

# Бизнес-план гостиницы в г. Великий Новгород



Великий Новгород  
2019

## **Содержание:**

1. Краткий инвестиционный меморандум
2. Описание бизнеса, продукта или услуги
3. Описание рынка сбыта
4. Продажи и маркетинг
5. План производства
6. Организационная структура
7. Финансовый план

## **1. Краткий инвестиционный меморандум**

С каждым годом в нашей стране растет как внешний, так и внутренний туризм. Также расширяется география распространения малого и среднего бизнеса, что влечет за собой периодические командировки и профессиональные переподготовки, требующие передвижения по стране. Эти факторы способствуют активному росту спроса на места для проживания.

Открытие гостиницы сегодня является очень актуальным и перспективным делом. Следует обратить внимание именно на средний класс, и быть нацеленными на предоставление качественных услуг по приемлемым ценам.

Средние гостиницы — самый динамично растущий вид размещения в России.

Данный бизнес-план рассчитан на город с населением менее 500 тыс. человек.

### **Основные факторы успеха:**

- комфортабельные номера;
- высокое качество предоставляемых услуг;
- удачное месторасположение;
- приемлемые цены;
- динамично развивающийся спрос.

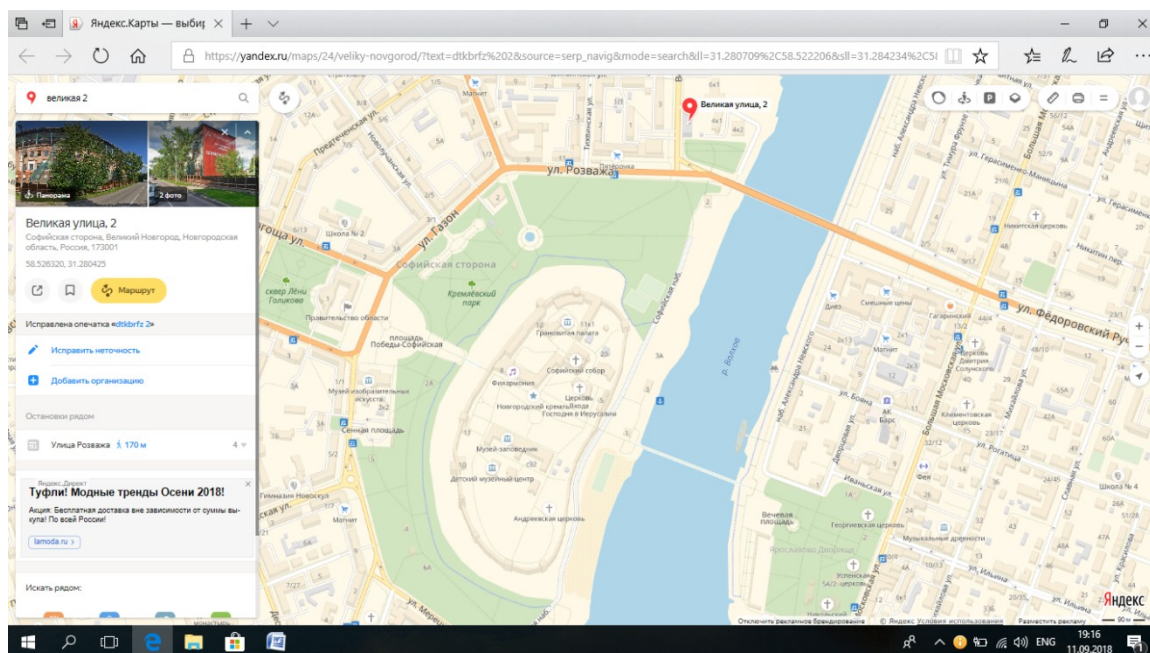
## **2. Описание бизнеса, продукта или услуги**

Великий Новгород является исторической родиной России с многовековой историей.

Город расположен между двух столиц России: 180 км от Санкт-Петербурга и 500 км от Москвы. До границы с Финляндией 500 км.

В рамках данного проекта мы рассмотрим небольшую гостиницу в 100 номеров.

Месторасположение — исторический центр города, рядом с Кремлем (300 метров), берегом р. Волхов (150 м), транспортными развязками, кафе, ресторанами, развлекательными заведениями, банками.



Выделим следующие категории номеров (с ориентировочной стоимостью):

- двухместные «люкс» — 2 (5 000руб.);
- одноместные «люкс» — 2 (3 500руб.);
- двухместные «стандарт» — 14 (3 500 руб.);
- одноместные «стандарт» — 4 (2 800 руб.);

- двухместные «бюджет» — 76 (2 800 руб.);
- одноместные «бюджет» — 12 (1 800руб.).

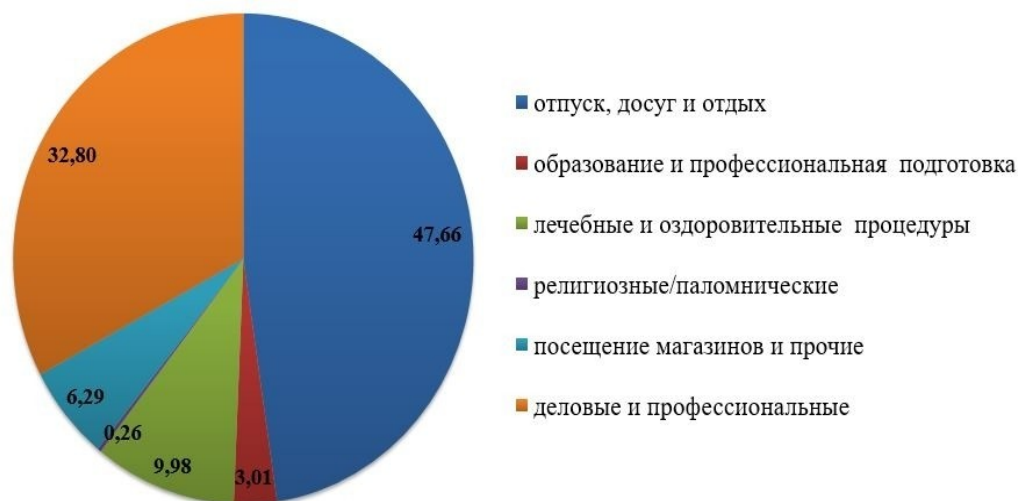
Для осуществления деятельности используется помещение площадью около 3 750 м<sup>2</sup>. На один номер приходится порядка 20 - 25м<sup>2</sup>.

Каждый номер включает в себя кровать, шкаф, зеркало, тумбочку, телефон, небольшой телевизор, настольную лампу, стул, кресло, мини-холодильник, сан. узел с душевой кабиной. На полу — мягкий ковротин. Дизайн сделан в мягких спокойных тонах. Преобладающие цвета: бежевый, молочный, коричневый с элементами бордового цвета в декоре — занавески и картины.



Целевая аудитория имеет очень широкий диапазон. В основном это молодые и среднего возраста люди, имеющие активную жизненную позицию, со средним уровнем достатка. На диаграмме мы видим распределение целевой аудитории по группам. Отсюда следует, что основное внимание нужно уделить именно аудитории, основной целью которой является туризм, а также образование и профессиональная подготовка. Их суммарная доля составляет 80,5%.

Распределение численности лиц, размещенных в коллективных средствах размещения, по целям поездок в 2016 г., %



Все данные и цифры с официального сайта Росстата — [gks.ru](http://gks.ru).

#### 4. Продажи и маркетинг

Важную роль в развитии бизнеса играет именно маркетинговая политика. Следует уделить особое внимание этому направлению, чтобы обеспечить постоянно растущий спрос.

Для начала нужно создать оригинальный узнаваемый бренд и сайт гостиницы, зарегистрироваться в социальных сетях. Возможно использование названия гостиницы созвучного известным брендам (например, SOKOL, NOVHOTEL).

Сейчас главный источник рекламы — Интернет. Использовать следующие основные каналы продвижения:

- реклама в Яндекс.директ;
- реклама в социальных сетях;
- регистрация в онлайн-каталогах, таких как booking.com, trivago.ru, travelline.ru.

Следует обратить внимание и на офлайн размещение. Одним из эффективных методов является реклама на вокзалах, билбордах при въездах в город. Выгодным также будет сотрудничество с туристическими фирмами, бизнес-центрами и службами такси.

Одним из самых результативных и проверенных способов развития является «сарафанное» радио. Внимание всегда должно быть направлено на сервис, на улучшение качества оказываемых услуг. Рынок сейчас динамично развивается и нужно постоянно находиться в курсе всех изменений, чтобы всегда иметь конкурентное преимущество. Довольный клиент — это гарант постоянного развития и масштабирования. Плюсом станет, если посетители будут оставлять отзывы с фотографиями и видео в интернете и социальных сетях.

В наших силах сделать так, чтобы, побывав у вас однажды, гость захотел возвращаться к нам снова и снова.

А для постоянных клиентов необходимо создать систему лояльности. Чтобы уже на второй приезд человек выбрал именно нашу гостиницу, ведь там у него есть скидка (5 – 10 %) и специальный подарок.

## 5. План производства

Ключевая цель — открытие гостиницы и максимизация прибыли.

### Календарный план открытия

	Окт.	Нояб.	Дек.	Янв.	Февр.	Март	Апр.
Реконструкция здания	+	+	+	+	+		
Отделочные работы				+	+	+	+
Оформление документов						+	+
Покупка мебели и оборудования							+
Найм персонала						+	+
Обучение персонала						+	+
Запуск рекламной кампании						+	+

## **Конкурентные преимущества выбора данного здания под гостиницу**

*Основные параметры выбора местоположения гостиницы:*

- исторический центр города;
- шаговая доступность до всех исторических достопримечательностей Великого Новгорода;
- транспортные развязки;
- наличие в шаговой доступности кафе, ресторанов, развлекательных заведений, магазинов, банков.

*Характеристика здания:*

- отдельно стоящее здание с участком земли в собственности;
- площадь здания 3 750 кв.м;
- отдельный вход с улицы и со двора в холл гостиницы, отдельный вход в ресторан с торца;
- наличие собственной охраняемой парковки;
- наличие всех необходимых коммуникаций: горячее и холодное водоснабжение, электроэнергия, вентиляция, канализация.

## **6. Организационная структура**

Правильно подобранная команда — это основной ключ к успеху организации. Ведь очень важно на пути к цели иметь надежный и сплоченный коллектив.

Список обслуживающего персонала:

- директор (управляющий) — 1 человек;
- работники на ресепшн — 4 человека;
- агент по бронированию номеров — 1 человек;
- менеджер по рекламе — 1 человек (возможно совмещение с предыдущей позицией);



- бухгалтер — 1 человек;
- уборщицы — 6 человек (с последующим увеличением до 9 человек).

Общее количество персонала — ориентировочно 17 человек.

Ресепшн — лицо гостиницы. Именно от приветливости и отзывчивости его работников зависит первое впечатление от вашего комплекса.

Основные требования к данной должности: приятный, доброжелательный внешний вид, гибкость, умение работать в режиме многозадачности, стрессоустойчивость, грамотная и легко воспринимаемая речь, желательно знание иностранного языка.

К остальному персоналу предъявляются следующие требования:

- наличие опыта работы;
- профессионализм;
- активность;
- дисциплинированность;
- честность;
- ответственность;
- нацеленность на результат.
- Уборщицы, агент по бронированию номеров и бухгалтер имеют фиксированную заработную плату — 20 000, 35 000 и 45 000 руб., соответственно. У остального персонала есть окладная часть и премиальная. Надбавка к основной выплате начисляется при месячной заполняемости гостиницы от 80 % и рассчитывается следующим образом:
  - управляющий — оклад 80 000 руб. + 0,6% от выручки в месяц;
  - работник ресепшна — оклад 40 000 руб. + 0,2% от выручки в месяц;
  - менеджер по рекламе — оклад 30 000 руб. + 0,5% от выручки в месяц.

**Фонд оплаты труда 1-ого года реализации проекта, руб.**

	1месяц	2месяц	3месяц	4месяц	5месяц	6месяц
Управляющий (окладная часть)	80000	80000	80000	80000	80000	80000
Управляющий (премиальная часть)						
Работник ресепшна (окладная часть), 4 чел.	160000	160000	160000	160000	160000	160000
Работник ресепшна (премиальная часть), 4 чел.						
Менеджер по рекламе (окладная часть)	30000	30000	30000	30000	30000	30000
Менеджер по рекламе (премиальная часть)						
Агент по бронированию номеров	35000	35000	35000	35000	35000	35000
Бухгалтер	45000	45000	45000	45000	45000	45000
Уборщица, 9 чел.	180000	180000	180000	180000	180000	180000
Начисления на ФОТ	159 000	159 000	159 000	159 000	159 000	159 000
<b>Итого:</b>	<b>689 000</b>	<b>689 000</b>	<b>689 000</b>	<b>689 000</b>	<b>689 000</b>	<b>689 000</b>

	7месяц	8месяц	9месяц	10месяц	11месяц	12месяц
Управляющий (окладная часть)	80000	80000	80000	80000	80000	80000
Управляющий (премиальная часть)			46 367	43 375	46 367	44 870
Работник ресепшна (окладная часть), 4 чел.	160000	160000	160000	160000	160000	160000
Работник ресепшна (премиальная часть), 4 чел.			61 821	57 833	61 821	59 827
Менеджер по рекламе (окладная часть)	30000	30000	30000	30000	30000	30000
Менеджер по рекламе (премиальная часть)			38 638	36 146	38 638	37 392
Агент по бронированию номеров	35000	35000	35000	35000	35000	35000
Бухгалтер	45000	45000	45000	45000	45000	45000
Уборщица, 9 чел.	180000	180000	180000	180000	180000	180000
Начисления на ФОТ	159 000	159 000	159 000	159 000	159 000	159 000
<b>Итого:</b>	<b>689 000</b>	<b>689 000</b>	<b>835 826</b>	<b>664 354</b>	<b>835 826</b>	<b>831 089</b>
<b>Выручка (доходы)</b>			<b>7727 680</b>	<b>7229 120</b>	<b>7727 680</b>	<b>7478 400</b>

**Фонд оплаты труда 2-ого года реализации проекта, руб.**

	13месяц	14месяц	15месяц	16месяц	17месяц	18месяц
Управляющий (окладная часть)	80000	80000	80000	80000	80000	80000
Управляющий (премиальная часть)	52162	44 870	36 560	36 560	35 381	36 560
Работник ресепшна (окладная часть), 4 чел.	160000	160000	160000	160000	160000	160000
Работник ресепшна (премиальная часть), 4 чел.	69 549	59 827	48 747	48 747	47 174	48 747
Менеджер по рекламе (окладная часть)	30000	30000	30000	30000	30000	30000
Менеджер по рекламе (премиальная часть)	43 468	37 392	30 467	30 467	29 484	30 467
Агент по бронированию номеров	35000	35000	35000	35000	35000	35000
Бухгалтер	45000	45000	45000	45000	45000	45000
Уборщица, 6 чел.	180000	180000	180000	180000	180000	180000
Начисления на ФОТ	159 000	159 000	159 000	159 000	159 000	159 000
<b>Итого:</b>	<b>854 179</b>	<b>831 089</b>	<b>835 826</b>	<b>835 826</b>	<b>831 089</b>	<b>835 826</b>
<b>Выручка (доходы)</b>	<b>8693 640</b>	<b>7478 400</b>	<b>7727 680</b>	<b>7727 680</b>	<b>7478 400</b>	<b>7727 680</b>

	19месяц	20месяц	21месяц	22месяц	23месяц	24месяц
Управляющий (окладная часть)	80000	80000	80000	80000	80000	80000
Управляющий (премиальная часть)	35 381	36 560	36 560	41 879	36 560	35 381
Работник ресепшна (окладная часть), 4 чел.	160000	160000	160000	160000	160000	160000
Работник ресепшна (премиальная часть), 4 чел.	47 174	48 747	48 747	55 839	48 747	47 174
Менеджер по рекламе (окладная часть)	30000	30000	30000	30000	30000	30000
Менеджер по рекламе (премиальная часть)	29 484	30 467	30 467	34 899	30 467	29 484
Агент по бронированию номеров	35000	35000	35000	35000	35000	35000
Бухгалтер	45000	45000	45000	45000	45000	45000
Уборщица, 6 чел.	180000	180000	180000	180000	180000	180000
Начисления на ФОТ	159 000	159 000	159 000	159 000	159 000	159 000
<b>Итого:</b>	<b>831 089</b>	<b>835 826</b>	<b>835 826</b>	<b>821 617</b>	<b>835 826</b>	<b>831 089</b>
<b>Выручка (доходы)</b>	<b>7478 400</b>	<b>7727 680</b>	<b>7727 680</b>	<b>6979 840</b>	<b>7727 680</b>	<b>7478 400</b>

**Фонд оплаты труда 3-ого года реализации проекта, руб.**

	25месяц	26месяц	27месяц	28месяц	29месяц	30месяц
Управляющий (окладная часть)	80000	80000	80000	80000	80000	80000
Управляющий (премиальная часть)	41 783	35 381	36 560	36 560	35 381	36 560
Работник ресепшна (окладная часть), 4 чел.	160000	160000	160000	160000	160000	160000
Работник ресепшна (премиальная часть), 4 чел.	55 711	47 174	48 747	48 747	47 174	48 747
Менеджер по рекламе (окладная часть)	30000	30000	30000	30000	30000	30000
Менеджер по рекламе (премиальная часть)	34 819	29 484	30 467	30 467	29 484	30 467
Агент по бронированию номеров	35000	35000	35000	35000	35000	35000
Бухгалтер	45000	45000	45000	45000	45000	45000
Уборщица, 6 чел.	180000	180000	180000	180000	180000	180000
Начисления на ФОТ	159 000	159 000	159 000	159 000	159 000	159 000
<b>Итого:</b>	<b>835 826</b>	<b>831 089</b>	<b>835 826</b>	<b>835 826</b>	<b>831 089</b>	<b>835 826</b>
<b>Выручка (доходы)</b>	<b>7727 680</b>	<b>7478 400</b>	<b>7727 680</b>	<b>7727 680</b>	<b>7478 400</b>	<b>7727 680</b>

	31месяц	32месяц	33месяц	34месяц	35месяц	36месяц
Управляющий (окладная часть)	80000	80000	80000	80000	80000	80000
Управляющий (премиальная часть)	35 381	36 560	36 560	41 879	36 560	35 381
Работник ресепшна (окладная часть), 4 чел.	160000	160000	160000	160000	160000	160000
Работник ресепшна (премиальная часть), 4 чел.	47 174	48 747	48 747	55 839	48 747	47 174
Менеджер по рекламе (окладная часть)	30000	30000	30000	30000	30000	30000
Менеджер по рекламе (премиальная часть)	29 484	30 467	30 467	34 899	30 467	29 484
Агент по бронированию номеров	35000	35000	35000	35000	35000	35000
Бухгалтер	45000	45000	45000	45000	45000	45000
Уборщица, 6 чел.	180000	180000	180000	180000	180000	180000
Начисления на ФОТ	159 000	159 000	159 000	159 000	159 000	159 000
<b>Итого:</b>	<b>831 089</b>	<b>835 826</b>	<b>835 826</b>	<b>821 617</b>	<b>835 826</b>	<b>831 089</b>
<b>Выручка (доходы)</b>	<b>7478 400</b>	<b>7727 680</b>	<b>7727 680</b>	<b>6979 840</b>	<b>7727 680</b>	<b>7478 400</b>

## 7. Финансовый план

Инвестиционные затраты на открытие данного бизнеса составляют 150 000 000 руб.

### ЗАТРАТЫ НА ОРГАНИЗАЦИЮ БИЗНЕСА, руб.

Регистрация, оформление документов	100000
Приобретение фирмы, владеющей зданием	45000 000
Затраты на реконструкцию и отделочные работы	62 400000
Мебель и оборудование	40 000000
Средства и материалы	500000
Реклама	500000
Резервный фонд	1 500000
<b>Итого</b>	<b>150000000</b>

План продаж составляется исходя из заполняемости гостиницы. Прогнозируется постепенное увеличение объёмов продаж в первые 10 месяца реализации проекта. Месячная заполняемость от 70% считается очень хорошим показателем, суточная же в некоторые дни может достигать 100%. В плане продаж наблюдаются сезонные изменения. Это связано с праздничными днями и каникулами. Заполняемость гостиницы растет в майские и новогодние праздники, в весенние, летние и осенние каникулы.

Базовый сценарий является реалистичным, и проект обладает резервом увеличения объёмов продаж в случае удачного вхождения на рынок.

### План продаж 1-ого года реализации проекта, руб.

	Май,20	Июнь,20	Июль,20	Август,20	Сентябрь,20	Октябрь,20
Заполняемость	32%	48%	45%	50%	50%	52%
Количество дней в месяце	31	30	31	31	30	31
Количество номеров	110	110	110	110	110	110
Выручка (доходы)	3091 072	4487 040	4346 820	4829 800	4674 000	5022 992

	Ноябрь,20	Декабрь,20	Январь,21	Февраль,21	Март,21	Апрель,21
Заполняемость	61%	71%	80%	80%	80%	80%
Количество дней в месяце	30	31	31	29	31	30
Количество номеров	110	110	110	110	110	110
Выручка (доходы)	5702 280	6858 316	7727 680	7229 120	7727 680	7478 400

### План продаж 2-ого года реализации проекта, руб.

	Май,21	Июнь,21	Июль,21	Август,21	Сентябрь,21	Октябрь,21
Заполняемость	90%	80%	80%	80%	80%	80%
Количество дней в месяце	31	30	31	31	30	31
Количество номеров	110	110	110	110	110	110
Выручка (доходы)	8693 640	7478 400	7727 680	7727 680	7478 400	7727 680

	Ноябрь,21	Декабрь,21	Январь,22	Февраль,22	Март,22	Апрель,22
Заполняемость	80%	80%	80%	80%	80%	80%
Количество дней в месяце	30	31	31	28	31	30
Количество номеров	110	110	110	110	110	110
Выручка (доходы)	7478 400	7727 680	7727 680	6979 840	7727 680	7478 400

### План продаж 3-ого года реализации проекта, руб.

	Май,21	Июнь,21	Июль,21	Август,21	Сентябрь,21	Октябрь,21
Заполняемость	80%	80%	80%	80%	80%	80%
Количество дней в месяце	31	30	31	31	30	31
Количество номеров	110	110	110	110	110	110
Выручка (доходы)	7727 680	7478 400	7727 680	7727 680	7478 400	7727 680

	Ноябрь,22	Декабрь,22	Январь,23	Февраль,23	Март,23	Апрель,23
Заполняемость	80%	80%	80%	80%	80%	80%
Количество дней в месяце	30	31	31	28	31	30
Количество номеров	110	110	110	110	110	110

<b>Выручка (доходы)</b>	7478 400	7727 680	7727 680	6979 840	7727 680	7478 400
-------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

В ежемесячные затраты входят как постоянные, так и переменные издержки (прямые расходы), зависящие от объемов продаж.

В таблице представлены усредненные ежемесячные издержки без учета затрат на оплату труда (сумма меняется ежемесячно).

**ЕЖЕМЕСЯЧНЫЕ ЗАТРАТЫ (без учета ФОТ), руб.**

<b>Реклама</b>	100000
<b>Услуги охраны</b>	100000
<b>Коммунальные расходы</b>	300000
<b>Расходные материалы</b>	150000
<b>Техническое обслуживание</b>	60000
<b>Непредвиденные расходы</b>	200000
<b>Итого:</b>	<b>910000</b>

**Финансовый результат 1-ого года реализации проекта, руб.**

	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь
<b>Выручка</b>	3091 072	4487 040	4346 820	4829 800	4674 000	5022 992
<b>(-) Ежемесячные затраты (в том числе ФОТ)</b>	1599 000	1599 000	1599 000	1599 000	1599 000	1599 000
<b>(=) Валовый доход</b>	1492 072	2888 040	2747 820	3230 800	3075 000	3423 992
<b>(-) Налоги УСН (6%)</b>	185 464	269 222	260 809	289 788	280 440	301 380
<b>(=) Чистая прибыль</b>	1306 608	2618 818	2487 011	2941 012	2794 560	3122 612
<b>(=) Чистая прибыль нарастающим итогом</b>	1306 608	3925 426	6412 437	9353 449	12148 009	15270 621

	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель
<b>Выручка</b>	5702 280	6858 316	7727 680	7229 120	7727 680	7478 400
<b>(-) Ежемесячные затраты (в том числе ФОТ)</b>	1599 000	1599 000	1745 826	1574 354	1745 826	1741 089
<b>(=) Валовый доход</b>	4103 280	5259 316	5981 854	5654 766	5981 854	5737 311
<b>(-) Налоги УСН (6%)</b>	342 137	411 499	463 661	433 747	463 661	448 704
<b>(=) Чистая прибыль</b>	3 761 143	4847 817	5518 193	5221 019	5518 193	5288 607
<b>(=) Чистая прибыль нарастающим итогом</b>	19031 764	23879 581	29397 774	34618 793	40136 986	45425 593



## Финансовый результат 2-ого года реализации проекта, руб.

	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь
<b>Выручка</b>	8693 640	7478 400	7727 680	7727 680	7478 400	7727 680
<b>(-) Ежемесячные затраты (в том числе ФОТ)</b>	1764 179	1741 089	1745 826	1745 826	1741 089	1745 826
<b>(=) Валовый доход</b>	6929 461	5737 311	5981 854	5981 854	5737 311	5981 854
<b>(-) Налоги УСН (6%)</b>	521 618	448 704	463 661	463 661	448 704	463 661
<b>(=) Чистая прибыль</b>	6407 843	5288 607	5518 193	5518 193	5288 607	5518 193
<b>(=) Чистая прибыль нарастающим итогом</b>	51833 436	57122 043	62640 236	68158 429	73447 036	78965 229

	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель
<b>Выручка</b>	7478 400	7727 680	7727 680	6979 840	7727 680	7478 400
<b>(-) Ежемесячные затраты (в том числе ФОТ)</b>	1741 089	1745 826	1745 826	1731 617	1745 826	1741 089
<b>(=) Валовый доход</b>	5737 311	5981 854	5981 854	5248 223	5981 854	5737 311
<b>(-) Налоги УСН (6%)</b>	448 704	463 661	463 661	418 790	463 661	448 704
<b>(=) Чистая прибыль</b>	5288 607	5518 193	5518 193	4829 433	5518 193	5288 607
<b>(=) Чистая прибыль нарастающим итогом</b>	84253 836	89772 029	95290 222	100119 655	105637 848	110926 455

**Финансовый результат 3-ого года реализации проекта, руб.**

	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь
<b>Выручка</b>	7727 680	7478 400	7727 680	7727 680	7478 400	7727 680
<b>(-) Ежемесячные затраты (в том числе ФОТ)</b>	1745 826	1741 089	1745 826	1745 826	1741 089	1745 826
<b>(=) Валовый доход</b>	5981 854	5737 311	5981 854	5981 854	5737 311	5981 854
<b>(-) Налоги УСН (6%)</b>	463 661	448 704	463 661	463 661	448 704	463 661
<b>(=) Чистая прибыль</b>	5518 193	5288 607	5518 193	5518 193	5288 607	5518 193
<b>(=) Чистая прибыль нарастающим итогом</b>	116444 648	121733 255	127251 448	132769 641	138058 248	143576 441

	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель
<b>Выручка</b>	7478 400	7727 680	7727 680	6979 840	7727 680	7478 400
<b>(-) Ежемесячные затраты (в том числе ФОТ)</b>	1741 089	1745 826	1745 826	1731 617	1745 826	1741 089
<b>(=) Валовый доход</b>	5737 311	5981 854	5981 854	5248 223	5981 854	5737 311
<b>(-) Налоги УСН (6%)</b>	448 704	463 661	463 661	418 790	463 661	448 704
<b>(=) Чистая прибыль</b>	5288 607	5518 193	5518 193	4829 433	5518 193	5288 607
<b>(=) Чистая прибыль нарастающим итогом</b>	148865 048	154383 241	159901 434	164730 867	170249 060	175537 667

**При горизонте планирования 3 года можно выделить следующие экономические показатели:**

**срок окупаемости составляет 32 месяца;**

**дисконтированный срок окупаемости — 34 месяца.**

Примечание:

Кроме дохода от основного вида деятельности необходимо учесть дополнительные доходы от сопутствующих услуг, а именно: ресторан (нахождение в центре города), спа-центр (сауна, массажный кабинет), тренажерный зал, салон красоты (парикмахерская, маникюр, педикюр, косметолог).

Данные доходы возможно получать напрямую управляя данными услугами, либо сдавая помещения в аренду под эти услуги.

Эти доходы влияют на окупаемость всего проекта уменьшая сроки возврата инвестиций.