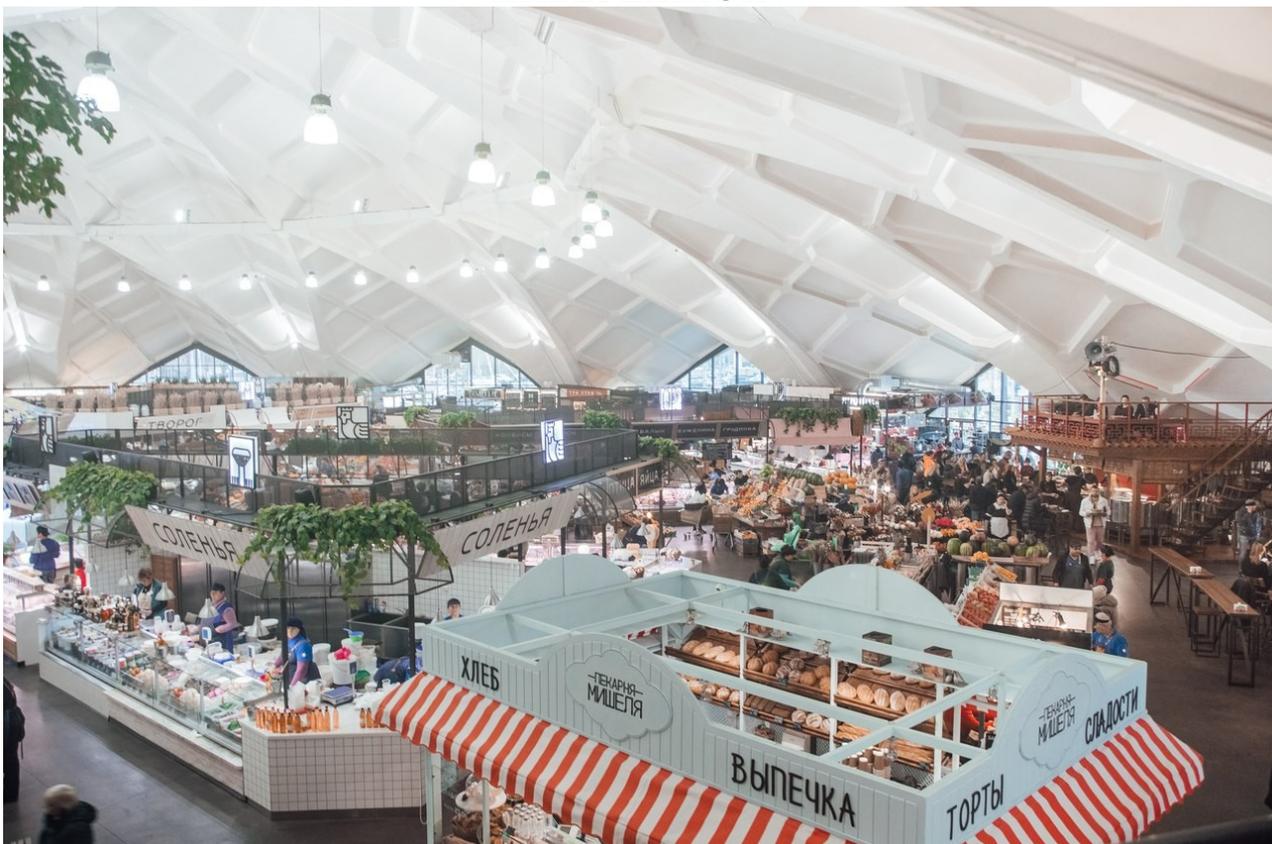


**ГКУ ВО «АГЕНТСТВО ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ИНВЕСТИЦИЙ  
И РЕГИОНАЛЬНОМУ РАЗВИТИЮ»**



**ИНВЕСТИЦИОННОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

**«СТРОИТЕЛЬСТВО ФУДМОЛЛА НА ТЕРРИТОРИИ ПЕТРОВСКОЙ  
НАБЕРЕЖНОЙ»**



**ВОРОНЕЖ  
Сентябрь, 2023**

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Резюме.....	3
2. Анализ рынка.....	5
2.1. Анализ рынка общественного питания в Российской Федерации.....	5
2.2. Актуальность строительства фудмолла на территории Воронежской области.....	11
2.3. Конкурентная среда.....	17
2.4. Основные потребители.....	20
3. Финансовый план.....	22
3.1. Основные предположения.....	22
3.2. Общий объем финансирования проекта.....	22
3.3. Показатели экономической эффективности проекта.....	23
3.3.1. Прогноз выручки от реализации проекта.....	23
3.3.2. Численность работающих и затраты на оплату труда.....	24
3.3.3. Затраты на реализацию услуг.....	25
3.3.4. Прогноз финансовых результатов от реализации проекта.....	26
3.3.5. Прогноз денежных потоков по проекту.....	27
4. Эффективность реализации проекта.....	30
5. Инвестиционные площадки.....	31
6. Контактная информация.....	32

## 1. Резюме

Инвестиционным предложением предусмотрено строительство фудмолла (гастрономического центра), а именно пространства с мини-ресторанами, кафе, закусочными, кондитерскими, лавками с национальными блюдами, небольшими магазинчиками и торговыми рядами, на территории Петровской набережной.

Пространство проекта представляет собой различные небольшие зоны, находящиеся на одной территории, но являющиеся независимыми друг от друга в виду отсутствия конкуренции (каждая точка питания предоставляет продукцию своей кухни мира).

В настоящее время для современного темпа жизни характерны постоянные перекусы в точках быстрого питания. В результате повышенного спроса на такие заведения наблюдается популярность среди заведений общественного питания.

Актуальность и востребованность инвестиционного предложения обусловлена следующими факторами:

- высокий спрос на предлагаемую продукцию (разнообразные кухни мира в качестве точек быстрого питания в популярном туристическом месте);
- доступность;
- разнообразие.

Отличие фудкорта от фудмолла заключается в том, что фудкорт обычно расположен в торговом центре и люди туда приходят во время шоппинга с целью перекусить, пополнить запас энергии и пойти дальше по делам. Кроме того в них нет отдельных лавок со свежими фруктами, овощами, сырами. А фудмолл представляет собой пространство с едой, продуктами, зонами отдыха, куда люди зачастую приезжают целенаправленно.

Площадь необходимого земельного участка под инвестиционное предложение составляет до 2 га.

Необходимая сумма инвестиций – 147,55 млн руб.

Проектом предполагается разместить на территории фудмолла 20 точек быстрого питания на 500 посадочных мест, 2 ресторана, детскую комнату и сцену для проведения различных мероприятий.

## 2. Анализ рынка

### 2.1. Анализ рынка общественного питания в Российской Федерации

В современном мире количество приемов пищи в пунктах общественного питания в жизни человека с каждым годом увеличивается. Кроме того, общественное питание стало своего рода двигателем экономики.

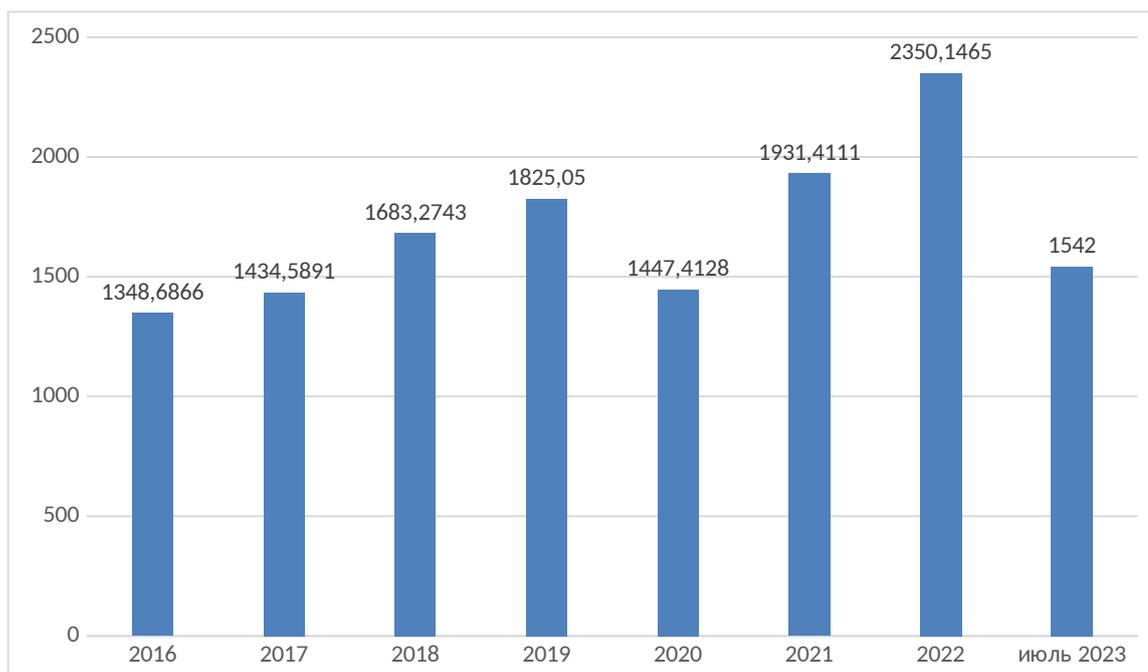


Диаграмма 1. Оборот общественного питания по РФ, млрд руб.

Оборот общественного питания представляет собой выручку от продажи собственной кулинарной продукции и покупных товаров без кулинарной обработки населению для потребления, главным образом, на месте, а также организациям и индивидуальным предпринимателям для организации питания различных контингентов населения.

За анализируемый период оборот общественного питания по состоянию на 2022 год увеличился практически в 2 раза (выручка от предприятий общепита увеличилась на 1 000 млрд руб. или на 74%).

На протяжении рассматриваемого периода наблюдается увеличение оборота общественного питания по Российской Федерации (за исключением 2020 пандемийного года). В 2019 году оборот вырос по сравнению с 2018-м на

8,4%, а в 2018-м рост составил 17,33% по сравнению с 2017 годом.

В результате ковидных ограничений в 2020 году некоторое время бары, кафе и рестораны работали только на вынос и доставку. Так, за 2020 год объем рынка общественного питания сократился на 377,64 млрд руб. или на 20,69%. Наибольшее сокращение оборота общепита пришлось на второй квартал 2020 года. Падение рынка было вызвано жесткими ограничениями, основной доход предприятиям общепита в данный период приносила только доставка

Сегмент ресторанов, рассчитанный на средний класс, испытал отток клиентов из-за падения покупательной способности. Кроме того, большинству таких ресторанов пришлось осваивать доставку с нуля. Именно поэтому в период локдауна они не смогли компенсировать падение продаж в зале за счет заказов на доставку.

С переходом россиян на удаленную работу на 51,2% (по сравнению с 2019 годом) просел сегмент столовых и кафе самообслуживания, обороты в данном сегменте составили 83 782,3 млн руб. Выручка стрит-фуда сократилась до 16 648,6 млн руб. (-37,3%), а кофеен до 75 260,2 млн руб. (-35,6%).

В 2021 году оборот общепита составил 1,93 трлн руб. В 2022 году, когда уже совсем не осталось ограничений по посещаемости, оборот за год – 2,3 трлн, то есть на 21% больше, чем в 2021-м. Такой аномальный рост связан с низкой базой 2021 года, когда в регионах еще сохранялись коронавирусные ограничения – сокращались часы работы, а вход был по QR-кодам. Кроме того, рост в значительной степени связан с инфляцией, которая в секторе общественного питания составила 13%.

Еще одна важная причина роста в общепите – бум внутреннего туризма в 2022–2023 годах. Из-за ограничений на выезд вырос спрос на внутренние путешествия. По данным Ассоциации туроператоров России, увеличение спроса в целом составило около 10%. А по многим популярным направлениям отмечено увеличение спроса почти на 30%. В туристических регионах физический объем оборота общественного питания в 2022 году вырос

существенно выше, чем в среднем по России: в Санкт-Петербурге — на 8,5%, в Карелии — на 20,6%, а в Иркутской области — на 20,8%.

По данным Росстата, общий оборот общественного питания в Российской Федерации в январе–июле 2023 года составил 1,5 трлн руб.

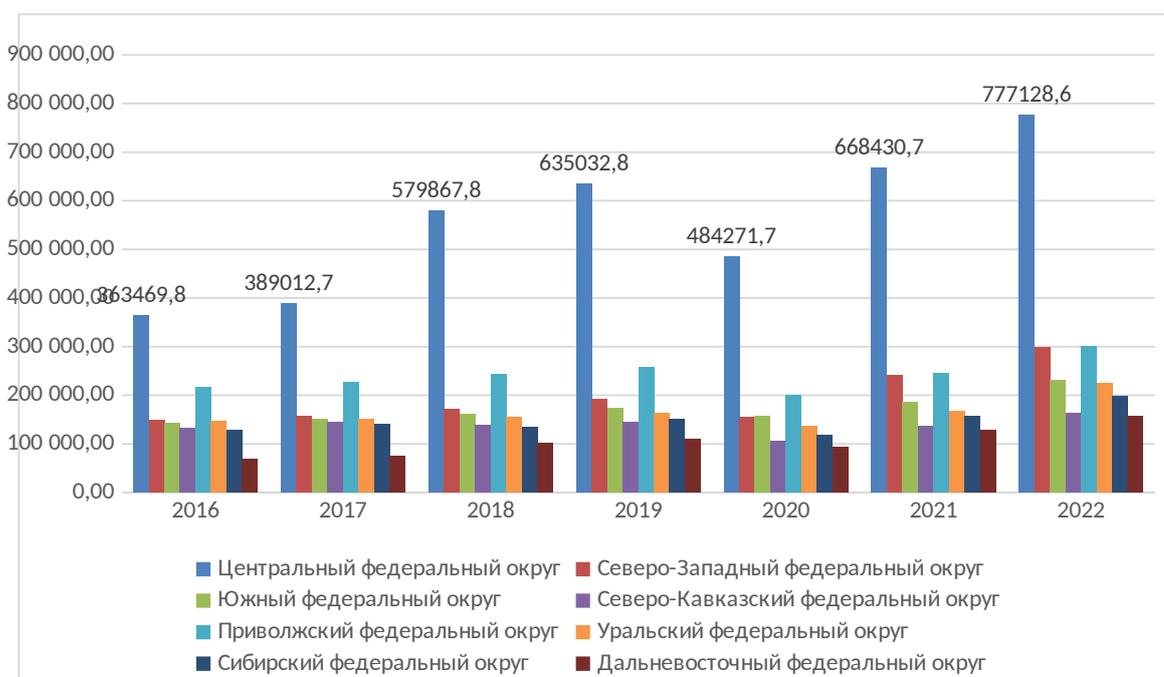


Диаграмма 2. Структура оборота общественного питания по субъектам Российской Федерации, млн руб.

По данным диаграммы видно, что наибольшую часть оборота общественного питания на протяжении 7 лет занимает Центральный федеральный округ.

Среди ЦФО в 2022 году первое место по обороту общепита занимает город Москва (448 247,0 млн руб. или 57,68% от оборота общепита в ЦФО), второе место – Московская область (145 653,9 млн руб. или 18,74%), третье место – Воронежская область (23 594,4 млн руб. или 3,04%).

На диаграмме 3 представлена динамика изменения оборота общепита по ЦФО без учета г. Москвы и Московской области.

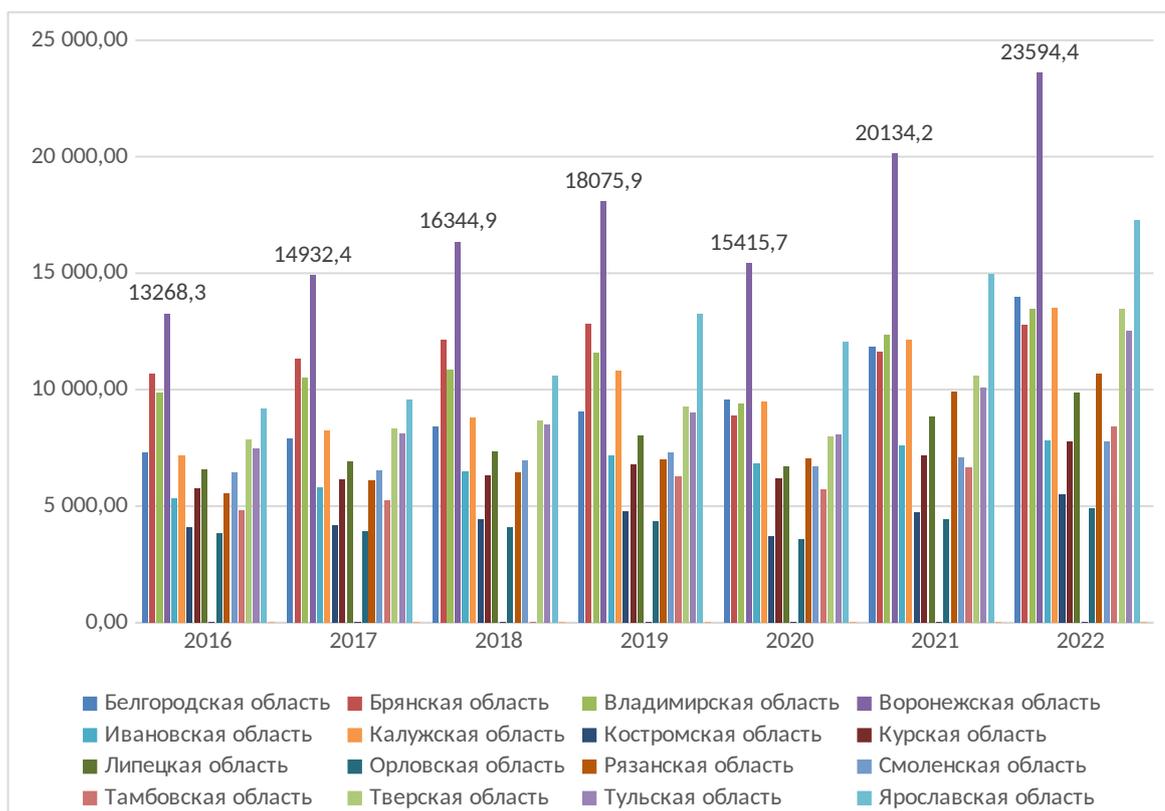


Диаграмма 3. Структура оборота общественного питания по субъектам ЦФО за исключением г. Москвы и Московской области, млн руб.



Диаграмма 4. Количество объектов торговли общественного питания в РФ, ед.

Наибольшую долю среди объектов торговли общественного питания на протяжении анализируемого периода занимают рестораны, кафе, бары.

По состоянию на июль 2023 года их количество составляет 94 667 единиц или 49,3% от общего количества. В июле 2023 года на долю столовых и закусочных приходится 18,5%, на столовые учебных заведений, организаций, промышленных предприятий — 32,2%.

За анализируемый период заметна тенденция постоянного увеличения количества ресторанов, кафе, баров. За 5,5 лет их количество выросло на 9 259 ед. или на 10,8%. Количество столовых и закусочных по сравнению с 2018 годом увеличилось на 1 772 ед. или на 5,24%. Снижается количество столовых учебных заведений, организаций, промышленных предприятий (на 1 788 ед. или на 2,8%).

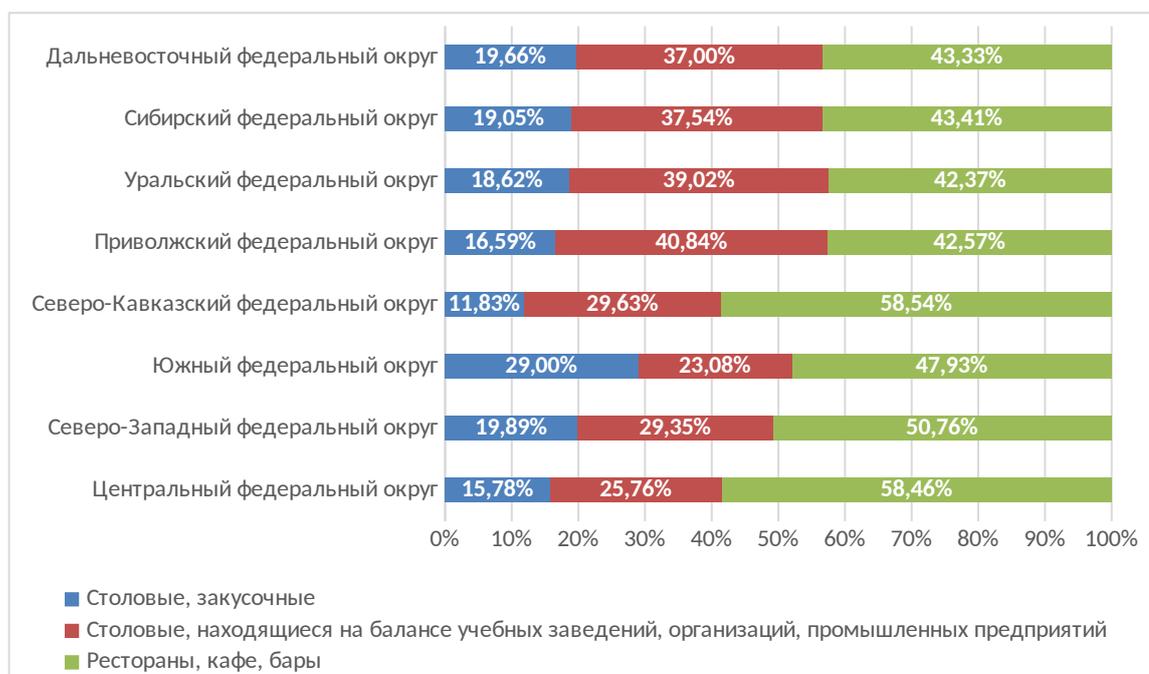


Диаграмма 5. Структура по типам заведений общественного питания по РФ в июле 2023 г.



Диаграмма 6. Структура объектов общественного питания по ЦФО за 2020 - 2023 гг.

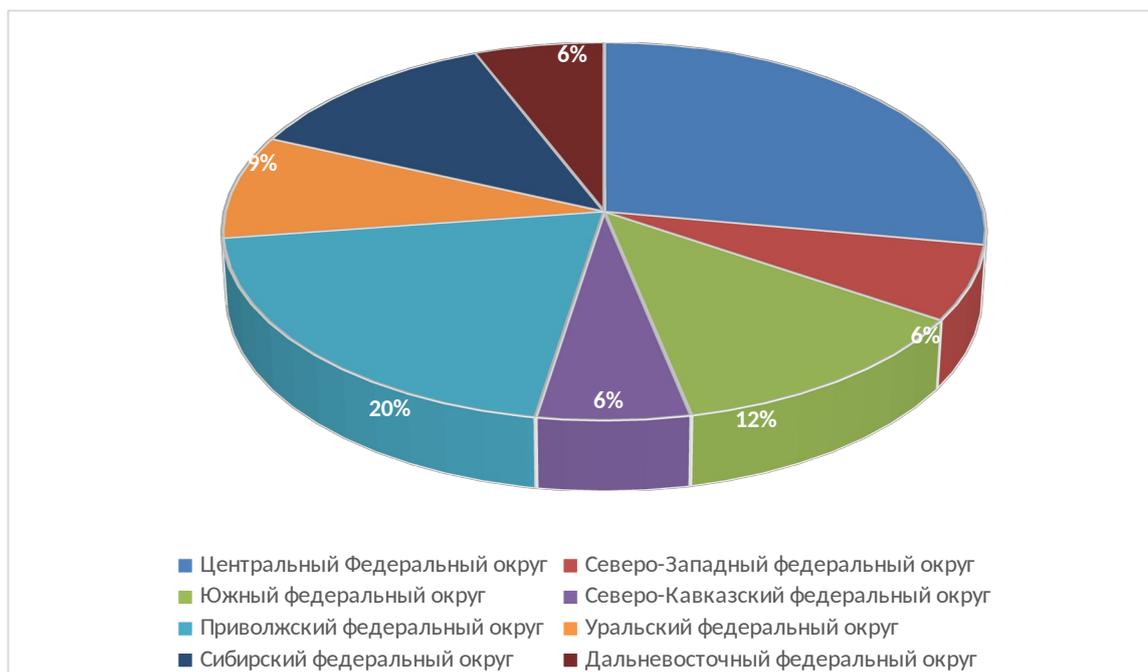


Диаграмма 7. Структура объектов общественного питания в РФ по федеральным округам на июль 2023 год, %

По данным Росстата видно что для организаций типа ресторанов, кафе, баров характерно больше их открытий, чем закрытий, даже несмотря на санкции, подорожание продуктов и усложнение логистики их число стремительно увеличивается.

## 2.2. Актуальность строительства фудмолла на территории Воронежской области

Воронежская область - наиболее крупная после Московской области по территории, численности населения, а также экономическому потенциалу среди областей европейской части страны. Население области составляет 2 миллиона 285 тысяч человек. Это почти 1,56% от численности населения России.

По туристическому потоку по Российской Федерации Воронежская область занимает 16 место. Более подробно с данной информацией можно ознакомиться в диаграмме 8.

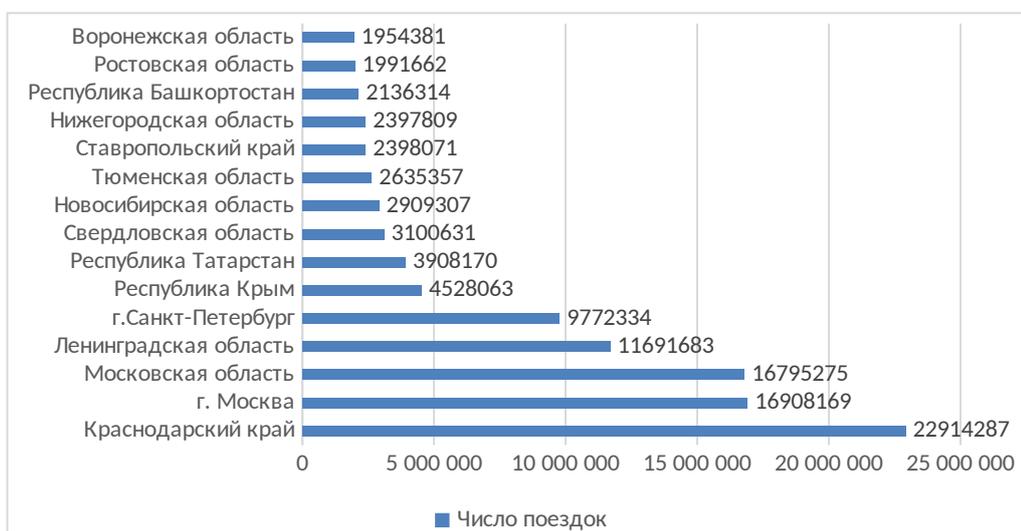


Диаграмма 8. Туристический поток Российской Федерации, в поездках.

За 2022 год по Центральному федеральному округу было совершено 42,6 млн туристических поездок, из которых 1,1 млн поездок по Воронежской области. По туристическому потоку в ЦФО Воронежская область находится на 6 месте в 2022 году, уступая только Москве, Московской, Ярославской, Тверской и Владимирской областям.

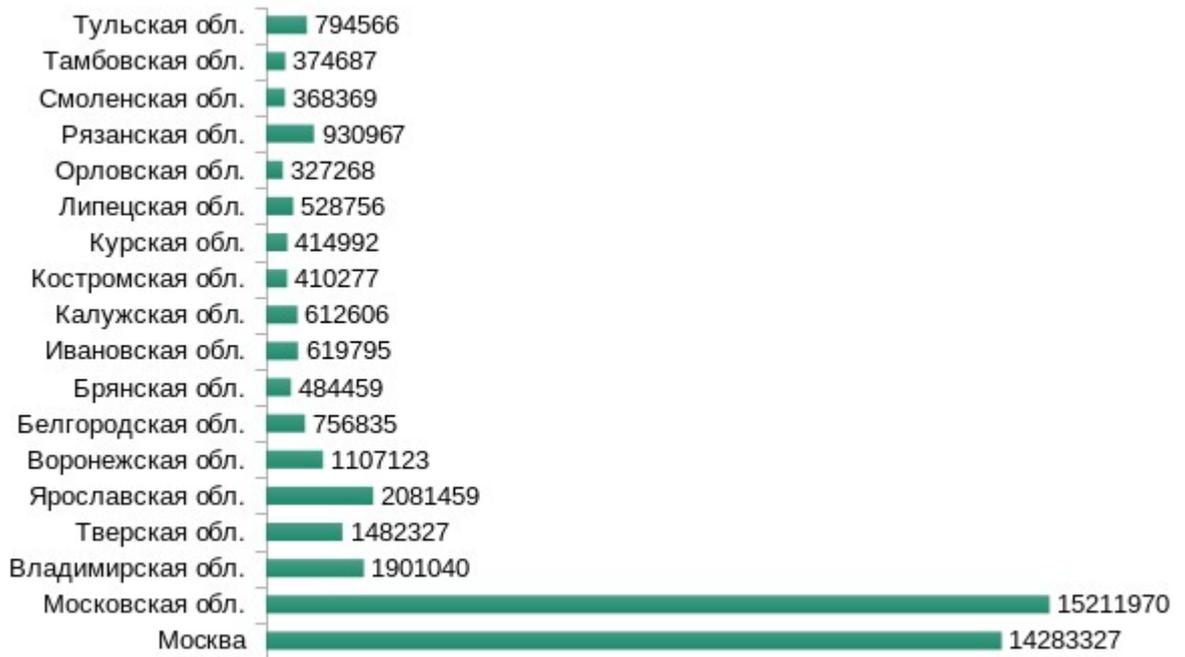


Диаграмма 9. Оценка туристического потока ( по числу поездок) в Центральном федеральном округе в 2022 году.

По туристическому потоку в ЦФО за первую половину 2023 года Воронежская область занимает 4 место с показателем 593 тыс. поездок. Большее количество поездок было совершено в городе Москве, Московской и Ярославской областях.

Активно развивающийся внутренний туризм в Воронежской области способствует увеличению спроса на гостиничные и ресторанные услуги. Сеть общественного питания области в январе 2023 года представлена 2 448 объектами. В структуре сети наибольший удельный вес занимают столовые, находящиеся на балансе учебных заведений, организаций, промышленных предприятий – 46,1%. Доля ресторанов, кафе и баров составила 36,6%, столовых и закусочных – 17,3%.

Оборот общественного питания в Воронежской области представлен на диаграмме 10.

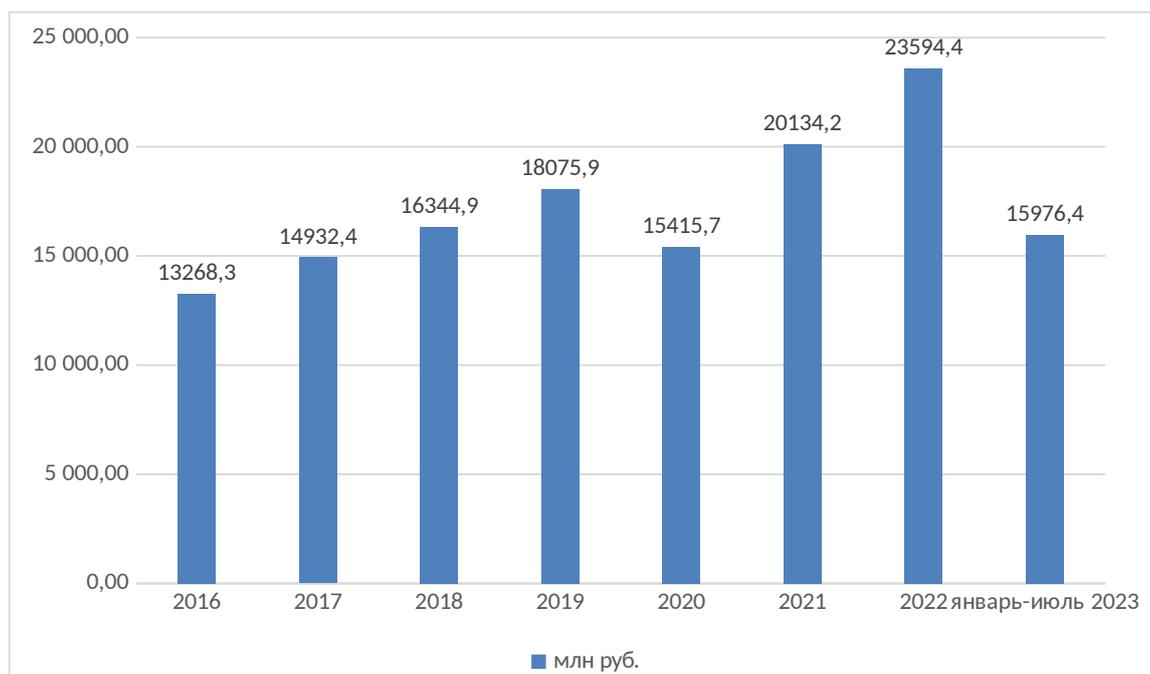


Диаграмма 10. Оборот общественного питания в Воронежской области, млн руб.

Выручка с предприятий общественного питания Воронежской области за анализируемый период по состоянию на 2022 год увеличилась практически в 2 раза (выручка от предприятий общепита увеличилась на 10,3 млрд руб. или на 77,8%).

На протяжении рассматриваемого периода наблюдается увеличение оборота общественного питания (за исключением 2020 пандемийного года). В 2019 году оборот вырос по сравнению с 2018-м на 10,6%, а в 2018-м рост составил 9,5% по сравнению с 2017 годом.

Оборот общественного питания на душу населения в Воронежской области представлен на диаграмме 11.

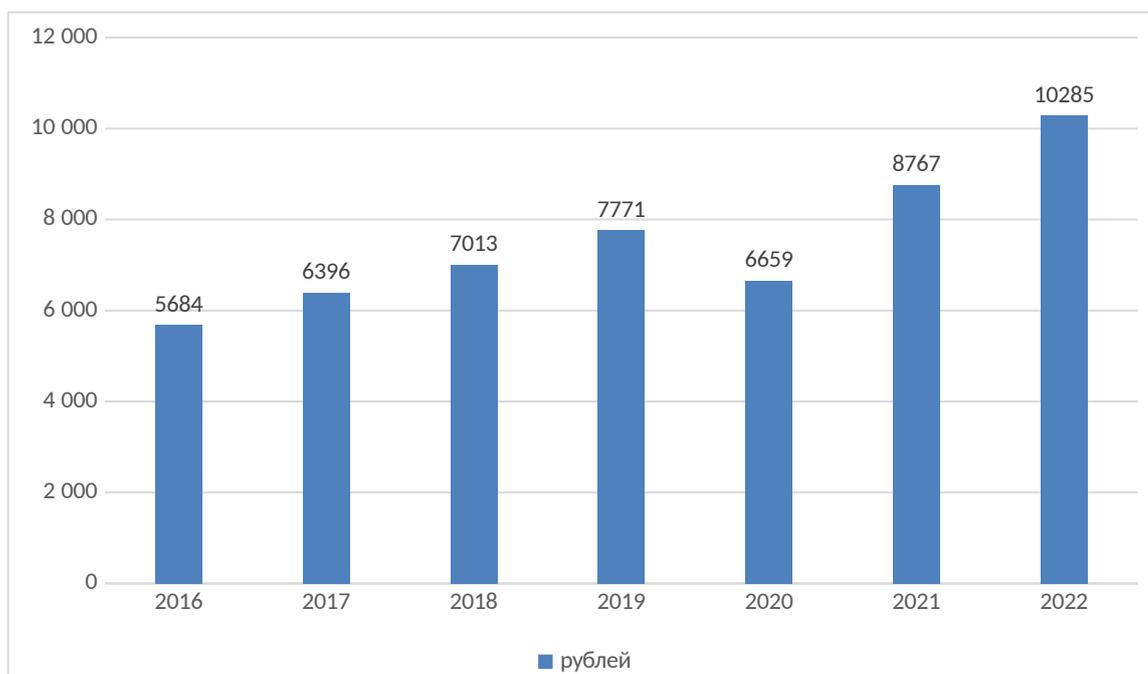


Диаграмма 11. Оборот общественного питания на душу населения в Воронежской области, руб.

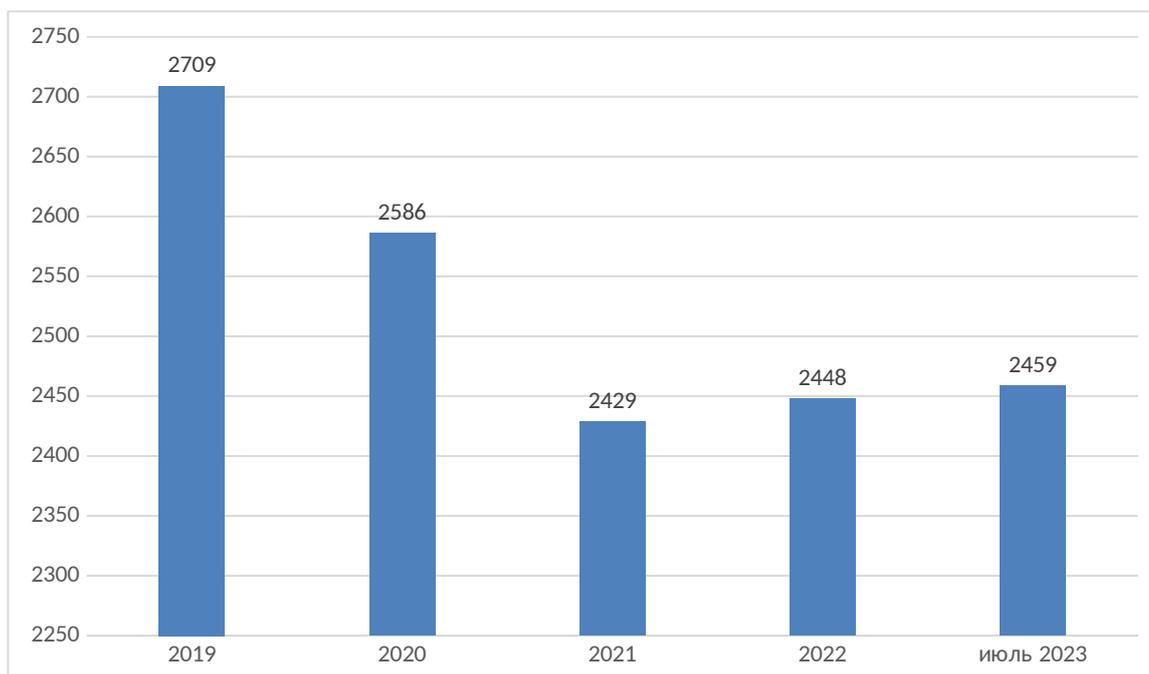


Диаграмма 12. Количество функционирующих предприятий общественного питания, ед.

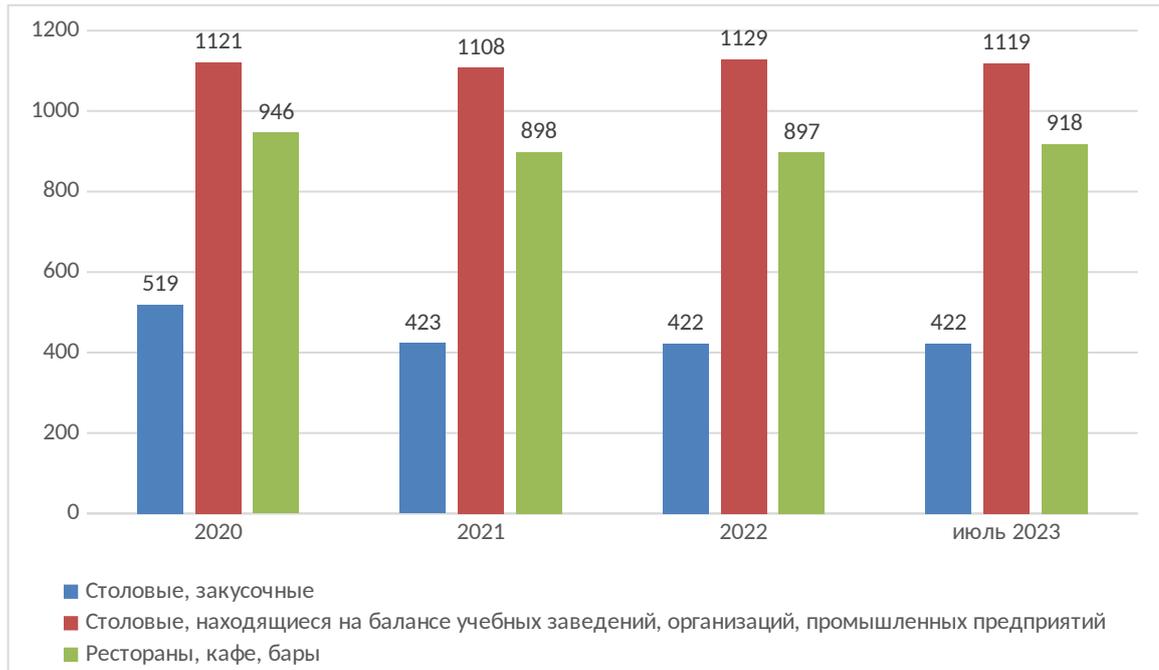


Диаграмма 13. Количество предприятий общественного питания Воронежской области, ед.

По вышеприведенным данным можно сделать следующие выводы:

1. Оборот общественного питания в Воронежской области за 7 лет увеличился практически в 2 раза (на 10 326,1 или на 77,8%). На протяжении анализируемого периода наблюдался рост оборота общественного питания за исключением 2020 года (тогда оборот сократился на 2 660,2 млн руб.). Данные изменения вызваны ситуацией в стране, а именно пандемией коронавируса, однако уже в 2021 году оборот общественного питания перегнал допандемийное время.

2. Оборот общественного питания на душу населения в Воронежской области на протяжении анализируемого периода также увеличился практически в 2 раза (на 4 601 руб. или на 80,9%). С 2016 по 2022 наблюдался рост за исключением сложного 2020 года. Но уже в 2021 году оборот общепита на душу населения перегнал допандемийные значения.

3. Количество функционирующих предприятий за период с 2019 по 2021 гг. уменьшилось на 290 ед. Данные изменения вызваны сокращением количества малых предприятий и индивидуальных предпринимателей в сфере общественного питания.

По обороту общественного питания за 2022 год Воронежская область занимает 3 место в ЦФО со значением 23 594,4 млн руб. Регион опережают только город Москва и Московская область со значениями 294 696,3 млн руб. и 100 140 млн руб. соответственно. За первую половину 2023 оборот в Воронежской области уже составил 15 976,4 млн руб.

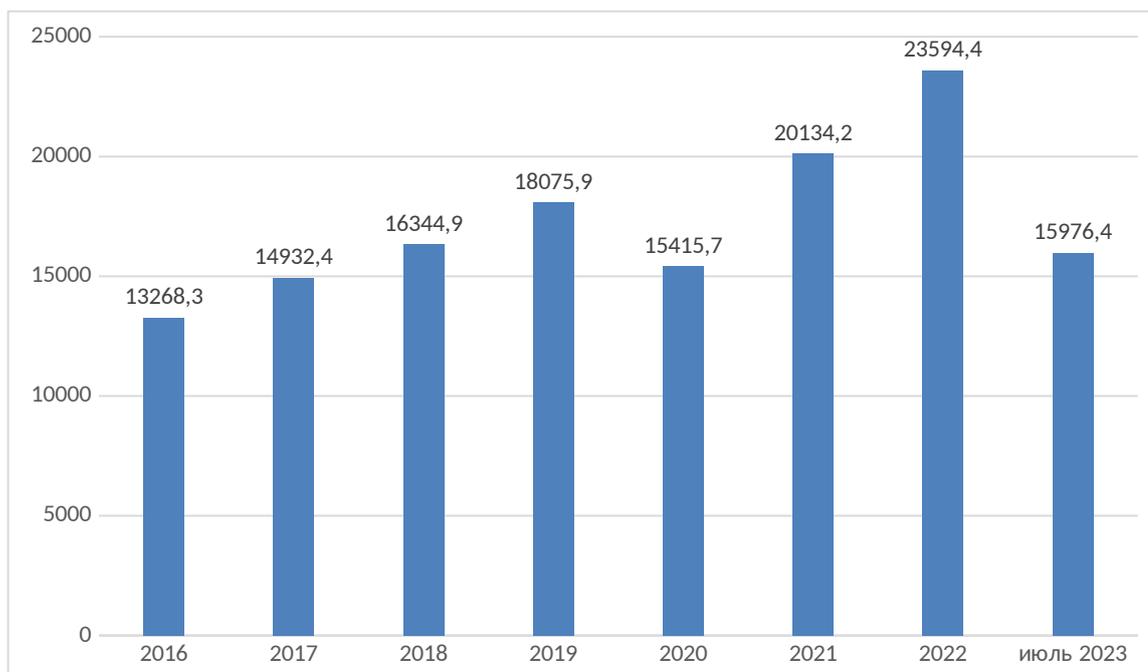


Диаграмма 14. Оборот общественного питания по Воронежской области за 2023 год, млн рублей

Оборот общественного питания на душу населения в Воронежской области в 2022 году увеличился на 17% по отношению к предыдущему году.

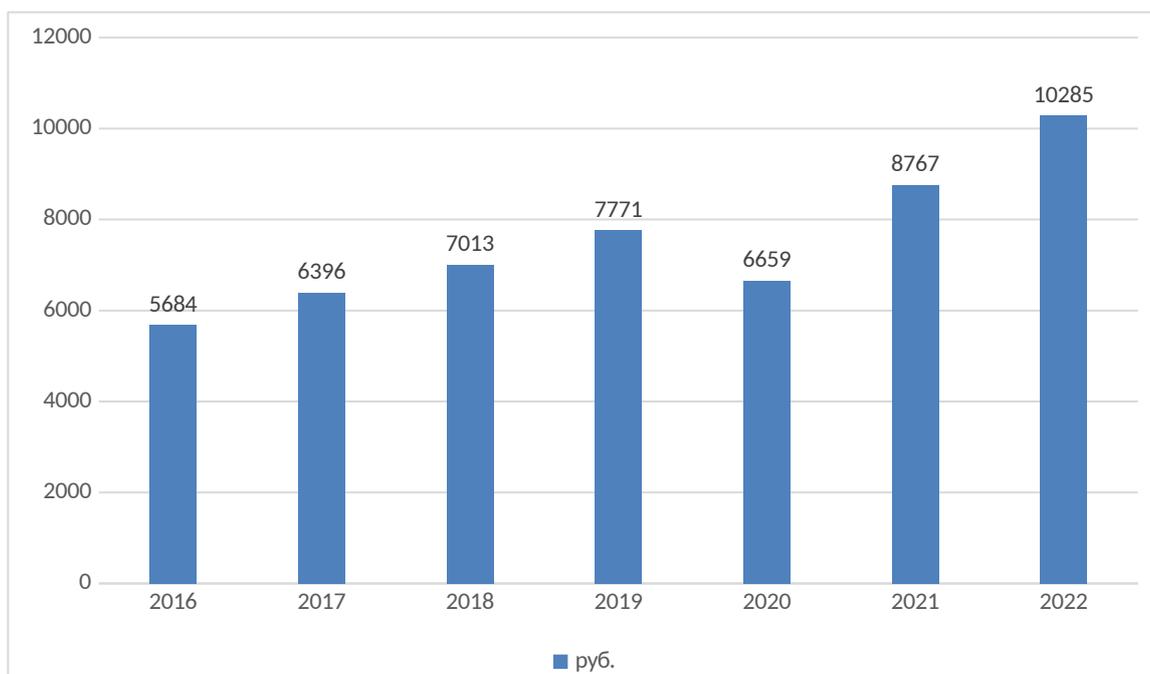


Диаграмма 15. Оборот общественного питания на душу населения по Воронежской области, рублей

Таким образом, ресторанный бизнес Воронежской области успешно справился с кризисными обстоятельствами и демонстрирует активный рост последние два года. Нарастающий поток туристов в область также открывает новые возможности для рынка общественного питания.

### 2.3. Конкурентная среда

Примерами, реализовавших подобные проекты, являются:

#### 1. Фудмолл «Конкорс» (г. Минск).

Расположен на 4 этаже торгового центра, на других этажах размещены бутик, фитнес-центр, кинотеатр.

Площадь фудмолла составляет 3 500 кв. м, а количество гастроточек — 28 единиц.

Интерьер индустриальный: потолки по традиции сделаны в лофтовой тематике, отделка пола грубая, чтобы было минимальное ощущение, что ты находишься не внутри здания, а на улице. Вокруг граффити, арт-объекты,

уличные атрибуты — например, светофоры и дорожная разметка. Кроме уличного арта позаботились и о наличии живой зелени и уютных деталей.

Посадочные места разбросаны по всей территории и имеют разные форматы. Самая интересная зона находится в центре и выполнена в виде вагона поезда.

В «Конкорс» можно найти различные заведения с азиатской, японской, тайской, ливанской, вьетнамской, американской, русской, итальянской, гавайской, грузинской, китайской кухнями, а также шаурменная, чебуречная, кофейни.

Среди торговых рядов представлены: мини-рынок с овощами, фруктами, винный магазин, корнеры с кофе, свежим хлебом, косметикой.

Кроме того имеется ряд развлечений: сцена, бильярд, детская игровая комната, тир, парк виртуальных развлечений, игровой лего центр.

Так, на территории фудмолла проводятся различные мероприятия: выступления стенд-ап комиков, концерты, развлекательные квизы для детей.

На территории фудмолла расположена точка доставки «Яндекс.Еда», что позволяет с легкостью доставлять заказы для клиентов.

2. Василеостровский рынок (г. Санкт-Петербург) представляет собой пространство, объединившее идею фуд-холла и модного места. Рынок представил концепцию идеального времяпрепровождения, где люди едят, отдыхают, смотрят кино и танцуют. Кроме того, на территории фудмолла расположены торговые лавки с молочной, винной продукцией, фруктами и овощами, итальянскими деликатесами, соленьями, орехами и сухофруктами, мясом, рыбой, цветами, парфюмерной косметикой, чаем, а также грузинская лавка.

На территории фудмолла расположено 34 точки питания (площадь 3 000 кв. м): ближневосточная, индийская, итальянская, вьетнамская, дагестанская, японская, азиатская, французская, грузинская, чешская, корейская, армянская, узбекская кухни.

В теплое время года на территории двора проходят кинотеатры под открытым небом, вечеринки, в зимнее время года на территории Василеостровского рынка проходит рождественская ярмарка.

3. «Бутылка» (г. Санкт-Петербург) — отреставрированное историческое здание, расположенное на о. Новая Голландия.

«Бутылка» выступает центром острова, где в стенах здания, под одной крышей, на всех его этажах и во дворе со сценой — осуществляется реализация самых интересных и разносторонних проектов в области дизайна, моды, гастрономии, спорта, музыки, отдыха, развлечений и прочих увлечений петербуржцев.

Первый этаж целиком посвящен гастрономии, на котором расположилось 10 кафе. Здесь расположены небольшие кафе, лавки, магазины молодых или известных ресторанных проектов Петербурга и Москвы. На втором этаже расположено 14 магазинов, третий этаж представляет собой территорию здоровья, красоты и спорта, где можно сделать маникюр, подстричься, заняться балетом, гимнастикой или сходить на бокс.

4. Фудмолл «Депо» (г. Москва) — гастрономическое пространство на 1800 посадочных мест, расположенное на территории бывшего трамвайного парка.

Площадь фудмолла занимает около 11 000 кв. м.

На территории фудмолла расположено более 80 корнеров, зоны развлечений (игровой лего-центр), торговые ряды (товары для дома, для здоровья, овощи, фрукты, сладости, цветы, рыба, морепродукты, напитки, сыры, соленья, сухофрукты).

На территории пространства проходят следующие развлечения: мастер-классы для детей, онлайн трансляции спортивных мероприятий, кинопоказы под открытым небом, концерты, мероприятия различных спикеров.

5. Фудмолл «Вокзал 1853» (г. Санкт-Петербург) — самый большой фудмолл в России и Европе (3 этажа площадью 34 000 кв. м). На территории коворкинг зона, сцена вместимостью в 2 500 человек, кинотеатр, 44 корнера (азиатская, грузинская, израильская, китайская, итальянская, японская,

паназиатская, вьетнамская, индийская, израильская кухни), торговых лавок мармеладом, свечами, товарами для дома, украшениями и аксессуарами и другое.

На территории фудмолла на постоянной основе проходят фестивали, концерты, вечеринки, спортивные и развлекательные мероприятия.

К потенциальным конкурентам данного инвестиционного предложения относится центральный рынок г. Воронежа, через который ежедневно проходит более 17 000 человек. Площадь торговых площадей занимает 16 350 кв. м. Для рынка характерен широкий ассортимент продукции (более 12 000 наименований продуктов, 500 из них уникальны).

Центральный рынок 2 раза удостоен звания лучшего рынка России (в 2018 и 2021 гг.).

Помимо торговых лавок на территории рынка располагаются точки питания: бургерная, столовая, пельменная. Однако, количество точек питания на территории рынка очень малое.

По данным за 2022 год город Воронеж занял второе место в рейтинге мегаполисов по обеспеченности кафе и ресторанами. Так, в Воронеже на 10 тыс. жителей приходится около 15 заведений быстрого питания. Такое большое количество заведений говорит о высокой популярности и спросе среди жителей региона, при этом на территории Воронежа отсутствуют подобные проекты.

#### **2.4. Основные потребители**

Основными потребителями инвестиционного предложения выступают гости Петровской набережной, платежеспособное население, включающее жителей улиц в пешей доступности. Такие люди ценят скорость работы, индивидуальную упаковку, полезные ингредиенты, уникальный вкус и готовы за это платить.

В целом, целевую аудиторию посетителей предлагаемого фудмолла можно разделить на два сегмента:

- 70% клиентов — гости набережной;

- 30% клиентов — платежеспособные жители вблизи Петровской набережной, а также жители г. Воронежа, заказывающие доставку.

Предлагаемая продукция в рамках проекта не является товаром первой необходимости, поэтому основными потребителями являются люди со средним и выше доходом, которые могут себе позволить покушать в кафе, купить органические продукты (овощи, фрукты, молочные продукты), а также свежее испеченную выпечку.

К основным потребителям относятся:

1. Молодые люди в возрасте 18-30 лет.
2. Взрослые люди в возрасте 30-65 лет.
3. Семьи и женщины с детьми.

### **3. Финансовый план**

#### **3.1. Основные предположения**

Период планирования составляет 10 лет.

Показатели эффективности рассчитываются с учетом основного периода планирования. Интервал планирования составляет 1 год.

Прогноз денежного потока проекта осуществлен в номинальном выражении, в рублях.

Предполагается, что проект будет финансироваться за счет собственных и заемных средств.

При расчете финансовой модели использовались показатели прогнозных значений инфляции, роста цен и заработной платы согласно долгосрочному прогнозу социально-экономического развития Российской Федерации до 2036 года Министерства экономического развития.

#### **3.2. Общий объем финансирования проекта**

Общий объем финансирования проекта составит 147,55 млн рублей, в том числе:

- 1) строительно-монтажные работы – 105,0 млн рублей;
- 2) оборудование – 8,18 млн рублей;
- 3) мебель – 12,0 млн рублей;
- 4) оборотные средства – 12,37 млн рублей.
- 5) прочие – 10 млн рублей.

### 3.3. Показатели экономической эффективности проекта

#### 3.3.1. Прогноз выручки от реализации проекта

Таблица 1. Программа реализации услуг, млн руб.

Показатели	Единица измерен.	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год	9 год	10 год
<b>1. Доход с фудкорттов</b>											
Выручка с фудкорттов	млн руб.	0	0	263	409,83	568,01	590,28	613	637,05	661,59	687,0
Процент от продаж с фудкорттов	%	0%	0%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
в стоимостном выражении	млн руб.	0	0	52,6	82,0	113,6	118,1	122,7	127,4	132,3	137,4
Доход с фудкорттов	млн руб.	0	0	52,6	82,0	113,6	118,1	122,7	127,4	132,3	137,4
в том числе:											
НДС	млн руб.	0	0,0	10,5	16,4	22,7	23,6	24,5	25,5	26,5	27,5
акцизы	млн руб.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
пошлины	млн руб.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>2. Доход с торговых лавок</b>											
Выручка с торговых лавок	млн руб.	0	0	66	102,457	144,01	150,06	156,5	163,30	170,44	177,99
Процент от продаж с фудкорттов	%	0%	0%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
в стоимостном выражении	млн руб.	0	0	10	15,37	21,6	22,5	23	24,5	25,6	26,7
Общая выручка от реализации (в рублях)	млн руб.	0	0	10	15,368	21,60	22,51	23,5	24,49	25,57	26,70
в том числе:											
НДС	млн руб.	0,000	0,000	1,971	3,074	4,320	4,502	4,694	4,899	5,113	5,340
акцизы	млн руб.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
пошлины	млн руб.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
<b>3. Доход с ресторанов</b>											
Выручка с ресторанов	млн руб.	0,0	0,0	26,5	41,4	57,4	59,7	62,0	64,5	66,9	69,5
Процент от продаж с ресторанов	%	0%	0%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
в стоимостном выражении	млн руб.	0,00	0,00	5,30	8,29	11,49	11,94	12,41	12,89	13,39	13,91
Общая выручка от реализации (в рублях)	млн руб.	0,00	0,00	5,30	8,29	11,49	11,94	12,41	12,89	13,39	13,91
в том числе:											
НДС	млн руб.	0,000	0,000	1,060	1,657	2,297	2,388	2,481	2,578	2,678	2,781
акцизы	млн руб.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
пошлины	млн руб.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
<b>Общая выручка от реализации продукции, итого (в рублях)</b>	<b>млн руб.</b>	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>	<b>67,715</b>	<b>105,619</b>	<b>146,688</b>	<b>152,503</b>	<b>158,536</b>	<b>164,795</b>	<b>171,275</b>	<b>177,995</b>

в том числе:											
НДС	млн руб.	0,000	0,000	13,543	21,124	29,338	30,501	31,707	32,959	34,255	35,599
акцизы	млн руб.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
пошлины	млн руб.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

### 3.3.2. Численность работающих и затраты на оплату труда

Таблица 2. Численность работающих, расходы на оплату труда и отчисления на социальные нужды.

Показатели	Единица измерен.	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год	9 год	10 год
<b>1. Среднесписочная численность работающих по проекту, всего</b>	<b>чел.</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>9</b>							
в том числе:											
- рабочие, непосредственно занятые производством продукции	чел.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- рабочие, служащие и ИТР, не занятые непосредственно производством продукции	чел.	0	0	5	5	5	5	5	5	5	5
- сотрудники аппарата управления	чел.	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4
- сотрудники, занятые сбытом продукции	чел.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>2. Расходы на оплату труда рабочих, непосредственно занятых производством продукции, всего</b>	<b>млн руб.</b>	<b>0,000</b>									
в том числе:	млн руб.										
- заработная плата	млн руб.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
- отчисления на социальные нужды	млн руб.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
<b>3. Расходы на оплату труда рабочих, служащих и ИТР, не занятых непосредственно производством продукции, всего</b>	<b>млн руб.</b>	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>	<b>4,676</b>	<b>4,882</b>	<b>5,096</b>	<b>5,321</b>	<b>5,555</b>	<b>5,799</b>	<b>6,054</b>	<b>6,321</b>
в том числе:	млн руб.										
- заработная плата	млн руб.	0,000	0,000	3,597	3,755	3,920	4,093	4,273	4,461	4,657	4,862
- отчисления на социальные нужды	млн руб.	0,000	0,000	1,079	1,127	1,176	1,228	1,282	1,338	1,397	1,459



- затраты на оплату труда											
- отчисления на социальные нужды											
- прочие расходы	0,050	0,075	0,150	0,150	0,150	0,150	0,150	0,150	0,150	0,150	0,150
<i>б) общехозяйственные расходы (управленческие), всего</i>	<i>1,414</i>	<i>3,032</i>	<i>15,769</i>	<i>16,244</i>	<i>16,740</i>	<i>17,258</i>	<i>17,798</i>	<i>18,363</i>	<i>18,952</i>	<i>19,567</i>	
из них:											
- затраты на оплату труда	1,080	2,255	8,305	8,671	9,052	9,451	9,866	10,301	10,754	11,227	
- отчисления на социальные нужды	0,324	0,677	2,492	2,601	2,716	2,835	2,960	3,090	3,226	3,368	
- прочие расходы	0,010	0,100	4,972	4,972	4,972	4,972	4,972	4,972	4,972	4,972	
<i>в) расходы на сбыт продукции, всего</i>	<i>0,000</i>	<i>0,800</i>	<i>0,960</i>								
из них:											
- затраты на оплату труда	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
- отчисления на социальные нужды	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
- прочие расходы	0,000	0,800	0,960	0,960	0,960	0,960	0,960	0,960	0,960	0,960	
<b>3. Общие затраты на производство и сбыт продукции (услуг), всего</b>	<b>1,464</b>	<b>3,907</b>	<b>30,422</b>	<b>38,478</b>	<b>47,188</b>	<b>48,868</b>	<b>50,615</b>	<b>52,432</b>	<b>54,317</b>	<b>56,276</b>	
в том числе:											
- затраты на материалы и др.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
- затраты на топливо, энергию	0,000	0,000	13,543	21,124	29,338	30,501	31,707	32,959	34,255	35,599	
- затраты на оплату труда	1,080	2,255	8,305	8,671	9,052	9,451	9,866	10,301	10,754	11,227	
- отчисления на социальные нужды	0,324	0,677	2,492	2,601	2,716	2,835	2,960	3,090	3,226	3,368	
- прочие расходы	0,060	0,975	6,082	6,082	6,082	6,082	6,082	6,082	6,082	6,082	
<b>4. НДС, акцизы, уплаченные из затрат на материалы, топливо, энергию и др.</b>	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>	<b>2,709</b>	<b>4,225</b>	<b>5,868</b>	<b>6,100</b>	<b>6,341</b>	<b>6,592</b>	<b>6,851</b>	<b>7,120</b>	

### 3.3.4. Прогноз финансовых результатов от реализации проекта

Таблица 4. Финансовые результаты деятельности, млн руб.

Показатели	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год	9 год	10 год
1. Общая выручка от реализации продукции	0,000	0,000	67,715	105,619	146,688	152,503	158,536	164,795	171,275	177,995
2. НДС, акцизы и аналогичные обязательные платежи от реализации выпускаемой продукции	0,000	0,000	13,543	21,124	29,338	30,501	31,707	32,959	34,255	35,599
3. Уплачиваемые экспортные пошлины	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
4. Выручка от реализации продукции за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей	0,000	0,000	54,172	84,495	117,350	122,003	126,829	131,836	137,020	142,396



<b>2. Денежные выплаты, всего (сумма показателей пунктов 2 "а" и 2 "б")</b>	<b>2,213</b>	<b>4,655</b>	<b>55,837</b>	<b>78,921</b>	<b>103,882</b>	<b>107,709</b>	<b>111,684</b>	<b>115,814</b>	<b>120,096</b>	<b>124,643</b>
в том числе:										
а) затраты по производству и сбыту продукции (услуг) (таблица 8, пункт 5)	1,464	3,907	30,422	38,478	47,188	48,868	50,615	52,432	54,317	56,276
б) платежи в бюджет (таблица 8, пункт 14)	0,749	0,749	25,415	40,444	56,695	58,841	61,068	63,382	65,779	68,367
<b>3. Сальдо потока деятельности по производству и сбыту продукции (разность показателей пунктов 1 и 2)</b>	<b>-2,213</b>	<b>-4,655</b>	<b>11,878</b>	<b>26,698</b>	<b>42,805</b>	<b>44,794</b>	<b>46,852</b>	<b>48,981</b>	<b>51,179</b>	<b>53,352</b>
<b>ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ</b>										
<b>4. Поступление средств, всего (сумма показателей пунктов 4 "а", 4 "б" и 4 "в")</b>	<b>23,609</b>	<b>42,413</b>	<b>0,000</b>							
в том числе:										
а) денежные средства претендента на начало реализации проекта	23,609	42,413	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
б) продажа имущества	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
в) продажа финансовых активов (паи, ценные бумаги других эмитентов)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
<b>5. Выплаты, всего (таблица 2, пункт 5)</b>	<b>82,419</b>	<b>65,134</b>	<b>0,000</b>							
<b>6. Сальдо потока от инвестиционной деятельности (разность показателей п.4 и п.5)</b>	<b>-58,810</b>	<b>-22,722</b>	<b>0,000</b>							
<b>7. Сальдо потока по производственной и инвестиционной деятельности (сумма показателей пунктов 3 и 6)</b>	<b>-61,023</b>	<b>-27,377</b>	<b>11,878</b>	<b>26,698</b>	<b>42,805</b>	<b>44,794</b>	<b>46,852</b>	<b>48,981</b>	<b>51,179</b>	<b>53,352</b>
<b>Сальдо потока нарастающим итогом</b>	<b>-61,023</b>	<b>-88,400</b>	<b>-76,523</b>	<b>-49,825</b>	<b>-7,020</b>	<b>37,775</b>	<b>84,627</b>	<b>133,608</b>	<b>184,786</b>	<b>238,138</b>
<b>ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ</b>										
<b>8. Поступление средств, всего (сумма показателей пунктов 8 "а", 8 "б" и 8 "в")</b>	<b>88,532</b>	<b>0,000</b>								
в том числе:										
а) кредиты, в том числе государственная поддержка	88,532	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
б) займ учредителя	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
<b>9. Выплата средств, всего (сумма показателей пунктов 9 "а", 9 "б" и 9 "в")</b>	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>	<b>17,093</b>						
в том числе:										
а) уплата процентов за предоставленные средства (кроме процентов по краткосрочным кредитам)	0,000	0,000	0,000	7,470	6,604	5,660	4,631	3,510	2,287	0,955
из них:										
- по средствам государственной поддержки за счет федерального бюджета	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
- по кредитам коммерческих банков (по каждому кредиту в отдельности)	0,000	0,000	0,000	7,470	6,604	5,660	4,631	3,510	2,287	0,955
б) погашение основного долга, всего	0,000	0,000	0,000	9,623	10,489	11,433	12,462	13,583	14,806	16,138

из них:										
- по средствам государственной поддержки за счет федерального бюджета	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
- по кредитам коммерческих банков (по каждому в отдельности)	0,000	0,000	0,000	9,623	10,489	11,433	12,462	13,583	14,806	16,138
- по другим заемным средствам (по каждому кредиту в отдельности)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
<i>в) выплата дивидендов</i>	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
<b>10. Сальдо потока по финансовой деятельности (разность показателей пунктов 8 и 9)</b>	<b>88,532</b>	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>	<b>-17,093</b>						
<b>11. Общее сальдо потока (сумма показателей пунктов 7 и 10)</b>	<b>27,509</b>	<b>-27,377</b>	<b>11,878</b>	<b>9,605</b>	<b>25,713</b>	<b>27,702</b>	<b>29,759</b>	<b>31,888</b>	<b>34,086</b>	<b>36,259</b>
<b><u>Сальдо потока нарастающим итогом</u></b>	<b>27,509</b>	<b>0,132</b>	<b>12,009</b>	<b>21,614</b>	<b>47,327</b>	<b>75,029</b>	<b>104,788</b>	<b>136,676</b>	<b>170,762</b>	<b>207,021</b>

#### 4. Эффективность реализации проекта

Расчет основных данных, произведенный в постоянных ценах, показывает, что деятельность данного проекта является эффективной и устойчивой с экономической точки зрения.

Показатель NPV отражает прогнозную оценку изменения экономического потенциала предприятия в случае принятия рассматриваемого проекта, если:  $NPV > 0$ , то проект следует принять;  $NPV < 0$ , то проект следует отвергнуть. Показатель NPV текущего проекта составляет 242,85 млн руб., что говорит о его эффективности.

Внутренняя норма доходности (IRR) – определяет ставку дисконтирования при которой инвестиции равны 0. Этот показатель отражает норму доходности или возможные затраты при вложении денежных средств в проект (в процентах), внутренняя норма доходности проекта составляет 26,90%.

Индекс рентабельности проекта (PI) рассчитывается как отношение приведенной стоимости всех будущих чистых денежных потоков проекта к сумме первоначальных инвестиций. Индекс рентабельности проекта составляет 2,65.

Окупаемость инвестиционного проекта – 5 лет 6 месяцев.

На основании проведенного анализа, можно сделать вывод об устойчивости проекта к возможным колебаниям конъюнктуры.

## 5. Инвестиционные площадки

### Инвестиционная площадка №1

Адрес: Петровская набережная г.о.г. Воронеж.

Площадь: 2 га.

Концепция функционального зонирования территории Петровской набережной городской округ город Воронеж

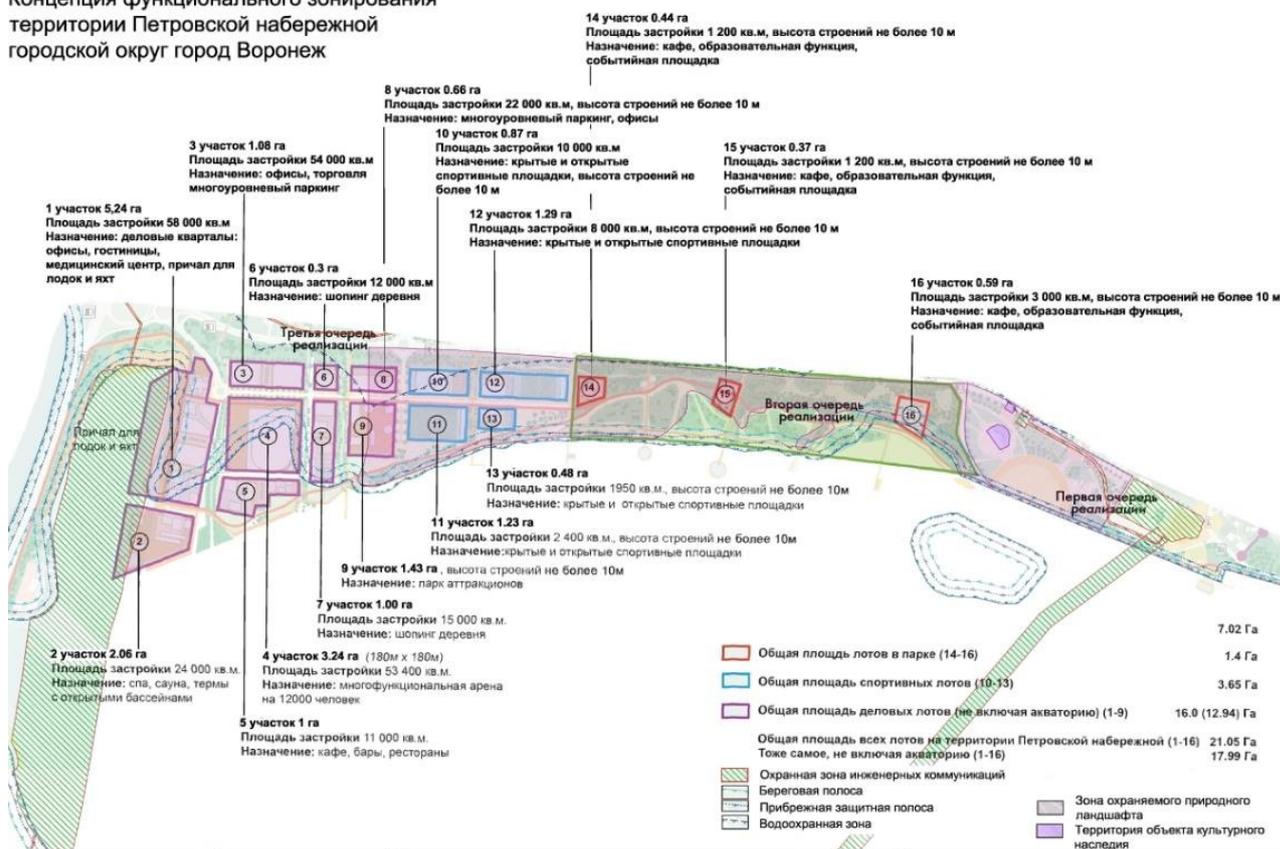


Рисунок 1. Концепция функционального зонирования территории Петровской набережной г.о.г. Воронеж.

## **6. Контактная информация**

**Разработчик:**

ГКУ ВО «Агентство по привлечению инвестиций и региональному развитию»

**Руководитель:**

Лапина Елена Александровна, +7 (473) 212-70-07

По вопросам, возникающим в ходе рассмотрения инвестиционного предложения можно обратиться к его разработчику:

**Начальник информационно-аналитического отдела:**

Аржанухина Евгения Владимировна, +7 (473) 212-70-12

**Будем рады дальнейшему взаимовыгодному сотрудничеству!**

