СОДЕРЖАНИЕ

1. РЕЗЮМЕ

2. ОПИСАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОТРАСЛИ

3. ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ

4. ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И МАРКЕТИНГ

4.1 Оценка конкурентоспособности

4.2 План маркетинга

5. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

6. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

7.1 Расчет производственной себестоимости

7.2 Расчет потребности в инвестициях

7.3 Документы финансового плана

7.4 Определение порога рентабельности

8. РИСКИ И ГАРАНТИИ

9. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОЕКТА

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. РЕЗЮМЕ

Фирма «Интернет ДВ» создается с целью организации и развития услуг, связанных с доступом в глобальную сеть Интернет.

Сеть Интернет на сегодняшний момент является оперативным источником информации и средством общения между людьми. Для этой глобальной сети не существует границ, с помощью сети почта доходит за несколько часов в любую точку земного шара, люди получают возможность визуально общаться друг с другом не выходя из дома. Новости в Интернете на несколько часов опережают телевидение, радиовещание, газеты.

Фирма «Интернет ДВ» будет осуществлять доступ к сети в различных формах, которые зависят от потребностей абонентов: это может быть коммутируемый доступ по телефонным линиям или постоянный доступ 24 часа в сутки. Оплата варьируется от состояния рынка, так как на данный момент на рынке присутствует 3 компаний предоставляющих доступ к Интернету соответственно цены не могут быть сильно завышены.

Примерная оценка стоимости доступа будет составлять примерно 100 200$ США в месяц за неограниченный доступ и при повременной оплате, зависящей от времени дня будет составлять 1,0-1,5$ днем и 0,5-0,7$ ночью. Дневное время будет определяться с 9.00 утра до 12.00 ночи, ночное время будет соответственно с 12.00 ночи до 9.00 утра.

За предоставление электронного почтового ящика и доступа к серверу новостей плата не взимается, также бесплатно будет предоставлено 2МБ дискового пространства для нужд пользователя. Использование места на диске свыше 2 МВ будет оплачиваться отдельно. Также параллельно предоставлению доступа в Интернет будут создаваться сайты для коммерческих организаций и частных лиц.

Оплата данной услуги не имеет фиксированного прейскуранта и устанавливается индивидуально для каждого заказчика. Для пользователей будет организованна круглосуточная телефонная служба технической поддержки. Учитывая состояние телефонных линий в Хабаровске, не все желающие смогут получить ту скорость соединения, которую они хотели бы, но в целом это не должно отразиться на общем числе пользователей.

Суть проекта состоит в том, чтобы обеспечить доступом в Интернет как можно больше абонентов. Предлагаемое число абонентов – 900 в первый год, а годовая выручка составит 18000 тыс. руб.

2. ОПИСАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОТРАСЛИ

Фирма «Интернет ДВ» является единоличным предприятием без образования юридического лица, расположенная по адресу г. Хабаровск, ул. Уборевича, 80.

Владелец фирмы одновременно является ее директором. Остальной требующийся персонал будет наниматься директором.

Услуги, предоставляемые фирмой, ориентированны как на частного пользователя, так и на организации. Рынок сбыта будет довольно популярен, так как мы предоставляем возможность выбора между ежемесячной и почасовой оплатой, в некоторых фирмах такого выбора нет. Регистрация пользователей в базе данных будет бесплатна. Для организаций фирма предоставляет выделенный канал ISDN, при ежемесячной оплате 100 – 200$ США. Данный вид доступа необходим компаниям, которым необходим оперативный доступ к информации и оперативная связь со своими партнерами по всему миру. Также будет спрос на сайты различных компаний, так как при всех прочих условиях реклама в интернете намного дешевле и к тому же на своем сайте можно разместить несоизмеримо больше информации, чем в любом печатном издании.

Учитывая количество конкурентов и неослабевающий интерес к Интернету, можно сказать, что в ближайшие несколько лет рынок возрастет в несколько раз. Фирмы, предоставляющие доступ для пользователей, дают в своей основе, идентичный пакет услуг, который незначительно изменяется в зависимости от каждой фирмы. Цены на рынке незначительно колеблются в зависимости от спроса. На рынке можно выделить 3 крупнейших компании: Хабаровский филиал ОАО «Дальсвязь», Востоктелеком, Рэдком. В данных компаниях несколько шире спектр услуг и качество сервиса.

Услуга выделенного подключения к сети Интернет предназначена для организаций и частных лиц, которым необходимо иметь постоянное подключение к мировой сети и свой постоянный адрес в ней (в частности, для обеспечения доступа внешним пользователям к своим ресурсам через сеть Интернет), регулярно использовать значительное количество ресурсов сети, передавать и принимать большой объем информации с высокой скоростью. Выделенное подключение обеспечивает доступ к информационным ресурсам с высоким качеством и минимальными временными задержками.

Качество связи напрямую зависит от качества АТС пользователя и провайдера, так что у каждого провайдера постепенно формируется свой круг постоянных пользователей. Исследования мнения потребителей будут производиться, учитывая звонки в службу технической поддержки и мнения пользователей, высказанные на специальных конференциях. Из этих конференций также можно почерпнуть информацию о своих конкурентах, а так как эти конференции не контролируются никем из провайдеров, следовательно это источник довольно объективной информации о состоянии рынка провайдинговых услуг.

3. ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ

Получить доступ к сети Интернет можно, используя различные коммуникационные технологии. При этом следует учитывать, что для различных людей понятие «получение доступа» имеет совершенно различный смысл, поскольку они находятся на различных ступеньках «лестницы, ведущей на небеса». Это, прежде всего, конечные пользователи, желающие получить доступ в сеть Интернет в дополнение к, например, обычной телефонной связи. Также можно выделить телекоммуникационные компании (работающие в области телефонной, мобильной, спутниковой связи и т.д.) и провайдеров, обеспечивающих доступ в сеть Интернет и другие услуги по передаче данных. Следует заметить, что телекоммуникационные компании больше не хотят терять потенциальные прибыли и постепенно вливаются в ряды провайдеров, стирая между ними и собой все различия.

Существует три основных решения при организации доступа в сеть Интернет по витой паре абонентских телефонных проводов. Речь идет об аналоговых модемах, предназначенных специально для передачи данных по телефонным каналам, об ISDN и о технологиях, объединенных под общим названием xDSL.

Наша компания предоставляет услугу доступа в Интернет при помощи аналоговых модемов и по технологии ISDN.

Аналоговые модемы хорошо известны и понятны большинству пользователей современных домашних компьютеров (Рис. 1). Принцип их работы основан на использовании диапазона голосовых частот витой пары абонентских телефонных проводов для передачи данных. Для этого используются технологии передачи, известные как «частотная манипуляция» и «квадратурная амплитудная модуляция». Аналоговый модем позволяет достигать скорости передачи данных до 56 Кбит/с.

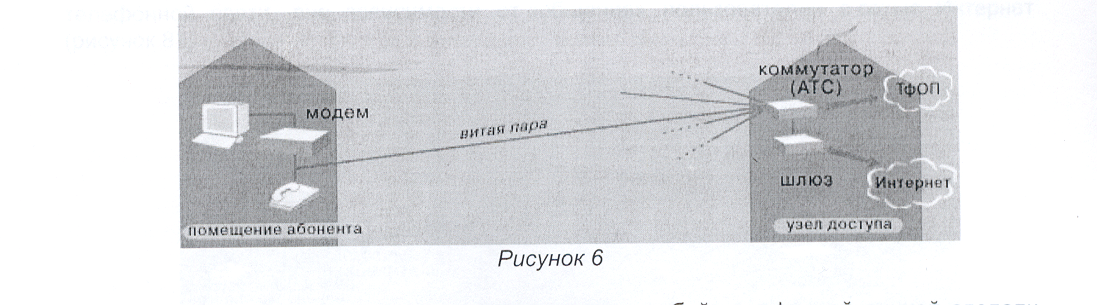


Рис. 1. Схема предоставления доступа в Интернет посредством аналогового модема

Невысокая цена и совместимость практически с любой телефонной линией сделали аналоговые модемы основным выбором индивидуальных пользователей. К сожалению, скорость передачи аналогового модема в значительной мере зависит от качества телефонной линии и установленного соединения. Именно поэтому получить максимальную скорость передачи данных практически невозможно (обычно модем с заявленной скоростью в 33,6 Кбит/с позволяет работать со скоростью 28,8 Кбит/с, в лучшем случае 31,2 Кбит/с). Непрофессиональные пользователи сети Интернет могут использовать и аналоговые модемы, но рано или поздно любой из них сталкивается с проблемами, связанными с низким качеством соединения и перегрузками телефонной сети общего пользования. Эта сеть, в своем существующем на данный момент виде, совершенно не предназначена для того, чтобы передавать трафик сети Интернет.

Более высокоскоростной альтернативой аналоговым модемам служит ISDN (Рис.2). ISDN представляет собой цифровую технологию, позволяющую передавать данные со скоростью 144 Кбит/с. Для этого используется схема кодирования 2В1Q. Скорость передачи данных 144 Кбит/с складывается из двух каналов В по 64 Кбит/с каждый, используемых для передачи голоса и данных, и одного служебного канала D16 Кбит/с для передачи управляющих сигналов. Каналы В могут использоваться как два отдельных голосовых канала, два канала передачи данных со скоростью 64 Кбит/с, как два отдельных канала передачи голоса и данных, а также совместно для передачи данных со скоростью 128 Кбит/с.

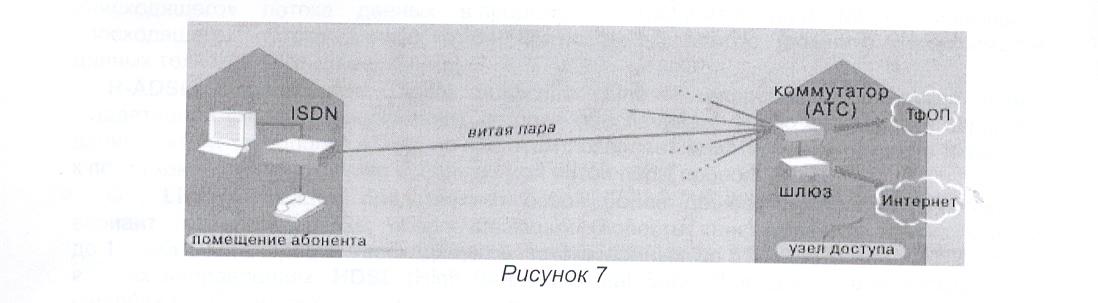


Рис. 2 Схема предоставления доступа в Интернет по технологии ISDN

Сеть ISDN легко внедряется, так как для абонентских участков не нужно прокладывать новые кабельные линии, а можно воспользоваться существующими. Любая ISDN станция может поддерживать как аналоговых, так и цифровых абонентов, поэтому переход на цифровую сеть будет переходить плавно. Архитектура ISDN обладает большой гибкостью и легко развивается, позволяя вводить новые службы связи и увеличивать количество дополнительных услуг при сравнительно низких затратах.

Основные преимущества сети ISDN:

- Полностью цифровые коммутируемые соединения

- Время установления соединения - 1-4 с.

- Широкий спектр дополнительных услуг

- Передача информации со скоростью от 64 Кбит/с

- Использование различных алгоритмов сжатия данных для увеличения скорости передачи

- Полная интеграция с аналоговой телефонией

- Использование существующих линий телефонной сети для организации линий ISDN

- Поддержка практически всех сетевых протоколов передачи данных

Стратегия маркетинга фирмы «Интернет ДВ» в области цен является ценовая конкуренция: политика фирмы строится на принципах установления цен реализации некоторых услуг ниже на 10-15% или предоставление их бесплатно (например, регистрация абонента).

В таблице 1 представлены цены на услуги предприятия и объем услуг, предоставляемых в течение месяца.

# Таблица 1

## Объем предоставляемых услуг и выручка

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование услуги | Цена, руб. в месяц | Количество пользователей | Описание услуги |
| 1. Неограниченный доступ  - в дневное время  - в ночное время  - круглосуточно | 1 500  1 000  2 000 | 200  200  200 | электронная почта 10МБ, дискового пространства 30 МБ |
| 2. Экономичный (15 часов)  - каждый дополнительный час | 500  25 | 200 | Электронная почта, 5 МБ |
| 3. Канал ISDN (для организаций) | 5 000 | 100 | Круглосуточный доступ, электронная почта 10 МБ |

Таким образом, выручка за месяц составит 1 500 000 руб.

4. ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И МАРКЕТИНГ

4.1 Оценка конкурентоспособности

Сейчас на рынке существует несколько основных фирм, обеспечивающих доступ в сеть, и у которых сложился определенный круг пользователей, будут составлять основную конкуренцию. Ниже приведены цены на представляемые ими аккаунты.

# Таблица 2

## Конкуренты

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название компании | Цена на неограниченный доступ | Повременная оплата |
| Хабаровский филиал ОАО «Дальсвязь» | 3 000 – 7 000 | 15 – 30 руб. в зависимости от времени суток |
| Рэдком | 3 000 – 20 000 (в зависимости от объема трафика) | 18 – 30 руб./час |
| Востоктелеком | От 1 500 | 6 руб. + плата за входящий трафик от 2,5 до 2,8 руб. за 1 МБ |

В данной таблице находятся представители всех ценовых категорий. Учитывая, что данные компании находятся на рынке достаточно давно, то о них сложилось уже устойчивое мнение потребителей. Наша компания будет ориентироваться на потребителя со средним достатком.

Рекламу своих услуг фирмы размещают в основном в специализированных изданиях, что связано с тем, что Интернет не получил еще всестороннего применения в России. Но реклама размещается в компьютерной прессе достаточно регулярно, что свидетельствует о регулярном спросе на данный вид услуг связи в Хабаровске. В мире коммуникаций на данный момент есть технологии, позволяющие повысить скорость передачи данных по телефонным линиям. Некоторые компании для привлечения пользователей начинают вводить на своих модемных пулах (телефонный номер на котором установлены модемы) эти технологии, но в некоторых случаях это себя не оправдывает, так как для получения высокой скорости соединения 57600 бит/сек. (средняя скорость соединения 28800 — 33600 бит/сек) необходимо иметь высококачественные кабели и цифровую АТС. Большинство же пользователей не имеют ни того, ни другого и наличие или отсутствие у фирмы данного оборудования никак не затрагивает их интересы.

Следующий аспект в выборе фирмы лежит в области оплаты услуг. Для удобства пользователей некоторые фирмы предоставляют своим клиентам возможность оплаты своих услуг через банк или при помощи кредитной карточки. Это существенно упрощает взаимоотношение с клиентом и позволяет снять дополнительную нагрузку с офиса.

4.2 План маркетинга

Распространение аккаунтов предполагается не только через напрямую (фирма-клиент), а еще через магазины и фирмы торгующие компьютерной техникой. По предварительному договору с магазином (компанией) аккаунт фирмы будет прилагаться в комплексе с модемом или вместе с компьютером оснащенным модемом. Также для рекламы можно будет распространять аккаунты в виде небольших бесплатных пакетов содержащих 2 — 3 часа работы в Интернет. Такой вид рекламы приобретает в последнее время все большую популярность, распространяются данные аккаунты через компьютерные журналы или на компьютерных выставках. Для новых пользо.вателей будет представлена возможность проверки связи, так называемый тестовый логин, на 0,5 — 1 час работы, перед заключением договора на подключение.

Организованная для клиентов служба технической поддержки будет работать круглосуточно и без выходных, это делается для оперативного устранения неполадок и, чтобы клиент всегда мог получить квалифицированную помощь при возникновении проблем.

Мнение о качестве связи и работе узла подключения будут получены напрямую от наших клиентов или из специальных групп новостей доступных для общего пользования. В этих же группах можно находить новых клиентов самим, а не ждать пока они придут сами.

Одним из основных продвижения услуг нашей фирмы — реклама в средствах массовой информации и распространения листовок в разных районах города Хабаровска. За несколько дней до открытия офиса нашей фирмы необходимо начинать распространения информации об услугах, предоставляемых фирмой. среди потенциальных клиентов. В первый месяц работы предполагается наиболее широко разрекламировать фирму. В следующей таблице приведены расходы на рекламу в средствах массовой информации.

# Таблица 3

## Расходы на рекламу в средствах массовой информации

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Название издания | 2005 год | | | |
| 1 квартал | 2 квартал | 3 квартал | 4 квартал |
| Мир компьютеров | 30 000 | 30 000 | 20 000 | 20 000 |
| Деловой Хабаровск | 30 000 | 30 000 | 20 000 | 20 000 |
| Листовки | 20 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 |
| Всего | 80 000 | 80 000 | 60 000 | 60 000 |

Таким образом затраты на рекламу составят 280 тыс. руб.

5. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

В данном разделе, исходя из характера производимой услуги, необходимо определить производственные площади и помещения, оборудование и инструмент, комплектующие и материалы, кадровое обеспечение, транспорт и связь, энергетическое и инженерное обеспечение производства. Содержание данного раздела определяется особенностями технологического процесса, работы, услуг.

Затраты разделяют на две группы: единовременные и текущие. К единовременным относятся основные средства и оборотные средства, к текущим – постоянно возобновляемые.

Одно рабочее место должно иметь площадь 7 м2. Наше предприятие ориентировано на 6 рабочих мест (системный администратор, бухгалтер, менеджер по рекламе, начальник, служба технической поддержки).

Коридор – 10 м2

Кабинет директора площадью 10 м2

Сан. узел площадью 1,5 м2

Суммарная площадь производственного здания, необходимая для производственного предприятия, составляет 7\*6 + 10 + 10 + 1,5 = 63,5 м2

Аренда здания составляет 320 руб. за кв. м в месяц

Следовательно затраты за аренду помещения в месяц составят:

320 \* 63,5 = 20 320 руб./месяц

Затраты на аренду помещения в год:

20 320 \* 12 = 243 840 руб./год

Для создания Интернет-узла необходимо небольшое помещение для размещения компьютеров и коммуникационного оборудования, также необходимо наличие в помещении телефонных линий. Для нормальной работы необходимы 2 компьютера объединенные в локальную сеть, 20 — 30 модемов объединенных в одну стойку и подключенных к телефонной линии через специальный разветвитель.

Все оборудование: компьютеры, модемы и прочее будет закупаться на внутреннем рынке, так как при прямом заказе у производителей возможны задержки при получении товара на таможне. Телефонные линии будут закупаться у ГГС (40 000 руб.), вероятно будет закуплена сразу целая серия из 10 — 15 номеров для обеспечения полного функционирования офиса (150 000 руб.)

Также необходимо приобрести лицензию на предоставление коммуникационных услуг в Министерстве РФ по связи и информатизации – 7 500 руб.

Таблица 4

Потребность в оборудовании, необходимом для реализации услуг

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Стоимость единицы, руб. | Количество единиц | ИТОГО |
| Компьютер: системный блок  монитор  клавиатура  мышка+коврик | 18 000  15 000  600  500 | 2  2  2  2 | 36 000  30 000  1 200  1 000 |
| Принтер | 10 000 | 2 | 20 000 |
| Сканер | 3 000 | 2 | 6 000 |
| Телефон | 2 000 | 4 | 8 000 |
| Модемная стойка | 20 000 | 2 | 40 000 |
| Сервер | 30 000 | 1 | 30 000 |
| Мелкое оборудование | 20 000 | 1 | 20 000 |
| ИТОГО | 192 200 | | |

Установка телефона – 10 000 руб.

Я заключаю договор на охрану с Отделом Вневедомственной Охраны Краснофлотского района.

В дневное время суток, т. е. время работы салона с 9.00-20.00, будет установлена тревожная сигнализация (т. н. тревожная кнопка). Её установка стоит 4000 руб.

В ночное время суток, т. е. время, когда салон закрыт (20.00-9.00), он охраняется пунктом централизованной охраны. Его установка составит 20000 руб.

Полная стоимость установки сигнализации 4000 + 20000 = 24000 руб.

Затраты на страхование – 100 000 руб.

Ежемесячные затраты на аренду телефонной линии составляют 10 000 руб.

Ежемесячные затраты на оплату телефонов (15 шт.) составят 4 500 руб.

Норма амортизации оборудования составляет 12% ежегодно. Таким образом размер амортизационных отчислений составит:

(192 200 + 50 000) \* 0,12 = 29 064 руб. или 2 422 руб. в месяц.

Расходы на электроэнергию составляют 5 000 руб. в месяц.

Расходы на оплату коммунальных услуг составляют 300 руб. за 1 м2:

300 \* 63,5 = 19 050 руб. в месяц или 228 600 руб. в год.

6. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

В данном разделе необходимо описать организацию данного бизнеса:

* производственную структуру
* структуру управления предприятием
* распределение функций между работниками предприятий
* сведения об имеющихся специалистах и необходимости их привлечения.

Также необходимо выполнить расчет на оплату труда управленческого персонала, обосновать организационно – правовую форму предприятия.

В качестве правового статуса выбрано общество с ограниченной ответственностью.

Эта форма собственности проста в осуществлении и удобна. Общество имеет уставный капитал в размере 400 тысяч рублей (владельцы вносят по 200 тыс. руб.). Владельцами салона будут два человека: директор и бухгалтер. На рисунке 2 приведена организационная схема управления салоном.

Директор

Менеджер по рекламе

Системные администраторы

Бухгалтер

Служба технической поддержки

## Рис. 2. Организационная форма управления салоном

Поиск персонала возможен через службу занятости и в высших учебных заведениях г. Хабаровска. Прием будет вестись на основе собеседования, возможно с испытательным сроком. В основном предполагается набор молодых специалистов.

Для каждого сотрудника обязательны:

- добросовестность:

- дисциплинированность;

- порядочность:

- честность.

Штатное расписание представлено в табл. 4.

# Таблица 5

### Штатное расписание

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование должности | Количество | Заработная плата в месяц, тыс. руб. | ЕСН (35,6% от заработной платы), тыс. руб. | Итого заработная плата с ЕСН |
| Директор | 1 | 30 | 10,68 | 40,68 |
| Бухгалтер | 1 | 25 | 8,9 | 33,9 |
| Системный администратор | 1 | 20 | 7,12 | 27,12 |
| Менеджер по рекламе | 1 | 20 | 7,12 | 27,12 |
| Служба технической поддержки | 2 | 30 | 10,68 | 40,68 |
| ИТОГО | 6 | 110 | 44,5 | 154,5 |

Распределение обязанностей:

Директор занимается кадрами (приемом, увольнением), координирует работу персонала, при необходимости присутствует при примерках и окончательной сдаче изделия.

Бухгалтер ведет бухгалтерский учет всего предприятия (начисление и уплата налогов, расчет и выдача заработной платы и т. п.)

7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

7.1 Расчет производственной себестоимости

Переменные расходы = затраты на аренду каналов + затраты на электроэнергию + заработная плата производственных рабочих + отчисления на социальные нужды от заработной платы производственных рабочих = 10 + 5 + 1139,04 = 1 154,04 тыс. руб. в год.

Постоянные расходы = арендная плата + затраты на охрану + амортизация + оплата коммунальных услуг + оплата телефона + заработная плата управленческого персонала + отчисления на социальные нужды от заработной платы управленческого персонал + затраты на рекламу + затраты на страхование = 243,8 + 172,8 + 892,56 + 317,7 + 54 + 228,6 + 29,1 +280 + 100 = 2 318,56 тыс. руб.

Итого затраты на оказание услуг: 1 154,04 + 2 318,56 = 3 472,6 тыс. руб. в год.

Себестоимость 1 рубля продукции определяется по формуле:



где

VC – переменные расходы,

FC - постоянные расходы,

N – объем производства.



7.2 Расчет потребности в инвестициях

Потребность в инвестициях включает в себя:

- издержки подготовительного периода (регистрация и др.) – 7,5 тыс. руб.

- оборудование, необходимое для реализации услуг – 192,2 тыс. руб.

- установка телефона – 150 тыс. руб.;

- установка сигнализации – 24 тыс. руб.;

- аренда помещения (с предоплатой на год) – 243,8 руб.;

- охрана салона за месяц – 14,4 руб.;

- затраты на рекламу – 80 тыс. руб.;

- затраты на подключение 900 абонентов – 900 тыс. руб.

Итого потребность в инвестициях: 1611 тыс. руб.

Источники финансирования:

- собственный капитал: 1 611 тыс. руб.

7.3 Документы финансового плана

Отчет о прибылях и убытках (табл. 6) отражает производственную деятельность предприятия и показывает ее эффективность, полученную прибыль. Отчет о движении денежных средств (табл. 7) отражает движение реальных денег на каждом шаге расчета.

В качестве притоков денежных средств учитываются все поступления: первоначальные инвестиции, поступление выручки, прочие поступления. Оттоками являются реальные денежные выплаты, связанные с покупкой основных средств, арендными платежами, оплатой поставщикам за сырье, оплатой труда.

Планируемый объем продаж будет достигнут к концу 1-го года функционирования предприятия. Рост происходит на 1% в месяц, что составит 12% в год. Изменение размера переменных затрат происходит такими же темпами, как и изменение прибыли.

Таблица 9

Отчет о прибылях и убытках (тыс. руб.)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | янв. | февр. | март | апр. | май | июнь | июль | авг. | сент. | окт. | нояб. | дек. |
| Выручка от реализации | 1343,0 | 1356,6 | 1370,3 | 1384,1 | 1398,1 | 1412,2 | 1426,5 | 1440,9 | 1455,4 | 1470,2 | 1485,0 | 1500,0 |
| Себестоимость проданных товаров (услуг) | 107,7 | 108,6 | 109,5 | 110,4 | 111,4 | 112,3 | 113,3 | 114,2 | 115,2 | 116,2 | 117,2 | 118,2 |
| в том числе |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| стоимость установки | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| электроэнергия | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| заработная плата  производственных рабочих | 90,3 | 91,2 | 92,1 | 93,0 | 94,0 | 94,9 | 95,9 | 96,8 | 97,8 | 98,8 | 99,8 | 100,8 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| амортизация | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Валовая прибыль | 1235,4 | 1248,0 | 1260,8 | 1273,7 | 1286,7 | 1299,9 | 1313,2 | 1326,7 | 1340,2 | 1354,0 | 1367,8 | 1381,8 |
| Коммерческие расходы | 94,4 | 94,4 | 94,4 | 94,4 | 94,4 | 94,4 | 74,4 | 74,4 | 74,4 | 74,4 | 74,4 | 74,4 |
| в том числе |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| расходы на рекламу | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| прочие коммерческие расходы | 14,4 | 14,4 | 14,4 | 14,4 | 14,4 | 14,4 | 14,4 | 14,4 | 14,4 | 14,4 | 14,4 | 14,4 |
| Управленческие расходы | 124,8 | 124,8 | 124,8 | 124,8 | 124,8 | 124,8 | 124,8 | 124,8 | 124,8 | 124,8 | 124,8 | 124,8 |
| в том числе |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| заработная плата  управленческого персонала | 74,6 | 74,6 | 74,6 | 74,6 | 74,6 | 74,6 | 74,6 | 74,6 | 74,6 | 74,6 | 74,6 | 74,6 |
| отчисления на социальные нужды с заработной платы управленческого персонала | 26,6 | 26,6 | 26,6 | 26,6 | 26,6 | 26,6 | 26,6 | 26,6 | 26,6 | 26,6 | 26,6 | 26,6 |
| прочие управленческие расходы | 23,6 | 23,6 | 23,6 | 23,6 | 23,6 | 23,6 | 23,6 | 23,6 | 23,6 | 23,6 | 23,6 | 23,6 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 1016,2 | 1028,9 | 1041,6 | 1054,5 | 1067,6 | 1080,8 | 1114,1 | 1127,5 | 1141,1 | 1154,8 | 1168,7 | 1182,6 |
| Налог на прибыль | 182,9 | 185,2 | 187,5 | 189,8 | 192,2 | 194,5 | 200,5 | 203,0 | 205,4 | 207,9 | 210,4 | 212,9 |
| Чистая прибыль | 833,3 | 843,7 | 854,1 | 864,7 | 875,4 | 886,2 | 913,5 | 924,6 | 935,7 | 946,9 | 958,3 | 969,8 |

Таблица 10

Отчет о движении денежных средств

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | янв. | февр. | март | апр. | май | июнь | июль | авг. | сент. | окт. | нояб. | дек. |
| Первоначальные инвестиции в проект | 1 611 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| в том числе |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| собственные средства | 1 611 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| кредиты | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Выручка от реализации | 1343,0 | 1356,6 | 1370,3 | 1384,1 | 1398,1 | 1412,2 | 1426,5 | 1440,9 | 1455,4 | 1470,2 | 1485,0 | 1500,0 |
| Итого поступило денежных средств | 2175,4 | 1356,6 | 1370,3 | 1384,1 | 1398,1 | 1412,2 | 1426,5 | 1440,9 | 1455,4 | 1470,2 | 1485,0 | 1500,0 |
| Денежные выплаты |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Приобретение основных средств | 192,2 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Оплата труда | 154,5 | 154,5 | 154,5 | 154,5 | 154,5 | 154,5 | 154,5 | 154,5 | 154,5 | 154,5 | 154,5 | 154,5 |
| Выплаты во внебюджетные фонды | 55,0 | 55,0 | 55,0 | 55,0 | 55,0 | 55,0 | 55,0 | 55,0 | 55,0 | 55,0 | 55,0 | 55,0 |
| Оплата за коммунальные услуги | 19,1 | 19,1 | 19,1 | 19,1 | 19,1 | 19,1 | 19,1 | 19,1 | 19,1 | 19,1 | 19,1 | 19,1 |
| Оплата рекламных услуг | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| Уплата процентов за кредит | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Арендные платежи | 243,8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Возврат кредита | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Прочие выплаты денежных средств | 118,4 | 24,4 | 24,4 | 24,4 | 24,4 | 24,4 | 24,4 | 24,4 | 24,4 | 24,4 | 24,4 | 24,4 |
| Итого выплаты денежных средств | 863,0 | 337,5 | 337,5 | 337,5 | 337,5 | 337,5 | 317,5 | 317,5 | 317,5 | 317,5 | 317,5 | 317,5 |
| Итого денежных средств на конец периода | 1312,4 | 1019,1 | 1032,8 | 1046,6 | 1060,6 | 1074,7 | 1109,0 | 1123,4 | 1137,9 | 1152,6 | 1167,5 | 1182,5 |
| Остаток денежных средств на начало периода | 0 | 1312,4 | 2331,5 | 3364,2 | 4410,9 | 5471,5 | 6546,2 | 7655,2 | 8778,5 | 9916,5 | 11069,1 | 12236,6 |

7.4 Определение порога рентабельности

Важной частью расчетов финансового плана является определение порога рентабельности (точки безубыточности). Точка безубыточности характеризует объем продаж, при котором выручка от реализации продукции равна издержкам производства (сумме постоянных и переменных затрат).

Расчет порога рентабельности производится по следующей формуле:



где

Pr – порог рентабельности; Vр – выручка от продаж пороговая; V – выручка от продаж.



8. РИСКИ И ГАРАНТИИ

Экономические риски:

- риск, связанный с кризисами;

Коммерческие риски:

- риск, связанный с реализацией товаров;

- риск, связанный с перевозкой грузов или транспортный риск;

- риск, связанный с приемкой товара покупателем.

Политические риски:

- риск, связанный с забастовками (войнами) во время перевозки грузов к покупателю.

Источники возникновения рисков:

- недостаточная информация о спросе на данный товар,

- недостаточный анализ рынка,

- недооценка своих конкурентов,

- падение спроса на данный товар.

Действие перечисленных рисков можно ограничить путем проведения строгой проверки финансового положения и репутации будущего оптового клиента. Можно также хотя бы частично перекладывать риски на других партнеров (например, риск потери или повреждения товара — на страховое общество). Мы также застрахуем наше оборудование на год (но через 2 месяца после начала работы).

9. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОЕКТА

Срок окупаемости инвестиций:

РР = J/Ps,

где

РР - срок окупаемости инвестиций; J – сумма инвестиций в проект;Ps – среднегодовая (среднемесячная) прибыль.

РР = 1611/18000 = 0,09 года.

Чистый приведенный доход

NVP = ∑CFt/(1+r)n – I0

где

NVP - чистый приведенный доход; ∑CFt/(1+r)n – приведенная сумма денежных доходов от проекта; I0 – разовые инвестиции.

NVP = 18000 \* 0,8928 - 1611 = 14459,4 тыс. руб.

Т. к. NVP > 0, то проект является эффективным.

Внутренняя норма доходности представляет собой ту норму дисконта, при которой величина приведенных эффектов равна приведенным капиталовложениям. Это та ставка доходности проекта, при которой чистый приведенный доход равен 0. Внутренняя норма доходности равна 300 %.

Индекс доходности – это отношение суммы денежного потока в настоящей стоимости к сумме инвестиционных средств, направляемых на реализацию инвестиционного проекта.

Iд = 18000/1611 = 11,2.

Т. к. индекс доходности больше 1, то проект следует принять.

##### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

* + - 1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. – М.: Финансы и статистика, 1999.-306с.
      2. Аникеев С.А. Методика разработки плана маркетинга. – М.: Форум, 1996. 523с.
      3. Бизнес-план: рекомендации по составлению: Нормативная база. – М.: ПРИОР, 2002 – 304с.
      4. Горемыкин В.А. Бизнес-план. – М.: «Ось-89», 2003. – 576 с.
      5. Коссов В.В. Бизнес-план: обоснование решений. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 272с.
      6. Липсиц И.В. Бизнес-план и как его составить: руководство по экономическому обоснованию. – М.: Россия молодая, 1992. – 354с.
      7. Пивоваров К.В. Бизнес-планирование. – М.: Маркетинг, 2001. – 164с.
      8. Прогнозирование и планирование экономики / Под ред. Борисовича В.И. Минск: Экоперспектива, 2000. – 432с.
      9. Уткин Э.А. Бизнес-план. Организация и планирование предпринимательской деятельности. – М.: Тандем, Эксмос, 1998. – 468с.
      10. Экономика предприятия / Под ред. Волкова О.Н. – М.: Инфра-М, 1998. – 453с.