
- Body HIT Fitness Club – zlokalizowany przy ulicy Kazimierza Wielkiego. W ofercie solarium i siłownia; niskie ceny. Stosunkowo małe zróżnicowanie ćwiczeń fitness, obejmujące tylko kilka rodzajów. Godziny otwarcia: od 9:00 do 21:00. Oferta skierowana głównie dla ludzi średniozamożnych
- Fitness Klub Sprint – zlokalizowany w centrum miasta (ul. Morawskiego 12). Bardzo mały, nie posiada własnej strony internetowej, jednak dobry wachlarz usług, ceny umiarkowane, godziny otwarcia: 9:00 – 20:30
- Fitness Klub Pi – bardzo ekskluzywny club fitness z szeroką ofertą usług – oprócz siłowni, masażu, sauny i solarium oferuje także odnowę biologiczną i specjalistyczne zabiegi; lokalizacja na obrzeżach Krakowa (ul. Koło Strzelnicy 3), wysokie ceny. Godziny otwarcia: od 9:00 do 20:00

Z powyższych charakterystyk wynika, że konkurenci są zróżnicowani, jednak każdy z nich posiada istotne wady, co może się okazać ważnym czynnikiem przewagi konkurencyjnej Fitness Club’u „ARENA”. Projektowany klub prezentuje wysoki standard

i dzięki zróżnicowanej ofercie, dogodnej lokalizacji, dostępności (długie godziny otwarcia), stanowi atrakcyjne centrum rekreacyjno-sportowe na tle konkurencji.

D. Ceny

Poziom cen oferowanych przez najbardziej renomowane krakowskie kluby jest zróżnicowany. Ich zestawienie przedstawione jest poniżej, łącznie z uwzględnieniem cen planowanych w „ARENIE”

Ceny usług „ARENA” w porównaniu z konkurentami (zł)					
Karnet	ARENA	MULTI FITNESS	Body HIT	Sprint	Pi
Open	100	60	55	60	100
3x w tyg.	70	45	40	45	65
2x w tyg.	45	35	30	35	45
Wejście pojedyncze	12	6	5	6	12

4. Opis produktu

A. Charakterystyka usługi

Przedmiotem działalności Fitness Club’u „ARENA” jest działalność rekreacyjna, organizacja sportów siłowych, w szczególności kulturystyki dla kobiet i mężczyzn pod kierunkiem wykwalifikowanych trenerów. W ramach usług służących utrzymaniu sprawności fizycznej oferowane będą usługi: masażu, sauny, solarium oraz sprzedaż odżywek dla sportowców i napojów energetycznych.

Fitness Club zaoferuje swoim klientom możliwość organizacji zajęć sportowo-rekreacyjnych mających na celu kształtowanie sylwetki w zależności od preferencji klienta – schudnięcie, wzmocnienie, poprawienie sylwetki, budowa tężyzny fizycznej, relaks. Aby oferować klientom usługi odpowiedniej jakości oraz zapewnić odpowiednio wysoki komfort ćwiczeń, Fitness Club „ARENA” będzie zaopatrzone w sprzęt firmy „Techno Gym” i „Olimp”.

Fitness Club zapewniac będzie swoim klientom możliwość regularnego treningu fizycznego, ćwiczenia fitness obejmujących zajęcia takie jak Hi/Lo, Step, TBC, Slimnastic, Calisthenics, Salsę, Hip-Hop, Pump & Pump, Tae-Bo, Aeroboxing, Indoor Cycling, Yoga Fit, Fitboxe, Body Ball, w godzinach 07:00 – 22:00. Godziny klubu pozostawiają duży wybór

czasu ćwiczeń. Wykwalifikowani trenerzy doradzą każdemu ćwiczącemu zindywidualizowany zestaw ćwiczeń, uwzględniający stopień zaawansowania i predyspozycje fizyczne. Klienci będą mogli korzystać z sauny, gabinetu masażu – masaż sportowy, relaksacyjny, limfatyczny, solarium – 54 lampy po 160 wat, centralny system wentylacji.

Fitness Club „ARENA” będzie oferować także sprzedaż strojów fitness, odżywek dla sportowców, witamin, kosmetyków pielęgnacyjnych i wyszczuplających oraz korzystanie z baru wyposażonego w napoje chłodzące. Niektóre napoje – oprócz walorów smakowych – posiadają także właściwości wspomagające uzupełnianie braków energetycznych po wysiłku.

B. Lokalizacja

Fitness Club „ARENA” zlokalizowany będzie w pobliżu sklepów IKEA i MAKRO Cash&Carry, przy jednej z głównych arterii komunikacyjnych Krakowa i trasach wylotowych w kierunku Katowic i Olkusza. W pobliżu znajdują się przystanki autobusowe.

Adres: Kraków, ul. Conrada 67d

C. Godziny otwarcia

poniedziałek – czwartek: 7.00 – 22.30
sobota: 9.00 – 22.30
niedziela: 9.00 – 18.30

D. Rynek docelowy

Oferta Fitness Clubu „ARENA” skierowana jest osób propagujących zdrowy tryb życia i aktywne spędzanie czasu, chcących pracować nad swoją sylwetką i mogących przeznaczać na to środki finansowe w długim okresie.

Oferta będzie kierowana do kilku grup **klientów indywidualnych**:

- mieszkańców północno-zachodnich osiedli Krakowa
- mieszkańców gmin Zabierzów, Wielka Wieś, Krzeszowice, Jerzmanowice, Zielonki, Skała, Sułoszowa, pracujących w Krakowie i przejeżdżających w drodze do/z pracy blisko Fitness Clubu „ARENA”
- osób pracujących w okolicy Fitness Clubu „ARENA”
- osób robiących zakupy w sklepach IKEA i MAKRO Cash&Carry

Ponadto oferta kierowana będzie do **klientów instytucjonalnych** – przedsiębiorstw, które wykupią karnety dla swoich pracowników lub będą chciały organizować w imprezy sportowo-rekreacyjne dla swoich pracowników.

Firmie zależy głównie na budowaniu długookresowych relacji ze swoimi klientami.

5. Dystrybucja i promocja

A. Dystrybucja

Sprzedaż karnetów prowadzona będzie zarówno w recepcji klubu, jak i poprzez internet. Członkowie wstępujący do klubu otrzymają przy wpisie karty klubowe (w technologii chipowej), które będą mogli doładowywać zarówno poprzez przelew bankowy, jak i płatność w recepcji (gotówkową lub bezgotówkową).

Sprzedaż karnetów klientom instytucjonalnym będzie jednym z zadań członków Zarządu. Będą oni nawiązywać bezpośrednie kontakty z potencjalnymi klientami i ustalać z nimi indywidualnie ceny usług.

Sprzedaż napojów, odżywek i kosmetyków będzie prowadzona w sposób bezpośredni dla klientów fitness klubu w zlokalizowanym na jego terenie barze. Odżywki dla sportowców mogą być sprzedawane także w ilościach hurtowych, ale po uprzednim zamówieniu przez klientów (np. inne kluby sportowe).

B. Promocja

Fitness Club „ARENA” będzie wykorzystywał kilka kanałów promocji swoich usług:

- ogłoszenia w gazetach lokalnych i lokalnych dodatkach gazet ogólnopolskich,
- ogłoszenia w gazetkach samorządowych wydawanych w gminach Zabierzów, Wielka Wieś, Krzeszowice, Jerzmanowice, Zielonki, Skała, Sułoszowa oraz północno-zachodnich dzielnicach Krakowa,
- plakaty reklamowe rozlepiane w wybranych miejscach (np. w pobliżu biurów),
- wyróżnienie w książce telefonicznej („Panorama Firm”, „Polskie Książki Telefoniczne”),
- ulotki rozdawane klientom sklepów IKEA i MAKRO Cash&Carry (okresowo),
- ulotki rozdawane kierowcom na Rondzie Ofiar Katynia (okresowo),
- wizytówki i foldery.

C. Program lojalnościowy

Dla stałych klientów oferowanych będzie szereg atrakcyjnych bonusów, wśród których wymienić można:

- bezpłatne korzystanie z sauny (1 raz w miesiącu przy karnecie open, 1 raz / 6miesiący dla pozostałych stałych członków),
- bezpłatny masaż (1 raz w miesiącu przy karnecie open),
- solarium (1 raz w miesiącu przy karnecie open),
- okazjonalne upominki w postaci firmowych gadżetów,
- konkursy, w których nagroda będą dodatkowe wejścia.

Ponadto oferowane będą karnety rodzinne.

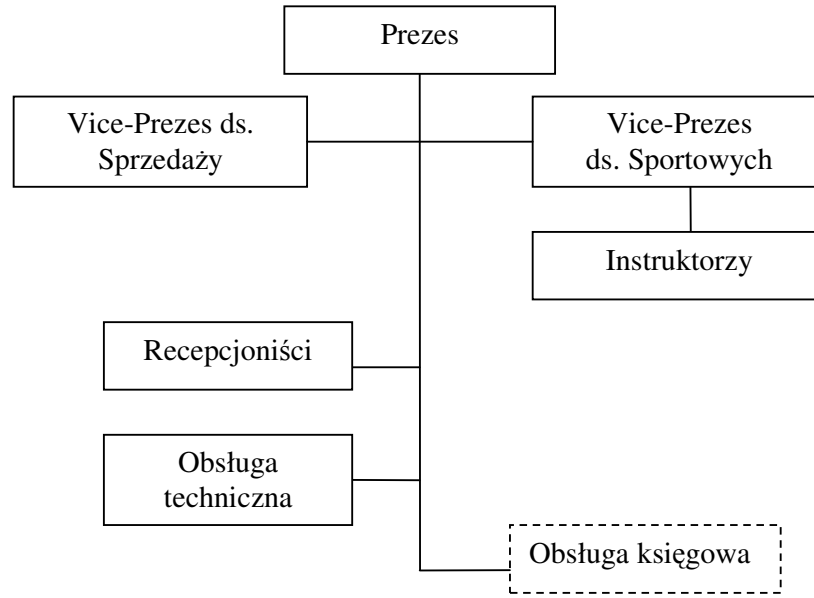
6. Zatrudnienie i organizacja

A. Zatrudnienie

Działalnością firmy kieruje zarząd, w skład którego wchodzi wspólnicy. Na czele firmy stoi Piotr Żaczek (Prezes Zarządu), za sprawy związane ze sprzedażą i promocją odpowiada Adam Dera (Vice-Prezes ds. Sprzedaży), a za program ćwiczeń oraz prace instruktorów odpowiada Arkadiusz Żuławski (Vice-Prezes ds. Sportowych).

Fitness Club „ARENA” zatrudniać będzie w pełnym wymiarze czasu pracy trzech instruktorów fitness. Pozostali instruktorzy zatrudnieni będą na podstawie umów-zleceń. Ponadto 3 osoby zatrudnione będą jako recepcjoniści, 2 – obsługa techniczna i utrzymanie porządku. Obsługa księgową prowadzona będzie przez firmę zewnętrzną.

Podkreślić należy wysoki poziom obsługi, który możliwy będzie dzięki zatrudnieniu instruktorów o wysokich kwalifikacjach, wyspecjalizowanych w różnych technikach treningowych.



B. Charakterystyka obiektu

Klub będzie wyposażony w:

- salę do ćwiczeń fitness (250 m²)
- siłownię (200 m²)
- gabinet do masażu (20 m²)
- saunę (20 m²)
- solarium (20 m²)
- szatnie, pomieszczenia sanitarne i prysznice (110 m²)
- bar ze sklepikiem (50 m²)
- pomieszczenie – recepcja

Podkreślić należy nowoczesny wystrój wnętrza, który w połączeniu z efektywnym oświetleniem i starannie dobraną muzyką sprawi, że Fitness Club „ARENA” będzie miejscem wyjątkowym, a panująca w nim atmosfera sprzyjać będzie ćwiczeniom i relaksowi.

C. Charakterystyka sprzętu treningowego

Przy zakupie sprzętu treningowego brano pod uwagę ćwiczenia powodujące rozwój wszystkich grup mięśni. Sprzęt zostanie zakupiony w dobrze znanej na polskim rynku firmie Olimp i Techno Gym (wysoka jakość, bezpieczeństwo, renoma na rynku i stosunkowo niskie ceny).

W atlasie zastosowano elementy chromowane, cynkowane i oksydowane oraz specjalnie wykonaną tapicerkę, co gwarantuje funkcjonalność i estetyczny wygląd sprzętu przez długi okres użytkowania.

Sprzęt treningowy Fitness Clubu obejmuje:

- „widelec” z oparciem (triceps, mięśnie klatki piersiowej i proste brzucha) (4 sztuki)
- ławka skośna do ćwiczeń mięśni nóg (czworogłowy i dwugłowy uda, łydki) (4 sztuki)
- bloczek (czworogłowy grzbietu, biceps, triceps, naramienny) (6 sztuk)
- przyrząd do ćwiczenia dolnych partii grzbietu (6 sztuk)
- butterfly (mięśnie motylkowe, naramienne) (8 sztuk)
- ławka do wyciskania w leżeniu lub siedząc (12 sztuk)
- drążek do podciągania (8 sztuk)
- ławka (prosta, dwie kątowe, ujemna) - kompleksowe ćwiczenia mięśni (16 sztuk)
- gryfy (wyciskanie, ćwiczenie wszystkich górnych grup mięśniowych) (24 sztuki)
- sztangielki o regulowanym obciążeniu (rozpiętki, biceps, barki, grzbiet) (80 sztuk)
- bieżnia i rowerek (po 16 sztuk)
- stepper (mięśnie nóg, ogólny rozwój – 8 sztuk)
- platforma do stepowania (16 sztuk)

Opinie profesjonalnych kulturystów są potwierdzeniem wysokiej jakości sprzętu pod względem zarówno solidności wykonania, jak i przydatności do rozwoju muskulatury.

D. Zaopatrzenie

Zaopatrzenie fitness klubu w napoje będzie realizowane na podstawie umowy z hurtownią napojów DRIN Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie. Odżywki dla sportowców będą sprowadzane na podstawie umowy z hurtownią specjalistyczną Herkules Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie.

E. Konserwacja sprzętu i wyposażenia

Firma Olimp udziela 10 lat gwarancji na swoje wyroby. Po upływie okresu gwarancyjnego można skorzystać z pomocy autoryzowanych punktów serwisowych.

Utrzymanie sprzętu w sprawności wymaga stałej konserwacji oraz ewentualnej wymiany zepsutych części. Konserwacja polega na oliwieniu mechanizmów w atlasie i czyszczeniu sztang oraz sprzętu treningowego specjalnymi preparatami.

7. Informacje finansowe

A. Założenia

Przy budowie planu finansowego przyjęto następujące założenia dodatkowe:

- plan opracowano w cenach stałych
- VAT pominięto w obliczeniach
- stopa podatku dochodowego 19%

B. Nakłady inwestycyjne

Początkowe nakłady inwestycyjne na majątek trwały wynoszą 603 750 zł i obejmują trzy kategorie:

- 1) sprzęt treningowy, solarium, sauna – 413 520 zł
- 2) komputery PC – 9 000 zł
- 3) pozostałe środki trwałe – 166 835 zł
- 4) wydatki przedprodukcyjne – 14 395 zł

C. Źródła finansowania inwestycji

Początkowo nakłady na majątek trwały zostaną sfinansowane w części ze środków własnych wspólników (400 000 zł), lecz późniejsze nakłady będą pochodzić w głównej mierze z kredytu inwestycyjnego (350 000 zł). Kredyt ten będzie zaciągany na okres dwuletni w dwóch transzach:

- 1) w październiku 2007 – w wysokości 250 000 zł
spłata: 1 rata kredytu (125 000) – październik 2008
2 rata kredytu (125 000) – październik 2009
- 2) w grudniu 2007 – w wysokości 100 000 zł
spłata: 1 rata kredytu (50 000) – grudzień 2008
2 rata kredytu (50 000) – grudzień 2009

Oprocentowanie kredytu zakładamy w wysokości 15%.

Plan źródeł finansowania działalności (zł)

Wyszczególnienie	Ilość kapitału
Środki własne	400 000
Środki obce	350 000
RAZEM	750 000

D. Ilościowy i wartościowy plan sprzedaży

Zakłada się, że w Fitness Clubie „ARENA” będzie mogło ćwiczyć jednocześnie do 150 osób. Program ilościowy i wartościowy sprzedaży usług opracowano na podstawie obserwacji przeprowadzonych w innych siłowniach oraz szacunków własnych.

Przyjmując 40 efektywnych tygodni pracy fitness klubu w roku założono, że w I roku w tygodniu uda się średnio sprzedać następującą ilość karnetów (dla obu lokali):

- open – 120
- 3 razy w tygodniu – 120
- 2 razy w tygodniu – 140
- jednorazowe wejście – 100

Plan ilościowy i wartościowy sprzedaży usług (znajduje się również w planie finansowym).

Karnet	Rok			
	I		II i następane	
	liczba	wartość (zł)	Liczba	wartość (zł)
Open	4 800	480 000	9 000	900 000
3 razy w tyg.	4 800	336 000	6 500	455 000
2 razy w tyg.	5 600	252 000	7 000	315 000
Jedn. wejście	4 000	48 000	4 900	58 800
Razem	19 200	1 116 000	12 800	1 728 800
Wzrost w porównaniu z I rokiem	50 % w ujęciu liczbowym		54,9 % w ujęciu finansowym	
Wzrost w porównaniu z II rokiem	15 % w ujęciu liczbowym		18 % w ujęciu finansowym	
	Następuje stabilizacja sprzedaży w 2 lokalach oraz następuje realizacja drugiego projektu inwestycyjnego			

W kolejnych latach liczba sprzedanych karnetów powinna wzrosnąć. Nie zakłada się również podwyżki cen. I tak od drugiego roku przewiduje się średnią tygodniową sprzedaż karnetów na poziomie:

- open – 225
- 3 razy w tygodniu – 162,5
- 2 razy w tygodniu – 175
- jednorazowe wejście – 122,5

Plan ilościowy i wartościowy sprzedaży napojów i odżywek opracowano, przyjmując za podstawę liczbę sprzedanych karnetów (znajduje się również w planie finansowym).

Nazwa napoju (odżywki)	Cena sprzedaży (zł)	ROK			
		I		II i następne	
		Ilość	Wartość (zł)	Ilość	Wartość (zł)
Kropla Beskidu 1,5l	3,00	7 300	21 900	10 900	32 700
Coca-Cola 0,5l	3,00	3 000	9 000	4 200	12 600
Fanta 0,5l	3,00	2 400	7 200	3 000	9 000
Sprite 0,5l	3,00	2 600	7 800	3 200	9 600
Sok pomarańczowy 0,2l	2,00	4 100	8 200	4 900	9 800
Sok grapefruitowy 0,2l	2,00	3 200	6 400	3 800	7 600
Sok bananowy 0,2l	3,00	2 900	8 700	3 700	11 100
Kawa 0,2l	2,00	1 500	3 000	2 000	4 000
Isostar 0,5l	4,00	1 000	4 000	1 500	6 000
Powerade 0,5l	4,00	1 300	5 200	2 000	8 000
Olimp Carbo 0,5l	4,00	4 200	16 800	5 800	23 200
Olimp 65 0,5l	4,00	3 600	14 400	4 900	19 600
Kreatyna 2 tabl.	2,00	3 400	6 800	5 000	10 000
Hmb 2 tabl.	2,00	2 200	4 400	3 000	6 000
Fat Burner 2 tabl.	2,00	1 700	3 400	2 200	4 400
ACTIVIA – TOP 10	24,00	2 000	48 000	2 900	69 600
HI – TEC Witaminy A-Z 120 kap.	24,50	1 500	36 750	2 100	51 450
MEGICAL MAGNEZ+WAPŃ 120 tab.	18,50	2 500	46 250	3 300	61 050
Multipower Magnesium LIQUID 20 amp.	64,00	1 300	83 200	1 900	121 600
NATURAL ACEROLA 100 tab.	16,00	2 200	35 200	3 000	48 000
NATUREL CZOSNEK 90 tab.	16,00	2 500	40 000	3 300	52 800
NATUREL SELEN + E 100 tab.	17,00	2 900	49 300	3 700	62 900
NATUREL WITAMINA B-12	20,00	3 100	62 000	4 400	88 000
Garnier krem nawilżający	15,00	1 100	16 500	1 400	21 000
Anida balsam do stóp	8,00	900	7 200	1 100	8 800
Dermika krem pod oczy	49,00	500	24 500	700	34 300
Dr Irena Eris balsam ujędrniający	50,00	500	25 000	700	35 000
Zel wyszczuplający	25,00	1 200	30 000	1 700	42 500
Peeling wyszczuplający	8,00	2 000	16 000	2 900	23 200
Balsam wyszczuplający	10,00	1 900	19 000	2 700	27 000
RAZEM			666 100		920 800
WZROST SPRZEDAŻY	38 %				
WZROST SPRZEDAŻY W III ROKU	15 % (od 3 roku następuje stabilizacja sprzedaży w 2 lokalach)				

Łączny plan przychodów (zł)

Wyszczególnienie	Lata	
	I	II
Sprzedaż karnetów	1 116 000	1 728 800
Sprzedaż napojów, odżywek i kosmetyków	666 100	920 800
RAZEM	1 782 100	2 649 600
Wzrost przychodu w II roku	49%	

E. Prognoza kosztów

Koszty działalności Fitness Clubu „ARENA” obejmują następujące pozycje:

- a) **koszty zakupu napojów i odżywek** – ustalono je na podstawie informacji o cenach hurtowych uzyskanych w kilku hurtowniach zlokalizowanych w okolicach Krakowa. Zakładane ceny zakupu napojów i odżywek podano poniżej (znajdują się również w planie finansowym).

Napoje i odżywki	Lata	
	I	II
	Wartość	Wartość
RAZEM	297 680	411 770
Wzrost kosztów zakupu w II roku	38,3%	
Wzrost kosztów zakupu w III roku	10% (następuje stabilizacja kosztów zakupu)	

- b) **koszty czynszu, energii elektrycznej, ogrzewania i wody** – na podstawie aktualnych stawek cenowych szacuje się średnie miesięczne koszty czynszu, energii elektrycznej, wody i ogrzewania na poziomie 12 700 zł
- c) **koszty robocizny bezpośredniej** – Fitness Club „ARENA” zatrudniać będzie trzech trenerów – instruktorów z miesięcznymi pensjami brutto w wysokości 2 000 zł (łącznie koszt ich zatrudnienia to 9000zł miesięcznie), a także grono instruktorów zatrudnionych w oparciu o umowę-zlecenie, opłacanych za przepracowane godziny, którzy łącznie przepracują tygodniowo 250 godz. (łącznie miesięczny koszt ich zatrudnienia to 13000 zł). Miesięczny koszt robocizny bezpośredniej: 22000 zł.
- d) **remonty i konserwacje** – biorąc pod uwagę intensywne wykorzystanie sprzętu, jak też znaczną liczbę osób korzystających z usług klubu, należy się liczyć z koniecznością dokonywania okresowych (co rok) remontów i konserwacji. Koszty z tym związane szacuje się na 1 000 zł miesięcznie.

- e) **koszty administracyjne** obejmują (miesięcznie):
- wynagrodzenia członków zarządu: 24 000 zł,
 - wynagrodzenia 3 recepcjonistów: 7 500 zł,
 - wynagrodzenia 2 pracowników obsługi technicznej i utrzymania porządku: 2 000 zł,
 - koszty biurowe – materiały biurowe (papier, segregatory, poczta itp.), koszty na poziomie 200 zł,
 - koszty telefonu, faxu stacjonarnego, Internetu oraz telefonu komórkowego kierownika fitness klubu – 1400 zł,
 - koszty ochrony – usługa będzie świadczona przez profesjonalną firmę ochroniarską na zasadach tzw. monitoringu bieżącego, koszt miesięczny 1250 zł.
- f) **koszty marketingu** – obejmują one promocję usług firmy, koszt miesięczny wyniesie 1200 zł.
- g) **koszty amortyzacji** – obejmą umorzenie zakupionych środków trwałych oraz kosztów adaptacji i remontu lokalu. Stopy amortyzacji oraz szacunek kosztów amortyzacji dla działalności przedstawiono poniżej.

Nazwa środka trwałego	Roczna stopa amortyzacji (%)	Wartość początkowa (zł)	Umorzenie roczne (zł)
Sprzęt treningowy	20	413 520	82 704
Komputer PC (2 szt.)	20	9 000	1 800
Pozostałe środki trwałe	50	166 835	83 418
RAZEM		589 355	167 922
Koszt miesięczny amortyzacji (zł)		13 993,5	

Łączny plan kosztów (bez kosztów zakupu napojów i odżywek)

KOSZTY	KWOTA (zł)
Czynszu, energii elektrycznej, ogrzewania i wody	12 700
Robocizny bezpośredniej	22 000
Remonty i konserwacje	1 000
Administracyjne	36 150
Marketingu	1 200
Amortyzacji	13 993,5
RAZEM KOSZTY MIESIĘCZNE	87 043,50
KOSZTY ROCZNE	1 044 522, 00

F. Analiza progu rentowności (wartości miesięczne)

koszty stałe:	87 043 zł
jednostkowe koszty zmienne:	0 zł
średnia cena wejścia:	4,50 zł

$PR = 87\ 043 / 4,5 = 19\ 343$ wejść miesięcznie = 645 wejść dziennie

G. Plan rachunku wyników (zł)

Wyszczególnienie	Lata		
	I	II	III, IV, V
Przychody	1 782 100	2 649 600	2 649 600
Koszty (łącznie z kosztami zakupu napojów i odżywek)	1 342 202	1 456 292	1 372 874
Zysk z działalności gospodarczej	439 898	1 193 308	1 276 726
Koszt finansowy (odsetki)	6 250	49 376	0
Zysk brutto	433 648	1 143 932	1 276 726
Podatek dochodowy	82 394	217 347	242 578
Zysk netto	351 254	926 585	1 034 148
Wzrost zysku w II roku	263%		

H. Plan przepływów pieniężnych (zł)

Przepływy środków pieniężnych	rok 0	rok I	rok II	rok III	rok IV	rok V
A. z działalności operacyjnej		519 176	1 094 507	1 118 652	1 118 652	1 118 652
A.1. Zysk (strata) netto		351 254	926 585	1 034 148	1 034 148	1 034 148
A.2. Korekty						
a) amortyzacja		167 922	167 922	84 504	84 504	84 504
B. z działalności inwestycyjnej	-603 750	-46 250	0	0	0	0
B.1. Wpływy						
B.2. Wydatki	603 750	46 250				
C. z działalności finansowej	650 000	-224 376	-198 130	0	0	0
C.1. Wpływy	650 000					
C.2. Wydatki		224 376	198 130			
D. Przepływy netto razem	46 250	248 550	896 377	1 118 652	1 118 652	1 118 652
E. Środki na początek okresu		46 250	294 800	1 191 177	2 309 829	3 428 481
F. Środki pieniężne na koniec okresu	46 250	294 800	1 191 177	2 309 829	3 428 481	4 547 133

8. Harmonogram uruchomienia inwestycji

Uruchomienie działalności Fitness Clubu „ARENA” przewidywane jest na dzień 2.01.2008 r. Przed uruchomieniem, inwestorzy planują realizację następujących zadań:

- październik 2007 r. – remont lokalu i instalacja alarmu
- listopad 2007 r. – pozyskanie środków na zakup sprzętu treningowego
- listopad-grudzień 2007 r. – zakup sprzętu treningowego oraz pozostałego wyposażenia siłowni
- listopad-grudzień 2007 r. – pozyskanie pracowników i ich szkolenie
- grudzień 2007 r. – początek akcji promocyjno-informacyjnej na terenie Krakowa

9. Wykaz załączników

1. Analiza SWOT
2. Życiorys Prezesa Zarządu
3. Życiorys Vice-Prezesa ds. Sprzedaży
4. Życiorys Vice-Prezesa ds. Sportowych
5. Mapka obrazująca lokalizację Fitness Clubu „ARENA”
6. Wstępny harmonogram zajęć
7. Opis metod treningowych
8. Plan obiektu
9. Wizualizacja wystroju wnętrza
10. Szczegółowa prognoza rachunku wyników na I rok działalności
11. Szczegółowa prognoza rachunku przepływów pieniężnych na I i II rok działalności